

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра германської філології і перекладознавства

ДИПЛОМНА РОБОТА

магістр

Освітній рівень

Галузь знань 03 Гуманітарні науки

Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 035 Філологія

Шифр і назва спеціальності

Спеціалізація 035.04 Германські мови та літератури (переклад включно),

перша - англійська

на тему: **Особливості перекладу україномовних лексем молодіжного сленгу англійською мовою (на матеріалах перекладу творів І. Карпи)**

Шифр № 20189

Виконав:

студент 2 курсу, група ФПамз-20-1

Підпис

Ю. В. Франчук

Ініціали, прізвище

Керівник: док. філол. н.; доц.,

Вчене звання, науковий ступінь

Підпис

Ю. П. Бойко

Ініціали, прізвище

Нормоконтроль: к. пед. н., доцент

Вчене звання, науковий ступінь

Підпис

О. О. Мацюк

Ініціали, прізвище

До захисту допускаю:

Зав. кафедри проф. Бойко Ю. П.

“ ” _____ 2021 р.

Хмельницький, 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТЛУМАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «СЛЕНГ» ...	8
1.1. Поняття «сленг», «молодіжний сленг», «молодіжний комп'ютерний сленг», «SMS-сленг»	8
1.2. Семантична класифікація сленгізмів	16
1.3. Способи передачі сленгу.....	24
1.4. Характерні риси сленгу та особливості його перекладу з української на англійську	35
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНОМОВНИХ ЛЕКСЕМ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ	41
2.1. Реалізація молодіжного сленгу дібраного із творів Ірени Карпи у перекладі	41
2.2. Особливості перекладу україномовних молодіжних сленгів на англійську мову.....	53
2.3. Способи передачі сленгу.....	60
ВИСНОВКИ	64
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	69
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Сленг – динамічне явище в мовознавстві; соціальні, економічні та політичні процеси сприяють появі нових сленгових понять, які широко використовуються в деяких соціальних колах. Молодіжний сленг відіграє провідну роль у лексичній системі мови і відображає соціокультурні зміни, що відбуваються в суспільстві, в тому числі серед молоді. Це допомагає молодим людям виділитися як особистості в сучасному світі або протестувати проти існуючих соціальних правил і канонів. Молодіжний онлайн-сленг час від часу оновлюється як засіб передачі інформації геймерам, ІТ-фахівцям, блогерам та іншим, які щодня використовують новітні комп'ютерні технології.

Виникнення соціологічної лінгвістики в 1920-1940-х роках та її активний розвиток у другій половині 20 – початку 20 століть сприяли зміщенню акцентів у мовознавстві та висвітленню ідеї соціальної природи мови через призму мови – суспільство і мова – соціально заангажована особистість. Подальше посилення ролі людини як універсальної міри і абсолютної вихідної точки відбилося в антропоцентризмі. Така зміна парадигми вимагала появи та/або автономії нових дослідницьких векторів, серед яких чільне місце посіло питання про форми існування мови загалом і соціолектів зокрема.

Роль сленгу продовжує зростати, оскільки сленгізми є часто використовуваними лексичними елементами, які пронизують мовлення, мають інноваційний потенціал, що привертає особливу увагу, навіть якщо ці лексичні елементи є елементами контркультури. Сучасний англійський сленг становить 10-20% словникового запасу середнього американця. Це характерно для мовлення у Великобританії, Австралії та Канаді. Сленг використовується не тільки в мовленні різних соціальних груп, але і в художній літературі, в ЗМІ: газетах, журналах, телебаченні, а також на сцені і навіть в рекламі. Проблема сленгу є предметом постійних досліджень.

Різним аспектам сленгу присвячені теоретичні дослідження таких вчених, як Е. Партрідж, І. Гальперін, Г. Менкен, В. Вілюман, М. Маковський,

В. Балабін, О. Клименко, У. Потятиник, Г. Іванова. Питання сленгу досліджувалося для складання різноманітних підручників з лексикології та стилістики англійської мови та словників англійської мови. У сучасному суспільстві відбуваються постійні зміни, з'являються нові сленгові одиниці, широко вживані в мовленні молоді, які потребують постійного вивчення та детального аналізу.

Тому **актуальність дослідження** полягає в систематизації теоретичних поглядів лінгвістів на особливості сленгових лексичних одиниць англійської мови, у визначенні співвідношення нестандартної лексики та сленгу, обґрунтуванні закономірностей вживання та аналізі виражальних можливостей англійського сленгу.

Початок ХІХ століття в англійській лексикографії ознаменувався появою нового терміна, який швидко поширився серед лексикографів і почав використовуватися ними для позначення таких слів, які чомусь не визнавали літературними одиницями англійської лексики. Цей термін називають сленгом. Першою лексикографічною роботою з використанням сленгу вважається словник Дж. Ендрюса, виданий у 1809 р. Походження терміна сленг не встановлено і виглядає суперечливим, тому він продовжує викликати бурхливі дискусії щодо визначення цього поняття, його характеристики, відмінності від жаргону чи сленгу тощо. На думку видатного мовознавця І. Р. Гальперіна, показовим є той факт, що сленг не має певного визначення. Якщо явище свідоме і обмежене від інших споріднених явищ, то семантична структура терміна, що позначає це явище, повинна бути прозорою (Гальперін, 1956). Багатозначність поняття сленгу і визначає актуальність дослідження.

Дослідження впливу процесів, що відбуваються в суспільстві, на розвиток національної мовної системи посідає чільне місце в сучасному розвитку функціонування української мови в різних сферах. Необхідність комплексного опису національної мовної системи зумовлює необхідність вивчення всіх елементів мови, у тому числі й лексичної системи стандарту. Внесок у наукову розробку функціонування субстандартних елементів у сучасному

комунікативному просторі зробили Л. О. Ставицька, Ю. Л. Мосенкіс. Привертає увагу вивчення регіональних особливостей субстандарту Н. О. Шовгун, С. А. Мартос, Т. М. Миколенко та ін.

Проте стан дослідження українського стандарту дозволяє говорити про актуальність подальшого розвитку проблеми. Вважаємо, що на сучасному етапі, майже через двадцять років після здобуття Україною незалежності, можна провести детальний аналіз процесів, що відбувалися в некодифікованому шарі мови, зробити висновки про закономірності жаргонної лексики, динаміку молодіжності, сленг і уявлення про реальність у цьому. Сленг, як і мова в цілому, характеризується територіальною диференціацією. Одним із прогресивних напрямів сленгознавства є його регіональна диференціація, особливо актуальним є вивчення молодіжного сленгу в малих містах України.

Сучасні роботи з сленгової регіоналізму обмежуються переважно дослідженням нестандартних мовних підсистем великих міст та обласних центрів. Сленг як молодіжний мовний субкод виник і почав розвиватися у великих містах, поширюючись на периферію. Тривалий час великі міста були центрами формування та функціонування молодіжного сленгу. Останнім часом суттєво змінилися акценти, у малих містах є свій молодіжний сленг, який функціонує та розвивається паралельно з мовним підкодом міст.

Сленг – це особлива лексична система, яка має певні особливості. Вивченню сленгу присвячено чимало зарубіжних праць (Антрушина, Афанасьєва, 2000; Арнольд, 1959; Гальперін, 1956; Гальперін, 1956; Горшков, 2007; Судзиловський, 1973; Гофман; Джесперсен, Меньк 54, 169; 169; 1954; Робертсон) та вітчизняних (Бацевич, 2004; Селіванова, 2011; Судзиловський, 1973) науковців. Тим не менш, визначення цього терміну та окреслення його специфічних характеристик видається складним, а тому продовжує викликати бурхливі дискусії в наукових колах.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.
Магістерська робота пов'язана з проблематикою наукової теми кафедри

германської філології та перекладознавства «Проблеми лексико-граматичної семантики, прагматики та стилістики в когнітивно-дискурсивній парадигмі».

Метою цієї роботи є визначення загальних характеристик сленгу на основі зіставлення вітчизняної та англійської термінологічних традицій молодіжної сленгономіації.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- дослідити визначення сленгу у вітчизняній та зарубіжній термінологічних традиціях;
- дослідити лінгвопрагматику сучасного англомовного сленгу: витоки, класифікаційні та семантичні ознаки;
- вивчити характерні риси сленгу та особливості його перекладу з української на англійську;
- дослідити український молодіжний сленг на матеріалі досліджуваних творів (І. Карпи «Добло і зло: привиди моєї школи. Планета Тьолок», «Жовта книга: 50 хвилин. Фройд би плакав. Сни Ієрихона», Піца «Гімалаї»);
- з'ясувати особливості перекладу україномовних молодіжних сленгів на англійську мову.

Об'єктом дослідження є молодіжний україномовний сленг.

Предметом дослідження виступають особливості сленгу та способи його перекладу.

Матеріалом дослідження слугували твори І. Карпи «Добло і зло: привиди моєї школи. Планета Тьолок», «Жовта книга: 50 хвилин. Фройд би плакав. Сни Ієрихона», Піца «Гімалаї».

Методи дослідження зумовлені його метою та завданнями та включають такі: описовий метод дозволив здійснити таксономію та інтерпретацію неологізмів; контекстуальний метод допоміг у визначенні лінгвальних і позалінгвальних особливостей новотворів та сленгу; кількісний аналіз – у встановленні частотності вживання неологізмів та сленгу у медіатекстах.

Положення, що виносяться на захист:

Теоретичне значення роботи полягає у тому, що надає можливість виявити основні способи збагачення словникового складу мови та виявити тенденції у розвитку сленгової лексики, які найбільш характерні для української мови на сучасному етапі їх розвитку.

Практичне значення визначається тим, що результати дослідження можуть бути використані для подальшого вивчення сленгу в українській мові. Також у дослідженні представлено особливості та методи сленгового перекладу україномовної художньої літератури, визначено низку ключових моментів, на які перекладач повинен звернути особливу увагу в процесі перекладу та аналізу лексичних інновацій у художній літературі.

Апробація роботи. Основні положення роботи викладені у статті

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, переліку використаних джерел у кількості 83 одиниць, із них – 55 основних джерел; 17 – довідкових та 3 джерела ілюстративного матеріалу.

У вступі обґрунтовується актуальність дослідження, визначається об'єкт, предмет, мета і завдання дослідження.

У розділі 1 описуються особливості сленгової лексики.

У розділі 2 досліджуються особливості перекладу сленгової лексики.

У висновках наводяться загальні результати дослідження.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТЛУМАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «СЛЕНГ»

1.1. Поняття «сленг», «молодіжний сленг», «молодіжний комп'ютерний сленг», «SMS-сленг»

Точно невідомо, звідки походить лексемний сленг. Авторитетний етимологічний словник Ернеста Кляйна «Комплексний етимологічний словник англійської мови» вказує на ймовірне скандинавське походження терміна від давньоскандинавської мови *slyngva* «кидати», однорідні слова якого можна знайти не тільки в давньонімецькій (староанглійська *slingan*, давньверхньонімецька *slīhhan* («повзати»)), а й, ймовірно, у балтійській (літ. *slinkti* «повзання») та слов'янській (старослов'янський *skaw* «кривий») мовах.

В англійській мові простежується семантичний паралелізм сучасних когнатів. Сленг «сленг» і норв. *slengja kjeften* «вживати лайливі слова», *slengjenamn* «прізвисько», *slengjeord* «сленгізм»; також англійська *sling* „кинути, жбурнути; повісити» і нім. *schlingen* «обв'язувати», *Schlinge* «петля»; дан. *sling* «слінг»; швед. *slunga* «кинути, жбурнути».

Інша версія, яка, однак, має значно менше прихильників, пов'язує етимологію терміна сленг із словосполученнями «мова жебраків» і «мова шахраїв / злодіїв», які зазнали явища перебудови (жебрак | s' → мова і шахрай | s' → мова). У той же час при більш детальному аналізі такий підхід повністю суперечить етимології. Якщо лексема справді походить від словосполучень жебраків «мова і шахрайська» мова, то, мабуть, існувала жаргон проміжної ланки (за моделлю «мова жебраків» → жаргон → сленг), і такий іменник існує. Однак він з'явився лише на початку двадцятого століття (як телескоп, заснований на комбінації сленгу + мова), тоді як одиниця сленгу відома принаймні з вісімнадцятого століття.

Таким чином, версія перестановки фраз не витримує жодної критики. Єдиного тлумачення поняття «сленг» немає, причому як у вітчизняному, так і в

англійському мовознавстві. Порівняння та аналіз низки визначень показали, що переважна більшість сленгових визначень підкреслюють саме такі характеристики.

Численні спроби лінгвістів відрізнити сленг від споріднених явищ демонструють нерозривний зв'язок і постійне перетин обсягу досліджуваних понять. Вітчизняні лінгвісти часто асоціюють сленг з жаргоном і сленгом. Проте завдяки своїй винятковій динаміці, що посилюється навіть найменшими соціальними змінами (наприклад, мода на ту чи іншу субкультуру чи ідіолект окремого діяча), сленг також тісно переплітається з такими поняттями, як «вульгаризм», «групова мовлення», «жаргон», «сленг», «жаргонна розмовна мова», «жаргонна лексика», «міжжаргон», «іншомовні запозичення», «койне», «скоромовки», «некодифікована розмовна мова», «неологізми», «нецензурна лексика», «народна мова», «професіоналізм», «соціолект», «стилістично скорочений словниковий запас», «суржик», «територіальні діалектизми», «урболект», «знайома мова», іноді ототожнюється з формально гіпонімічними поняттями «міський сленг» і «молодіжний сленг».

У наведеному переліку можна виділити дві групи понять: поняття, з якими сленг співвідноситься гіперонімно/еквонімічно/гіпонімічно (групові мови, жаргонізована розмовна мова, інтержаргон, койне, міський сленг, молодіжний сленг, некодифікована розмовна мова, розмовна мова, фалект, соціо та поняття, елементи яких включає сленг (вульгаризми, іншомовні запозичення, скоромовки, неологізми, нецензурна лексика, професіоналізми, суржик, територіальні діалектизми, урболект). В англійській лінгвістиці співвіднесення сленгу з соціолектами зустрічається рідше.

Вивчаючи різні форми існування мови, мовознавці доходять висновку про те, що є первинні, опорні, основні форми існування мови, до яких відноситься літературна мова, а є територіальні діалекти, міське койне, просторіччя й похідні, а іноді результативні форми – власне професійні мови, групові, або корпоративні, жаргони, умовні мови ремісників і торгівців, жаргон

(арго) декласованих, які є лексичними системами, викликаними до життя різними соціальними причинами [8, 33].

У більшості випадків сленг трактується як різновид розмовної, неформальної, недоброякісної, некодифікованої мови. Таким чином, можна говорити про соціо-електоцентризм нативного та лінгвоцентричного (термін *lingua* за В. К. Журавльовим вживав у значенні «форма існування мови») англійської традиції сленгової номінації. Нечіткість поняття «сленг» обумовлена також мовною та соціальною мінливістю в хронологічному плані.

Стрімкий суспільний розвиток неминує веде до зміни ставлення суспільства до сленгу та його носіїв, відмови від старого та прийняття нових цінностей і норм, ювенального соціокультурного простору тощо. Ці процеси посилюються в умовах безперервного інформаційного буму, наближаючись до точки сингулярності в науково-технічному прогресі та антропоцентризму наукової парадигми, що неодмінно відбивається на мові загалом і сленгу зокрема.

Основні причина функціонування девіацій в художній літературі є такими: 1) девіація як основний засіб творення образу персонажів та авторської картини світу. Відносяться до такої категорії драматичні твори, у яких персонажі використовують діалектне мовлення. В такому випадку діалект відображає місцевий колорит; 2) девіація характеризує лише окремих персонажів. Такий стилістичний прийом використовується частіше, тому що так створюється образ героя. Дуже яскравим персонажем, створеним за допомогою нестандартного мовлення є Елайза Дулітл, героїня п'єси Б. Шоу «Пігмаліон»; 3) девіація вжита як вкраплення для створення певного колориту [13].

Найчастіше ми зустрічаємо спроби розмежувати терміни сленг, жаргон і сленг. Л. О. Ставицька в монографії «Сленг, сленг, сленг: Соціальна диференціація української мови» виділяє їх за ознакою первинності / вторинності. Дослідниця вказує, що сленг є вторинним утворенням і включає сленг, груповий та інші соціальні жаргони, некодифіковану розмовну мову,

вульгаризми, неологізми, іншомовні запозичення, територіальні діалектизми. У трьох запропонованих дефініціях сленгу Л. О. Ставицька наголошує на таких ознаках, як відкритість, евфемізм, експресивність, ненормативність, неформальність, оціночність, стилістична меншовартість та усність.

Натомість визначальними характеристиками сленгу дослідник вважає наявність паралельного вербального ряду на рівні дискурсу, практичну спрямованість, прихильність до певної професійної/соціальної групи, соціальну замкнутість, скритність, штучність. Жаргон трактується крізь призму його емоційної виразності, напіввідкритості, соціальної корпоративності, варіативності, а в закритих групах виявляє також сигнальну та конспірологічну функції.

Сленг у вітчизняних лінгвістичних творах часто трактується як різновид (міської) розмовної, нелітературної, неформальної, неформальної, усної та/або звичної мови.

При цьому в англomовній традиції, як уже зазначалося, інтеграція сленгу в мовні коди (форми існування мови та/або мовні реєстри) загалом набуває онтологічного характеру. Це яскраво простежується в таких ілюстративних визначеннях: «переважно розмовна субстандартна мова, яка складається з нових і вже існуючих слів, що вживаються в особливому значенні» – в «Енциклопедії лайок»; «Британська або американська версія необережно вживаної розмовної мови з виразним соціальним і територіальним розмаїттям» – у «Словнику мови та лінгвістики Рутледжа»; «Динамічний набір скоромовок, які загалом вважаються відмінними від літературної мови та соціально нижчими за нею» – у «The Oxford Companion to the English Language»; «Будь-яке незвичне чи неприємне слово чи фраза»; «Дуже неформальна лексика» – в «Oxford Guide to British and American Culture»; «Дуже неформальні слова та вирази, більш поширені в розмовній мові та вживані переважно певною групою людей» – в «Oxford Advanced Learner's Dictionary»; «Надзвичайно неформальна нетрадиційна лексика загального вжитку» – у «Стислій енциклопедії соціолінгвістики»; «Дуже неформальна, іноді образлива мова, яку

використовують люди, що належать до певної групи» – у «Словнику сучасної англійської мови Лонгмана»; «Нетрадиційна недіалектна мова, здатна функціонувати в усіх соціальних класах» – у «Origins: A Short Etymological Dictionary of Modern English». Наведені визначення чітко підтверджують тенденцію до лінгвоцентричності англійської традиції сленгової номінації.

С. А. Мартос розрізняє сленг, жаргон і сленг за шкалою відкритості/закритості. Розмежування цих понять має характер градації, розглядаючи сленг як відкритий, сленг – напіввідкритий, а сленг – закриті соціолекти. Ця диференціація певним чином перегукується з концепцією еволюції сленгу російського дослідника В. С. Єлістратова. Беручи сленг як узагальнену інваріантну одиницю, вчений виділяє три етапи його еволюції:

1) сленг як замкнута система / герметичний комплекс (переважає секретність; головною рушійною силою є традиція, внутрішня догма);

2) сленг як відкрита система / кінцевий комплекс (переважає посмішка і плебейство; головна рушійна сила – експеримент, пошук);

3) сленг як відкрита система / раблезіанський комплекс (переважають народні посмішки, вульгаризація, карнавал, соматизація світу; головна рушійна сила – здоровий глузд, виражений у народній поезії смішного).

Таким чином, термін сленг гіпонімічно пов'язаний з термінами розмовна мова та знайомий мовний реєстр. Сленг є гіперонімом а) соціолектного/групового мовлення, що є лише одним із трьох його діахронічно обумовлених втілень; б) міжжаргон, який включає фрагменти поліжаргонних полів, але не охоплює скоромовки; в) розмовність, використання якої обмежено неосвіченими чи неосвіченими верствами населення.

Сленг тісно переплітається з койне, але відрізняється від останнього обов'язковою генетичною вторинністю по відношенню до літературної мови, відсутністю потреби інтегрувати різноманітне населення регіону в єдину мовну та соціальну спільноту, онтологічною неактуальністю територіального чинника. Український сленг нині має міський характер, тому у вітчизняних творах поняття «сленг» і «міський сленг» рівнозначні.

Для англomовного сленгу урболектичність є типовою, але не абсолютною ознакою. Про це свідчать, наприклад, новозеландські сленгомани початку ХХІ століття, пов'язані з сільськогосподарською тематикою: bloater «мертва вівця/корова»; викрадач тіла «викрадач худоби»; кар'єристка «вівця, позбавлена материнського інстинкту»; double-yolker «вівці, ягнят з двома ягнятами» і т. д. Молодіжний сленг як лінгвістичний термін і лексикографічний маркер слід тлумачити як засіб вживання, а не верботворчість сленгу, оскільки майже весь сленг створюється молодими людьми.

Інші вікові підсистеми або непродуктивні й потребують серйозного онтологічного аналізу (дитячий сленг ще не відрізнився від дитячих неологізмів, дитячих okazіоналізмів та дитячих скоромовок), або приймають сленгомонії в готовому вигляді, лише відтворюючи їх (сленг середнього та старшого віку). Сленг є ненормативним (некодифікованим, субстандартним) з точки зору літературних норм.

Оксфордський словник англійської мови містить таке визначення сленгу: «мова дуже розмовного типу, яка вважається нижчою за рівень освіченого стандартного мовлення і складається з нових слів або слів зі смородини, що використовуються в якомусь особливому значенні». Іншими словами, сленг – це тип розмовної мови, який вважається нижчим від стандартного мовлення освіченої людини і складається з нових слів або слів, які вживаються в певному значенні (Оксфордський словник англійської мови).

У цьому визначенні слід підкреслити слово високо, оскільки воно позначає важливий елемент сленгових характеристик і відрізняє його від власне розмовної лексики. На думку дослідника американської англійської мови Г. Л. Менкена, суть сленгу полягає в його поширеності, але, тим не менш, він залишається поза усталеним і загальноприйнятим мовним каноном. Визначення сленгу, яке відноситься до психологічного напрямку мовознавства, належить О. Есперсену. Вчений стверджує, що «сленг – це форма мови, яка своїм походженням зобов'язана прагненню людини відійти від звичайної мови,

нав'язаної нам суспільством». Сленг – це своєрідний результат властивого людині бажання розважитися і потребує постійного оновлення.

Аналіз наведених визначень сленгу дозволяє зробити висновок, що вчені не знаходять місця сленгу в літературній мові. Таке ставлення до цього поняття можна пояснити так: термін сленг у лексикографії об'єднує абсолютно різні за своїми стилістичними характеристиками та обсягом слова та словосполучення.

Так, у різних словниках, позначених сленгом, наводяться такі категорії слів і словосполучень:

1. Слова, що належать до злодійського жаргону. Наприклад, *to chant* – хвалити коня під час його продажу; *cheese* – хороша річ; *father i fence* – обидва слова позначають покупця вкраденого; *to fig* – швидко бити; *to hog* – з жадібністю привласнювати чуже добро; *backjump* – тюремне вікно тощо.

2. Різні професіоналізми. Наприклад, *plunger* – кидатися вперед (нападати); *a noser* – удар в ніс; *to be ploughed* – провалити іспит і т. д. Включення різних професіоналізмів у сленг сприяє його диференціації. В англійській та американській лексикографії існують різні види професійного сленгу: військовий сленг, спортивний сленг, театральний сленг, студентський сленг, студентський сленг.

3. Скоромовки, або розмовні слова. Слова та вирази, які є унікальними для живого неформального спілкування, є спільними для багатьох мов. Вона має тривалу історію розвитку своєї літературної форми. Ці слова зазвичай емоційно забарвлені. Для них характерна рухливість своїх смислових меж, їх багатозначність. Деякі з цих розмовних слів обмежені у вживанні вузьким колом родинних і дружніх стосунків. Прикладами скоромовки, які словники включають у сленг, є такі слова: *chink* – іменник звукоподражательного походження, що означає «готівка»; *jolly* – приємне проведення часу; *racket* – брудна справа, афера; *to learn the ropes* – дізнатися про всі ходи та виходи; розривання – магія тощо. Ймовірно, що стилістична характеристика цих слів як розмовних потребує уточнення.

За словами П. О. Горшкова, їх необхідно виділити в окрему категорію емоційної лексики. Однак безперечно, що змішування сленгових слів і фраз, які вживаються лише в обмеженій кількості відданих, із загальноновживаними словами живої розмовної мови означає ще більше ускладнює і без того непросте завдання диференціації словникового запасу англійської мови.

4. Поняття сленгу включає також випадкові утворення, що виникли в результаті літературних асоціацій і значення яких обумовлено їхніми смисловими зв'язками з вихідним поняттям.

5. Переносні слова та вирази. При цьому слід розрізняти, з одного боку, образні професіоналізми, наприклад, *landshark* – юрист, а з іншого – поширені образні слова *yes-man* – підлесник; *rubber neck* – роззява.

6. Сленг часто включає контекстуальні значення слів, які виникають у результаті використання стилістичних засобів (іронія, перефразування тощо). Тут варто звернути увагу на використання окремих слів в евфемістичній функції, наприклад, *social evil* означає проституцію, *nice fellow* і *beauty* можуть використовуватися в контексті у значеннях, протилежних їх предметно-логічному значенню, тому їх також вважають сленгом. .

7. Слова, які утворені за допомогою найпродуктивнішого способу словотворення в сучасній англійській мові – конверсії, також в деяких випадках вважаються сленгом.

8. Окремі аббревіатури також вважаються сленгою: *pro* – професійний; *реквізит* – реквізит, пов'язаний з торговим сленгом; *biz* – бізнес тощо.

Через відсутність чітких меж поняття сленгу та його нечіткість одні й ті ж слова у словнику можуть мати кілька позначок. Іншими словами, перед укладачами словників постає проблема включення слова до певної стилістичної категорії слів. Однак це явище закономірне, оскільки мова розвивається, сфери дії мови постійно контактують, тому слова з однієї сфери дії переходять в іншу і в ній засвоюються. Лише коло стилістичних категорій слів, які межують зі словами, що вважаються сленгом, дуже широке: вульгарності, розмовні слова, жаргонізм, професіоналізм тощо.

Вивчення поняття сленгу дає змогу виявити притаманні йому характеристики. На думку І. Р. Гальперіна, що обумовлено поєднанням терміна сленг різнорідних явищ, воно має нестійкий і швидкоплинний характер, що ускладнює його чітке визначення.

Сленг вважається динамічною лексичною системою, в якій мовознавці бачать живі факти словотворення, прогресивне явище в розвитку й удосконаленні мови. Сленг має властивість швидкого засвоєння літературною мовою. З цього приводу О. О. Селіванова пише: «Іноді сленг проникає в літературну мову. Дослідники вважають, що таке проникнення є серією переходів від корпоративного сленгу до інтержаргону, потім – до розмовності, розмовної лексики та літературної мови. Сферою поширення сленгу на рівень інтержаргону є засоби масової інформації (газети, журнали, телебачення, Інтернет), тексти художньої літератури.

Ще однією особливістю сленгу є його гумор. Г. Б. Антрушина стверджує, що сленг – це не що інше, як різновид метафори, лексико-семантичних одиниць, сповнених метонімічного та гумористичного змісту [10].

Д. Фріз вказує на це: важливо... це їхні конотації, а не денотати. Легковажний гумор відзначає вирази, які ми називаємо сленгом. Я. Носек, який пише: сленг – це дуже мінлива лексика і фразеологія розмовної мови і має... модний і бурлескний характер, підкреслює яскраво виражений бурлескний характер сленгу. Ю. М. Скребнев так підкреслює гумор сленгу як лексичного шару: «Сленг – це сукупність загальнозрозумілих і широко вживаних слів і виразів гумористичного характеру, свідомо вживаних заміників звичайних літературних слів».

1.2. Семантична класифікація сленгізмів

Словниковий запас мови, як і сама мова, знаходяться в русі. Словниковий запас, як найбільш динамічна частина мовної системи, зазнає постійних змін. Однак слід зазначити, що такі зміни по-різному охоплюють весь словниковий

запас. Значно повільніше, порівняно з іншими групами слів, змінюється основний лексичний склад, як найбільш стійка категорія слів.

За суспільною значимістю вся лексика поділяється на активну і пасивну. Активний – звичайне слово. Ними користуються всі носії мови, незалежно від професії, освіти, місця проживання. Пасивна лексика включає рідкісні лексичні одиниці: застарілі слова, неологізми, професіоналізми, екзотику, жаргонізми, жаргонні слова, сленгізи, а також вульгарну та образливу лексику. Слова низького стилістичного тону зазвичай є синонімами в нейтральній лексиці.

На відміну від слів високого стилістичного тону (поетики, архаїзми, варваризми, іншомовні та книжкові слова), вони перебувають у стані постійної зміни. Тенденція до безперервного оновлення є однією з найхарактерніших ознак стилістично знижених лексичних одиниць. Слова однієї групи легко переходять в іншу, оскільки їх належність до певної групи умовна.

Англійський національний лексичний стандарт включає такі сленгові слова, як *bluff, billet, minx, flummox, ripping, humbug, flog, soccer, yarn, shabby, sham, pluck* – “сміливість”, *whitewash, baggage* – “дівчина”, *bet, bore, chap, donkey, hoax, kidnap, mob, odd, trip, character* – “людина”, *to bolt* – “мікати”, *fishy* – “підозрілий” та ін. Однак деякі сленги вживаються в мові протягом сотень років, і вони не набувають статусу скоромовок чи стандартних слів. Наприклад: *grub* (їжа) використовується з 1600-х років, а *lousy* (погана) з 1700-х років.

Зі стилістичної точки зору до лексико-стилістичної парадигми входять сленгізми, а також сленгізми, поетика, архаїзми, варваризми, іншомовні та літературні слова, стилістичні неологізми, скоромовки, діалектизми, професіоналізми, вульгаризми:

1. Безпосередній зв'язок з денотатом, тобто спілкування відбувається через значення відповідного нейтрального слова: *zoo* – *any jungle or jungle area* [6, p. 97]; *zoo* – *a confusing and chaotic place* [811, p. 449].

2. Розмиті межі відліку – ці слова мають оціночний характер і можуть застосовуватися до різних референтів: *heat* – вогнепальна зброя: гармата;

поліція: фараони, копи [7, 170]; *nitty-gritty* – непристойність; неприємна, неминуча ситуація, відкриті факти; чесність, прямолінійність; практичні деталі; сутність, сутність, основа [7, с. 244]; *rap* – бесіда; критика; звинувачення; речення; музичний стиль [7, с. 288].

3. Обов'язкова наявність синонімії: “*money*”: *ackers Br.* [9, p. 7]; *berry* – 1. *Am. a dollar* 2. *Br. a pound* [9, p. 12]; *brass esp. Br., Aus* [9, p. 16]; *cabbage* [811, p. 58]; *C, also C-note Am. \$100* [9, p. 19]; *clink Br* [9, p. 23]; *clod Br. – penny, copper coin* [9, p. 23]; *coconut – Am. a dollar* [9, p. 24]; *do-re-mi Am.* [9, p. 31]; *half-spot – Aus. fifty dollars* [9, p. 48]; *Hawaii Br. a banknote of 5 or 50 pounds* [9, p. 49]; *hoot Aus.* [9, p. 51]; *kale Am., Can.* [9, p. 56]; *lobster Aus. – a \$20 note* [9, p. 60]; *lolly Br.* [9, p. 60]; *mean-green Am* [9, p. 63]; *monkey* – 1. *Br., Aus. 500 pounds* 2. *Am. 500 dollars* [9, p. 65]; *oil* – 1. *Am. money, esp. for bribery and corruption* [9, p. 70]; *megabucks* – дуже велика кількість грошей [7, с. 231]; *scratch* – гроші: “бабки”, “капуста” [7, 308]; *bucks* – великі гроші [7, с. 48].

4. Можливість утворювати антонімічні ряди: *bad* – відмінний, чудовий, класний: *That rap song is very bad!* (Класний реп!) [7, с. 21]; *wicked* – блискучий, майстерно виготовлений: смертельний: *That tennis player's got a wicked serve.* (У цього тенісиста смертельна подача) [7, с. 399]; *heavy* – вражаючий, важливий, серйозний [7, с. 170].

Орієнтується у значенні сленгових лексичних одиниць, якщо він знає код, до якого вони належать, оскільки позначається ними денотат може бути відомий йому під іншим ім'ям. У лексикографічній практиці ця особливість цих слів виявляється в тому, що їх значення пояснюється посиланням на синонімічний ряд, до якого вони належать, або посиланням на нейтральні синоніми. Однак у цьому випадку мовлення обов'язково визначає можливі сфери їх використання. Наприклад: *josser* – дурень, товариш [6, с. 97].

Диференціація значень лексичних одиниць, що мають лексико-стилістичну парадигму, відбувається в англійській мові за функціональними стилями.

Таким чином, сленг – це розмовний або звичний стиль мовлення в певній галузі. Стилістична відмінність між сленгом і жаргоном мінімальна. За характером «низького» слова низького стилістичного тону можна поділити на три групи:

- 1) літературно-розмовні, для яких немає природного ситуативного спаду;
- 2) фамільярно-розмовні, міжжаргонні (загальножаргонні) та жаргонні (спеціально-сленгові) (знайомо-розмовні), які характеризуються особливим скороченням;
- 3) вульгарності (низькорозмовні), які характеризуються емоційно-підкресленим занепадом. Слова низького стилістичного тону відрізняються ступенем поширення.

Розрізняємо два типи сленгу:

- 1) загальний сленг,
- 2) спеціальний сленг.

Сленгом володіють книголюби, журналісти, спортсмени, музиканти, політики, військові, моряки, льотчики, науковці, школярі, студенти, автомобілісти та інші. Це все різновиди спеціального сленгу. Крім того, в кожній з цих груп можна виділити підгрупи. Наприклад, спортивний сленг поділяється на сленг футболістів, баскетболістів, хокеїстів, плавців та ін.

Таким чином, майже кожна група людей, які об'єднують спільні інтереси, має свій особливий тип мовлення, який реалізується в сленгових новоутвореннях і притаманний лише цій групі.

Ми включаємо сленгові конструкції в такі сфери спілкування:

- 1) соціально-побутової: *try to dialog him* – *постарайся його вговорити* [31, с. 15]; *I'm dead sure* – *Я у ньому абсолютно впевнений* [31, с. 14]; *No kidding* – *Я не жартую* [31, с. 31]; *Don't try to duck* – *Не намагайся ухилитися* [831, с. 40];
- 2) сімейної: *Here comes my better half* – *Ось і моя найкраща половина* [31, с. 17]; *Who wears the pants in the house?* – *Хто в будинку господар?* [31, с. 27];

3) професійно-трудової: *I'm afraid to get the ax* – Я боюся вилетіти з роботи [31, с. 93]; *That's no-go* – Це не годиться [31, с. 82]; *Don't try to pass the buck.* – Не старайся перекласти роботу на інших [31, с. 85];

4) соціально-культурної: *This hotel is too rich for my blood* – Цей готель мені не по кишені [31, с. 123]; *We'll turn to the Big Apple on the way* – По дорозі ми заїдемо у Нью-Йорк [31, с. 123];

5) шоу-бізнесової: *He's a big noise* – Він дуже важлива персона [31, с. 80]; *Let's talk shop* – Давайте поговоримо по справі [31, с. 90]; *I've got crackerglack stuff* – У мене першокласний персонал [31, с. 81];

6) студентської: *He's our double-dome* – Він у нас розумник [31, с. 106]; *You're a super-strap* – Ти, зубрило [31, с. 107]; *Ratting!* – Все чітко [31, с. 107]; *No pipe!* – Шара не проходить [31, с. 109];

7) громадської діяльності: *You're acting daffy* – Ти чиниш неправильно [31, с. 18]; *I'll put in a plug for you* – Я замовлю за тебе слівце [31, с. 19];

8) адміністративно-правової: *Let's be level* – Давайте по-чесному [31, с. 85]; *Here's a pink slip* – Ось повідомлення про звільнення [31, с. 99];

9) ігор та захоплень: *You'll be a bench jockey* – Ти будеш запасним [31, с. 119]; *I'll come out on top* – Я обов'язково виграю [31, 119]; *I enjoy watching B-ball* – Я люблю дивитися баскетбол [31, с. 119];

10) видовищно-масової: *People rage about that movie* – Люди масово ідуть на цей фільм [31, с. 130]; *What a bore!* – Яка скука [31, с. 132];

11) військової: *crunchie* – рядовий [31, с. 112]; *flyboy* – пілот [31, с. 112]; *rotsee* – офіцерська школа [31, с. 112]; *brass* – старший офіцерський склад [31, с. 113]; *on the double* – Бігом! [31, с. 114]; *calaboose* – губа [31, с. 115]; *gringo* – солдат американець [31, с. 115].

Сленг свідомо вживається в розмовній мові з суто стилістичною метою, а саме: створити ефект новизни, незвичайності, передати певний настрій мовця, надати виразності конкретності, жвавості, виразності, стислості, образності, а також уникати кліше. Все це досягається використанням стилістичних тропів: метафор, метонімії, синекдохи, літанії, евфемізмів.

Таким чином, в останні десятиліття сленг відіграє особливо важливу роль у збагаченні словникового запасу стандартної англійської мови. Сленг – це конотативно забарвлена лексика та фразеологія, що виходить за межі певних соціальних груп, має загальномовний характер, широко вживається в розмовній мові, але не вважається «стандартною», літературною.

Живе мовлення відображає майбутнє мови. Якщо вона багата на різні соціальні діалекти і підмови – мова буде жити і розвиватися. А незавершеність живих форм усного мовлення, як слушно зазначає Л. Т. Масенко, є одним із найбільш загрозливих явищ для майбутнього української мови.

Дослідник зазначає: «При незавершеному функціонуванні українського слова в суспільному житті основною формою літературної мови стає писемність. Паралізоване життя різних усних різновидів міського мовлення. В результаті українська мова завмирає у закріпленому письмовому вигляді, що блокує рух і розвиток мови. Не підкріплюючись постійною щоденною реалізацією в усному спілкуванні, мова все більше «муміфікується», замикається в собі, втрачає здатність реагувати на живу реальність. Адже всі види знайомого усного спілкування, не загорнуті в жорсткий письмовий і нормативний канон, є своєрідними лінгафонними лабораторіями, в яких відбувається постійний рух, стихійний розвиток мови» [6].

Отже, молодіжний сленг як один із різновидів живого мовлення є рушійною силою прогресу будь-якої мови. Молоде покоління виробляє майбутнє мови, надихає її життям, відроджує і наповнює новими виразними відтінками. Зараз молодіжний сленг відіграє важливу роль у розвитку багатьох мов у всьому світі. Багато дослідників почали звертати на це увагу. Наприклад, про вплив молодіжного сленгу на фразеологічний склад німецької мови дослідник М. Гавриш зазначає, що «... молодь відіграє все більш помітну роль у розвитку сучасного суспільства, тому можна вважати, що їх стиль мовлення все більше впливатиме на динамізм мови, а отже, і на перехід певної частини молодіжних (оказіональних) лексичних і фразеологічних одиниць до нормативного фонду мови.

Ми повністю згодні з видатним російським мовознавцем В. Д. Девкіним, який вважає, що без знання розмовної лексики вивчення іноземної мови не буде повноцінним. Знайомство з розмовною лексикою молоді необхідне для розуміння своєї мови, оволодіння певними знаннями з мовознавства, вміння розшифрувати підтекст та асоціативний план висловів [80].

Тому це надзвичайно важливий матеріал для вивчення філологів. Тетяна Гарлицька, аналізуючи британський міський сленг, приходиться до висновку, що саме в сленгу можна простежити особливості національної ідентичності носіїв: на відміну від Кардіффа, де молоде покоління позитивніше реагує на мовні інновації.

У культурному аспекті між досліджуваними містами є певні відмінності: лондонський римований сленг кокні використовується навіть в елітних колах, він постійно поповнюється новими словами та словосполученнями, особливо іменами відомих людей, що свідчить про суспільну свідомість та постійний культурний розвиток; єдинбургський сленг – це прояв шотландського патріотизму, консервативних поглядів на життя та прагнення повернути свою національну ідентичність; валлійці, зокрема молоде покоління, намагаються копіювати деякі англійські діалекти, що призводить до постійної асиміляції валлійської та англійської мов [80, с. 251].

Отже, сленг як експресивно-емоційно-оцінне мовлення несе в собі культурологічні особливості комунікантів. Крізь призму сленгу як народної творчості можна побачити душу того чи іншого етносу та передбачити, якою буде їх мова завтра. Адже вплив сленгу на подальше функціонування мови стає очевидним. Є. В. Розен у статті «Словесний репертуар підлітків та юнацтва (на матеріалі сучасної німецької мови)» пише, що вчитель у школі та університеті як ніхто знає, що словесний репертуар учнів має своєрідність, особливо помітну завдяки безлічі типових слів і вираз. Ця лексика пов'язана з процесом навчання чи професійної підготовки, навчання та дозвілля, а також зі спеціальною, суто «молодіжною» лексикою [7, с. 8].

Вивчення мови молоді стає важливим у контексті розширення міжнародних контактів (стажування, подорожі, викладання низки предметів німецькими фахівцями, перегляд відео, прослуховування сучасних пісень німецькою мовою тощо). П'єр Моріс Рішар зазначає, що німецькі студенти, які вивчають французьку мову, мають труднощі у спілкуванні під час стажування у Франції через нерозуміння низки термінів, які їм не вдалося вивчити на уроках. Автор зазначає, що необхідно наповнити цю лагуну, допомогти вчителям бути в гущі подій, ознайомити їх з мовою «вулиці», преси та сучасної літератури [80].

Таким чином, молодіжний сленг, зокрема український, розширює межі свого існування, проникаючи в мовлення різних верств населення, мову ЗМІ, художню літературу. Поступово деякі слова стали звичними і стали літературною нормою. Ось приклади лексем молодіжного сленгу, репрезентантів сучасного художнього дискурсу, що увійшли до загального вжитку, що знайшло відображення у тлумачному словнику сучасної української мови. Чувá к, -á, ч., Розм. Юнак [9, с. 493] – «...по-моєму, чувак промахнувся, зшив це місто, як дельфін у воді...» (Жадан); мент, -а. знев. Поліцейський [9, с. 225] – «...на вахті копа ти говориш...» (Жадан); тусóвка, -и, ж. Компанія, коло спілкування [9, с. 456] – «А якось під час чергової вечірки їхня п'яна компанія пішла в поле...» (Жадан); шпанá, -и, ж., розм.

1. Хуліган, шахрай.

2. Безпринципні, підлі, нікчемні люди [9, с. 502] – «Спана», – нервово відповів Коча «(Жадан); «...Футболісти та покидьки з нового району – всі розкидані в темряві і прочісують пустки...» (Жадан); щоб розслабитися, битися, битися. Розважайся, розслабся [9, с. 397] – «Ні, – сказав я легко й переконливо, – розслабся». Я буду за тиждень» (Жадан); пі ка, -и, ж. – 1. знев.Негарне, негарне обличчя; Обличчя людини, комусь неприємного, несимпатичного [9, с. 397]

Отже, молодіжний сленг як потужний засіб регулювання діяльності людей у різних сферах має велике значення для розвитку тієї чи іншої мови.

Він живить літературну мову емоційною, нестандартною, новою лексикою і не дає їй стояти на місці. Деякі складові українського молодіжного сленгу мають здатність пристосовуватися та ставати звичними. Подібні процеси відбуваються і в інших мовах світу. Саме на сленгу відбивається національна ідентичність мовців.

1.3. Способи передачі сленгу

Сленгові слова виконують принаймні дві основні функції залежно від того, хто їх використовує. Для людей, які спілкуються на сленгу, це служить способом відокремитися від інших і виділитися індивідуально, іноді, щоб незнайомці не дізналися певні секрети. Однак для суспільства в цілому сленг відіграє іншу роль. Для мови сленг – це як лінгвістична лабораторія, в якій перевіряються нові форми, слова та вирази [8, 24].

Різні соціальні групи в різний час виробили свій власний сленг. Важливість шифрування та ідентифікації, існування секретного коду або мови змінюється в кожному з цих випадків. Найпопулярнішою класифікацією сленгу є його поділ на загальний і спеціальний. Звичайний сленг включає слова та вирази, які не є специфічними для певної соціальної чи професійної групи. Ними користуються всі.

Характерними ознаками загального сленгу є:

- 1) поширений і зрозумілий для всіх соціальних груп;
- 2) має яскраво виражений емоційно-оцінний характер;
- 3) іноді має фонетичні, морфологічні та синтаксичні ознаки;
- 4) генетично та функціонально відрізняється від спеціального сленгу;
- 5) неоднорідний за ступенем наближення до розмовної мови, хоча загалом протиставляє їй як компонент розмовності.
- 6) часто включає жаргон минулого [6].

Спецсленг – це специфічна лексика соціального жаргону, професійних промов і сленгу кримінального світу. До нього належать такі підвиди: сленг, римований сленг, зворотний сленг тощо. Найбільшу складність у роботі зі

сленгом та його перекладом викликає пошук сучасних відповідників. При перекладі сленгу найприродніше використовувати функціональні аналоги, якщо вони є на мові перекладу.

За їх відсутності можна вдатися до скоромовки, що надає перекладному тексту необхідних характеристик відхилення від літературної норми. Часто контекст змушує відмовитися від вибору однієї з варіантних відповідностей, тоді доводиться шукати новий варіант перекладу – контекстну заміну, коли через специфічний контекст перекладач відмовляється від використання наявної лексичної відповідності і вибирає відповідний варіант перекладу. тільки для цього випадку [8, 142].

Крім своєрідної лексичної структури, сленг характеризується своєрідною манерою вимови, варіантами морфологічних форм, певними типовими синтаксичними конструкціями. Такі маркери може використовуватися перекладачем під час пошуку контекстної заміни для певної одиниці сленгу.

Якщо в мові перекладу немає функціональних аналогів або варіацій, перекладач також може вдатися до компенсації, суть якої полягає в тому, що елементи змісту, втрачені при перекладі вихідної одиниці, передаються в перекладному тексті іншими засобами, і не обов'язково в самому місті, як в оригіналі. Таким чином, у тексті перекладу створюється інший образ, такого ж стилістичного спрямування.

Для перекладача важливіше забезпечити стилістичну адекватність перекладу в цілому, ніж зберегти точне розташування стилістичного засобу в тексті. Порівняльний аналіз британського, американського та українського сленгу виявляє значний пласт лексики, що виник на основі реалій конкретної країни і не має відповідників у мові перекладу. Прикладами нееквівалентних одиниць в американському та британському молодіжному сленгу є такі слова: *tupper* – *tea & supper* (Br.); *rambo* – дієслово, утворене шляхом перетворення (N → V) від імені головного героя однойменного телесеріалу і означає «знищити» (Am.) [5, 11].

Це поняття не могло виникнути в українській мові через те, що в українській культурі відсутня традиція щоденного вечірнього чаювання, через що в англійській культурі чай став черговою годинаю їжі. Таким чином, при перекладі сленгу, що виник на основі реалій конкретної країни, необхідно вдаватися до описового перекладу.

Це лексико-граматична трансформація, при якій лексична одиниця мови оригіналу замінюється словосполученням, що пояснює її значення, тобто дає більш-менш повне пояснення чи визначення цього значення в мові перекладу. Недоліком описового перекладу є його громіздкість і багатослівність, тому найбільш вдало цей спосіб перекладу використовується в тих випадках, коли можна обійтися відносно коротким поясненням.

За останні 10-15 років українська мова була наповнена великою кількістю англіцизмів через певні соціально-економічні, політичні та культурні причини: поява імпортованих товарів на яскравих етикетках з англійськими написами, різноманітні рекламні ролики та іноземні фільми, і особливо розвиток сучасних комп'ютерних технологій. Це пов'язано з тим, що сленг загалом, і студентський зокрема, є наймобільнішою лексичною системою – молодь має особливе відчуття мовного максималізму: волосся – довге волосся; бій – пляшка; сліпити – спати; пекти – говорити [8, 45].

Варто додати, що українська мова з її великою кількістю префіксів, суфіксів та закінчень надзвичайно придатна для словесного імпорту. Деякі англійські слова прийшли в українську мову без зміни морфеми, наприклад: *father* – фазер; *friend* – френд. Інша частина зазнала деяких змін, підкоряючись нормам української мови, як, наприклад, у словах: *shoes* – шузи; *trousers* – траузери; *night* – перенайтати. Подібним за звучанням словам української мови, які набули певного стилістичного забарвлення та соціального маркування, зрозумілого лише носіям цього жаргону, відповідають наступні англійські слова, що належать до нейтральної лексики: *old* (старий) – олдовий (досвідчений, мудрий); *ask* (просити) – аскати (жебрати); *girl* (дівчина) – гьорла (гарна дівчина, подружка).

У процесі запозичення англійським студентським сленгом англійських слів до сфери вживання входять, як правило, не підрозмовні лексичні одиниці, а слова стандартної англійської мови, і лише в процесі адаптації мовою-реципієнтом вони набувають відповідного стилістичного забарвлення і соціальне маркування.

Хоча сленг є універсальним мовним явищем через низку екстралінгвістичних та лінгвістичних факторів, слід також зазначити, що він представлений різною кількістю одиниць у різних мовах. С. Б. Флекснер оцінює роль сленгу в мовленні середньостатистичного американця як близько 10% його словникового запасу, тоді як український сленг є малорозвиненим і маловивченим явищем, яке відбивається в українському мовленні і при необхідності знаходить український відповідник при перекладі американського сленгу.

Лише за умови вибору правильного способу перекладу на основі детального аналізу стилістичних прийомів автора в порівнянні з можливими засобами в мові перекладу перекладач може найбільш точно передати ступінь впливу носія мови при читанні оригінального тексту. . За допомогою такого лінгвістичного явища, як сленг, мова постійно оновлюється, вдосконалюється, набуває якісно нових характеристик і відтінків. Сленгізми збагачують мову і надають повідомленню певні стилістичні особливості, які покращують розуміння повідомлення та підвищують його цінність.

Переклад таких слів є складним і водночас відповідальним завданням, оскільки при неправильному перекладі зміст нового повідомлення може сильно відрізнятись від оригіналу і тим самим спотворити розуміння. При перекладі сленгу найприродніше використовувати функціональні аналоги, якщо вони є на мові перекладу. При їх відсутності шукається контекстна заміна в мові перекладу або використовується описовий метод.

Сленг має широкий спектр використання. Багато людей, особливо молодь, використовують сленг у своїй мові, тому що хочуть бути сучасними та стильними. Інші використовують сленг як засіб спілкування, який має нотку

відкритості, неформальності, виражає комунікабельність і легкість спілкування. Сленгові слова та вирази емоційно забарвлені і часто вживаються в переносному значенні. Сленг – це частина лексики, значення якої занадто швидко змінюється. Якщо слово чи фраза втрачають свою новизну, їх замінюють новим сленгом. Це альтернативна лексика. Він не може існувати в минулому, він постійно оновлюється. Його життя коротке і має сумнівну репутацію. Воно або осідає в мові, або забувається. Але сленг має багаті ресурси. Американський сленг традиційно поглинає будь-яке яскраве слово, яке до нього приходять [5].

Процес запозичення іншомовних слів неоднозначно впливає на розвиток нашої мови. З одного боку, він збагачується, але, з іншого боку, замінюються його власні елементи, які замінюються словами зі схожими значеннями. Це негативно впливає на стан національної мови та збереження самобутності українського народу. Прочитуємо В. Радчука: «...Англійські слова та словосполучення останнім часом поповнюються нашою лексикою активніше, ніж російські; на нашу вимову, морфологію та синтаксис значно впливає англійська мова. Причини цього очевидні: комп'ютеризація, тяжіння до міжнародних стандартів ділового партнерства, до науки й освіти на Заході, передове виробництво в англійських країнах, лідерство англійської як міжнародної мови тощо» [6].

Крім того, проблема полягає у складності перекладу сленгізмів при зіткненні з ними в тексті або в спілкуванні. З метою вирішення цієї проблеми ми спробуємо розібратися в способах класифікації сленгізмів, їх використання. Якщо розділити англійський сленг на три групи, то: – Перша буде «OK» – Друга – позитивне ставлення – Третя – негативне ставлення Знаючи цей мінімум, можна спокійно спілкуватися з іноземцями, враховуючи, де і які слова. відповідний. Американське слово «Ok» має кілька значень: «будь ласка» у відповідь на «дякую», «правильно», «все добре». Переходимо до другої групи сленгу: слово «cool» у словниках перекладається як щось середнє між холодним і теплим, тобто «круто». У повсякденному житті це звучить, коли ми

говоримо «круто», «круто». Зараз українською та російською мовами модно скорочувати все, що можна скоротити, а особливо запозичене з англійської.

Наведемо кілька прикладів:

–*Lol* – *laughing out loud* (дуже смішно)

–*OMG!* – *Oh my God!* (Боженьки)

У молодіжному сленгу можна побачити кілька англійських лексем, які молодь використовує постійно. У невимушеному спілкуванні використання англійської служить контрастом, оригінальною лексемою з підвищеною експресивністю на тлі розмовно стилістично зниженої лексики. Лексеми, утворені від англійських слів, є результатом їх неправильного тлумачення. Наприклад, рот (дівчина), що вийшло від спотвореного англійського *girl* (*girl*); по відношенню до слова *haza* (означає будинок, будинок) можна розглядати два варіанти походження, а саме: англійське походження – з'явилося на основі англійського *house* (*house*), де випала буква [u], і буква [a] утворилося на місці [o] для більшої схожості з українським «хата», інший варіант – український, який полягає в тлумаченні походження цього слова в результаті заміни [т] на [з], що дає слово іронічний колір.

Слово крейзі (божевільний), яке досить часто трапляється у мовленні сучасної молоді, є прямим запозиченням із англійської *crazy* (божевільний) зі збереженням значення. Подібно утворились слова: спікати (англ. *speak*) – говорити, бег (англ. *bag*) – сумка, паті (*party*) – вечірка, фазер (*father*) – батько, мазер (*mother*) – мати, мані (*money*) – гроші, піпли (*people*) – люди, месаж (*message*) – повідомлення та ін.

Найбільше англійської преси в молодіжній пресі на музичні теми, найменше – на позначення конкретних понять. Це пов'язано з великою популярністю музичної індустрії серед молоді, а отже, і з широким читацьким колом (на якому орієнтуються молодіжні видання). Широкий потік іноземної музики та пов'язаних з нею реалій сприяє появі нових термінів, які все більше доповнюють молодіжний сленг. Наприклад: ремейк (нова версія старої пісні чи фільму), фон (музичне оформлення), фронтмен (лідер групи музикантів), хіт

(дуже популярний музичний твір). Підсумуємо, що молодіжний сленг є соціолектом граматичної основи національної мови і відрізняється розмовними фарбами. Більшість елементів – це різні скорочення та похідні від них, а також запозичені та фонетичні асоціації [7].

Характерною рисою молодіжного сленгу є його швидка мінливість, що можна пояснити зміною поколінь. Загалом сленг робить мову коротшою, лаконічнішою, емоційною, а також служить своєрідною ознакою приналежності до певного соціального середовища. З іншого боку, мова сленгу – це опора молодості, а також катання на роликах, масових рок-концертів, легковажності та легковажності. Це своєрідна форма самовираження і свободи. Це, знову ж таки, свого роду молодіжна культура [8].

Таким чином, слід зазначити велике значення англійської мови у процесі формування словникового запасу сучасної молоді людини. Процес запозичення триває, відображаючи нові реалії нашого життя, даючи їм нові імена. Але не можна допускати, щоб подібні процеси відбувалися спонтанно, невмотивовано, бо часто яскрава й приваблива запозичена лексема є абсолютно непродуктивною в системі сучасної мови кожної нації функціонує і розвивається в контексті мов світу і під впливом цього контексту. Країни та їхні народи перебувають у постійних економічних, політичних, наукових і культурних відносинах. Тому всі спроби штучно відокремити національну мову від інших мов суперечать об'єктивним законам розвитку людства і його найдивовижнішого явища – мови.

Людям необхідно знайомитися з сленгом, щоб у них не виникало труднощів у спілкуванні з людьми різних культур, щоб будь-яка плутанина не призвела до непорозумінь та міжкультурного конфлікту. Сленг відіграє важливу роль у житті сучасної молоді і не тільки допомагає молодим людям спілкуватися один з одним, але й полегшує процес вивчення іноземної мови. Сьогодні англіцизми займають важливе місце в молодіжному сленгу, але необхідно пам'ятати, що їх надмірне вживання призводить до збіднення рідної мови.

З одного боку, подібні сленгові вирази можна вважати шкідливими для української мови, але з іншого боку, їх використання іноді просто необхідне з огляду на глобальний вплив англійської мови та технологій. Тому важливо шанувати та зберігати традиції української літературної мови, вживати такі вислови у певному соціокультурному середовищі, де вони справді будуть актуальними.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій докорінно змінює наше життя, і, на думку багатьох дослідників, Інтернет є однією з найважливіших речей, створених людством [6, с. 21]. На думку таких вчених, як Девід Крістал, перенесення комунікації в Інтернет призвів до появи альтернативної форми мови [5, с. 28]. Якщо раніше ми говорили лише про усну та письмову мову, то поява так званого «*netspeak*» свідчила про існування нової форми мови, яку не можна однозначно визначити як письмове чи усне мовлення, оскільки для неї характерні знаки обох форм мови.

Інтернет-сленг – поняття досить розпливчате, активно розвивається і містить багато інших жаргонізмів, а тому це явище сьогодні не має чіткого визначення та лінгвістичної інтерпретації. Аудиторія користувачів Інтернету досить велика, різноманітна, що унеможлиблює кваліфікацію всієї спільноти інтернет-сленгової лексики як різновиду суто молодіжного сленгу.

На нашу думку, лише одну частину, звісно, значну частину інтернет-сленгу слід вважати одним із шарів молодіжного сленгу, оскільки основними користувачами мережі є молодь. За статистичними даними щодо відсотка вікових груп користувачів Інтернету в таких країнах, як Великобританія, США, Німеччина, Україна та Росія, можна зробити висновок, що найактивнішою групою користувачів Інтернету є молоді люди до 25 років.

Однією з найхарактерніших рис молодіжного інтернет-сленгу в англійській та українській мовах є скорочення слів. Широке використання цього способу формування нового сленгу пов'язане з необхідністю прискорити та спростити процес набору тексту з метою пришвидшення обміну SMS чи

Інтернет-повідомленнями та наближення цього виду спілкування до безпосереднього (усного) спілкування.

Зафіксовано такі типи лексичних скорочень:

1. Усічені слова: англ.: *tnx, thx, thanx = thanks* «дякую», *rly = really* «правда», *PLZ, PLS = please* «будь ласка» [9]; укр.: *прив* «привіт», *Інет* «Інтернет», *дяки* «дякую» [8].

2. Абревіатура – це дуже популярний спосіб словотворення, який заощаджує час, простір і зусилля на введення слова, фрази або цілого речення. У рамках молодіжного інтернет-сленгу виділено три типи абревіатур:

а) акроніми – складання початкових звуків слів. Він дуже популярний, тому що завдяки перетворенню цілої фрази, речення на кілька букв, економиться найбільше місця, сил і часу: англ.: *ASAP = As Soon As Possible* «якмога швидше», *HAND = Have A Nice Day* «доброго дня», *LOL = Laughing Out Loud* «голосно сміятись» [9]; укр.: *НМХР = на мій хлопський розум*, *НМД = на мою думку* – аналог англ. *ІМНО*; *МНБМ = москаль неправий*, бо він москаль (іронічно про сумнівні доводи) [83]. Цей тип абревіатури набув поширення серед молоді, оскільки новостворена абревіатура може звучати та пишеться нагадувати вже існуюче слово, додаючи яскравості сленгу та збільшуючи його шанси привернути увагу молоді та закріпитися в спілкуванні.

б) ініціальна абревіація: англ.: *OMG = Oh, my God!* «О, Боже!», *BRB = Be Right Back* «зараз буду» [9]; укр.: *ХЗ = хто зна? «хто знає?»* [8].

в) складова абревіація, коли нові сленгізми утворюються шляхом поєднання початкових складів окремих слів у фразі або реченні.

SMS-мова заклала основу для формування нового типу абревіатури, яка зараз активно використовується в Інтернет-комунікації і в якій звукова оболонка фонем, складу чи слова збігається зі звуковою оболонкою окремої букви чи числа. При вимові скороченого слова, представленого на письмі лише однією буквою, нічого не змінюється. Якщо в наведених вище прикладах скорочення змінюється як графічна, так і фонетична структура слова чи

словосполучення, і утворюється нове слово за звучанням і написанням, то за рахунок цього типу аббревіатури змінюється лише написання слова:

а) літеро-звукові скорочення (одна літера замінює ціле слово через схожість звучання слова та літери): англ.: с [] = *see* [] «бачити», u [] = *you* [] «ти», b [] = *be* [] «бути» [9];

б) цифро-звукові скорочення (одна цифра замінює ціле слово через однакову вимову слова та цифри): англ.: 1 [] = *won* або *one* [] мин. час. від дієсл. «перемагати» або «один», 2 [] = *to* або *too* [] прийменник на позначення місця, частка перед інфінітивом або присл. «також», 4 [] = *for* [] «для», 8 [] = *ate* [] мин. час від дієсл. «їсти» [9];

в) частково літеро-звукові або частково цифро-звукові скорочення (цифра, буква чи знак замінює фонему чи склад слова): англ.: *2day* = *today* «сьогодні» (заміна складу) [9];

г) літеро-цифро-звукові скорочення (цифра та буква, які схожі за звучанням на якусь фонему у слові, замінює певний склад слова): англ.: *b4* = *before* [] «перед» (заміна через однакове звучання фонем – 4 []), *2mro*, *2moro*, *2mrw* = *tomorrow* «завтра» (заміна складу за аналогією 2 [] = *to-* [] та *-mro/-moro/-mrw* ['mOrqu] = *-morrow* ['mOrqu]) [9].

Такий тип редукції спостерігається і в інших досліджуваних мовах, що пояснюється аналогією словотвірних процесів різних мов через запозичення молодіжного сленгу англійської мови, що диктує модні вирази. Це пов'язано з процесом глобалізації та Інтернетом, який об'єднав світ і дозволив людям різних культур спілкуватися, незважаючи на значний простір, який їх розділяє. Визначальним фактором, який сприяв появі англійської мови в Інтернеті як міжнародної мови, став наступний факт: глобальна мережа та найсучасніші технології виникли або розвинулися в США та інших англомовних країнах, що дозволило населенню цих країн, на відміну від України та Росії до Інтернету.

Активний розвиток німецького Інтернету й Рунету спричинює поширення німецької й російської мов у межах світової мережі та виникнення власних молодіжних Інтернет-сленгізмів, які все ж мають відповідники відомих

англійських сленгізмів. Так створюються «бакроніми» (бленд від англ. *back* + *acronym* = *backronym*): від англ. *FOF?* = *Friend or Feud?* ‘друг чи ворог?’ (запит у чаті) [8]; *IMHO* = *In My Humble Opinion* ‘на мою думку’ [8].

Написання деяких англійських абревіатур на російській розкладці клавіатури сприяло виникненню нових слів: рос.: ЗЫ, ЗЫЖ еквівалент P. S. (PS або PS: від лат. *Post Scriptum*, «після підпису») – логічне доповнення до основного тексту [8].

Узагальнюючи різні наукові підходи до визначення розмовно-просторічної лексики, можна відмітити декілька загальних положень: 1) розмовна лексика протиставляється літературній мові і є певною мовною девіацією; 2) між лексичним складом літературної і розмовної мови існують явища перехідності і взаємопроникнення; 3) розмовно-просторічна лексика функціонує як у побуті, так і в художньому тексті, виступаючи в останньому засобом потужної експресії. Переклад лексичного просторіччя завжди був і залишається складним завданням. Розуміючи навмисне використання в оригінальному тексті нестандартної/девіативної лексики та важливість її відтворення у перекладі задля збереження стилістики тексту, перекладач знаходиться у перманентному пошуку адекватних стратегій та тактик її відтворення. У творах, в оригіналі яких було використано русизми як девіативні елементи при стилізації твору, перекладачі вдаються до відтворення цих лексичних просторіч через використання транскодування: 1) транскодування (власне): транслітерації або транскрипції; змішаного транскодування (транслітерація та транскрипція), а також адаптивного транскодування [13].

Таким чином, основна частина сленгу, що потекла в молодіжну мову через мережу, – це абревіатури та акроніми. Через домінування англійської серед мов контенту інтернет-сайтів німецьким, російським та українським молодіжним інтернет-сленгом ми спостерігаємо переважання запозичень з англійської мови або успадкування словотвірних процесів цієї мови. Але німецька, російськомовна та україномовна молодь хоче по-своєму виділитися,

тому створює оригінальні «бакроніми». Перспективним у цьому плані видається вивчення модифікацій лексичного складу молодіжного сленгу різних структурних мов у діахронічному та синхронічному зрізах.

1.4. Характерні риси сленгу та особливості його перекладу з української на англійську

Говорячи про систему цінностей певної мовно-культурної спільноти та її складові, необхідно згадати перелік загальнолюдських цінностей, представлений у диспозиційній концепції регулювання соціальної поведінки Д. Узнадзе та В. Ядова. До складових, що формують загальнолюдські цінності, вчені віднесли 1) базові нерухомі установки (що виникають із життєво важливих потреб); 2) установки (формуються на основі потреб людини в спілкуванні, яке здійснюється в малій групі); 3) соціально-орієнтований інтерес особистості відповідно до конкретної сфери діяльності (соціальний статус, будь-яка сфера самореалізації); 4) актуальні ціннісні орієнтації особистості, що реалізують поведінку особистості (морально-етичні домінанти) [27, с. 200].

На цій основі формуються перераховані вище базові життєві цінності, цінності соціального та міжособистісного значення, демократичні, приватні та трансцендентні цінності. Універсальність цих цінностей, на думку А. Вежбицької, обумовлена тим, що, незважаючи на психологічні відмінності окремих етносів, модель особистості як така також є універсальною. Цей постулат дослідниця довела через власну теорію семантичних примітивів, згідно з якою людина — це той, хто мислить, хоче, відчуває, знає, говорить і діє [30, с. 384-385], але саме так ця людина думає, хоче, відчуває, знає, говорить і діє і визначає її етнічну, національну винятковість. У цьому плані показовими є результати різноманітних асоціативних експериментів, реакції яких на слова-стимули дозволили виділити своєрідні ключові лексеми представників тих чи інших мовних суспільств.

Отже, за матеріалами відповідних асоціативних словників (див., наприклад, асоціативні словники Н. Бутенко, С. Мартінек), можна виділити низку лексем, пов'язаних з певними ціннісними категоріями українців: життя, людина, радість, друг, дім, любов, щастя, мир, гроші, чоловік, кохання, розум, надія, смерть, дитина, поганий, краса зло, жінка, світло, добре, робота, дівчина тощо (До речі, асоціативні словники рекламної лексики, цікавими в цьому плані також є ключові слова, які також яскраво ілюструють ціннісні орієнтації, які штучно активізуються рекламодавцями – див. роботи Т.Ковалевської, Н. Кутузи [27; 290]). Це дає підстави вважати, що для українців на першому місці стоять цінності міжособистісної значущості, демократичні та партикулярні. Звичайно, ієрархія цінностей соціального суб'єкта містить також загальнофілософські уявлення про мету і сутність життя, добро і зло, щастя тощо.

Сегмент молодіжної субкультури в цілому, безумовно, інтегрує національні цінності, але має й специфічні, визначальні риси, які породжує низка соціальних характеристик цієї категорії. О. Білецька кваліфікує молодіжну аудиторію як тимчасове явище, форму життєвого пошуку, основи якого пов'язані з «початком життя» – здобуття освіти, початком роботи, створенням сім'ї, кар'єрним зростанням тощо. молодіжної субкультури завжди залежить від культурних процесів і навпаки. Тобто на нього впливають як національні, так і міські та сільські культури, а також інші субкультури, що надає йому різноманітного, багатогранного характеру. При цьому молодіжна субкультура є невід'ємною частиною тих самих національних чи міських культур.

В основі молодіжної субкультури лежить основний спосіб відносин світу з усією системою духовних цінностей. Молодіжна субкультура — це певний спосіб життя... це форма молодіжного самовираження, яка має на меті змінити світ, своє життя, зробити його іншим, відкинути стереотипи, відмовитися від соціальних канонів [17, с. 142]. Проте, молода аудиторія має визначити інші ціннісні пріоритети. Наприклад, учасники круглого столу «Цінності для

українців», який відбувся у 2012 році в Національному університеті «Києво-Могилянська академія», виявили такі значення: I. Свобода – 46,2% , II. Любов - 42,3%, III. Сім'я - 42,3%, IV. Україна (патріотизм) - 34,6%, V. Справедливість - 23%. Такі варіанти, як співчуття, людське життя, рівність, доброта, взаємоповага, культура, мова - , зафіксовано людяність, духовність, розум, освіченість, честь тощо [26].

У цьому аспекті, визначаючи ціннісні уподобання молодіжної аудиторії та на основі методу метапрограмної ідентифікації особистісних орієнтирів, Т. Ковалевська довела актуальність гедоністичних пріоритетів порівняно з низьким рівнем конформності та традиційності в українській молодіжній аудиторії. У рамках проведеного дослідником експерименту студенти виявили сучасні національні риси, серед яких гостинність (28), працьовитість (20), щирість (20), волелюбність (17), доброта (16), любов до їжі (15), домінує весела натура. 14), доброзичливість (14), збереження та повага до своєї культури – вірність традиціям (14), героїзм (12), співучасть (11) тощо [8, с. 143]. Характерну рису української аудиторії відзначає Ю. Карпенка [79] та інших дослідників (А. Загнітко, Т. Лукінова, В. Лучик, В. Склярєнко, Г. Скрипник) комунікативна толерантність, емпатійна спрямованість.

Серед інших ціннісних пріоритетів — патріотична перевага «своїх» над «чужими», а також соціокультурна адаптивність, індивідуалізм, щирість, мужність і гордість, релігійність, волелюбність і національне терпіння [79]. Проте ціннісні орієнтації пострадянського суспільства призвели до певної корекції цінностей сучасної молоді, де останнім часом спостерігається «чітка увага до матеріальної сторони життя [14, с. 75] і активізує цінності, пов'язані насамперед із багатством, добробутом, успіхом у житті, прагматизмом, високими заробітками, престижною роботою, поїздками за кордон тощо. Соціологічні дослідники відзначають, що «орієнтація на успіх у житті стає однією з провідних стратегій. студентів та молоді загалом у сучасних ринкових умовах [11, с. 59].

Про це свідчить опитування, проведене медіадослідниками, де, наприклад, 100 абітурієнтів дали такі відповіді на питання про мотивацію вступу до певного ВНЗ: 2 – займатися наукою, 5 – батьки змушені та 93 – мати престижну освіту, роботу та висока заробітна плата [28]. Опитування студентів філологічного факультету Одеського національного університету імені І. І. Мечникова, а також студентів інших спеціальностей (всього майже 50 жінок і чоловіків) показало інші тенденції. У питаннях анкети, які базувалися на принципі семантичної диференціації гл. Озгуд (актуальність цього методу визначається його загальною спрямованістю на оцінку людиною будь-яких явищ), відповідною оцінкою базових цінностей (життєвих, соціальних і міжособистісних цінностей, демократичні, приватні та трансцендентні) та можливість додавання власних, суб'єктивно значущих, студенти відзначили пріоритет демократичних (свобода, свобода), особливих (Батьківщина, сім'я), трансцендентних (віра) та міжособистісних цінностей, що визначає зростання суспільних цінностей. свідомості нашої молоді. Активної уваги молодіжної аудиторії заслуговують і прагматичні цінності, такі як матеріальне благополуччя, статусна робота тощо. Однак перші три місця посіли такі цінності, як демократичні (свобода слова, національний суверенітет - 30%), цінності соціальної значущості (соціальний статус - 40%), особливі (сім'я - 20%), які загалом корелює з наведеними вище цінностями молодіжної аудиторії.

Проектуючи ці значення на сегмент сленгової лексики як своєрідний ціннісний маркер молодіжної субкультури, ми прагнемо виявити їх співвідношення з ядерною семантикою сленгу, зафіксованою в українській постмодерністській прозі. Ми керуємося тим, що «сучасну молодь приваблюють тексти, густо насичені образними засобами, система тропів і фігур, які накладаються, накладаються один на одного, виражають різні аксіологічні параметри, емоційність та виразність [7, с. 5], і сленг у цьому списку посідає одне з провідних місць, особливо у сфері постмодерністського тексту. Оцінний потенціал сленгу визнається більшістю сучасних дослідників,

які вважають, що демократизація мовлення "природно пов'язана з оновленням і розширенням літературних норм за рахунок внутрішніх мовних ресурсів. Тому не дивно, що на сучасному етапі існує функціональна мобільність та великий інтерес мовців до використання жаргону» як пласта аксіологічної лексики [5, с. 86].

Однак подальша кваліфікація сленгу як аксіологічних маркерів передбачає необхідність визначення критеріїв їх належності до таких груп. Тому, виходячи з критерію соціокультурної значущості особистості [6] та двовекторного характеру особистісної оцінки, представленій в рамках семіометричного виміру [14], до аналізу залучається сленг, семантика якого має суб'єктно-об'єктний характер, оцінка. При такому підході ми отримуємо перелік привабливих понять, виражених у сленговому форматі, що, у свою чергу, дозволить співвіднести їх із базовими ціннісними категоріями та визначити пріоритетні центри ціннісних номінацій і, відповідно, – систему актуальних аксіологічних системних хитрощів.

Таким чином, рівень, шар соціокультурного знання особистості передбачає оцінку людини як окремої, конкретної частини спільноти, так і як представника людства в цілому, що визначає можливість полярного - позитивного чи негативного - напрямку оцінки [20]. У дослідженні молодіжного сленгу цей критерій класифікації оцінки є дуже важливим, оскільки, на думку лексикологів, ціннісний, світоглядний компонент є невід'ємною частиною загального змісту мовної особистості [13], а особистісна оцінка, що здійснюється за двома можливими векторами, від світу до себе (моє місце у світі), або від себе до світу (місце світу, інших у моєму сприйнятті). Деталізуючи критерій соціокультурного пізнання особистості, звернемося до відповідної класифікації оцінки Т. Космеди.

Вчений виділяє такі види оцінки: 1) естетична оцінка пов'язана з категорією краси та культурно-естетичних цінностей...; 2) соціальна оцінка характеризує норми поведінки в суспільстві, ставлення до соціальних цінностей...; 3) раціональна оцінка відображає рівень розумових здібностей

людини, дає інтелектуальну характеристику ...; 4) морально-етична оцінка вказує на риси особистості, пов'язані з усталеними в суспільстві моральними принципами...; 5) християнсько-релігійна оцінка, пов'язана з рівнем духовності особи...; 6) емоційно-чуттєва оцінка вказує на емоційний стан суб'єкта оцінки, його ставлення до особи, яка оцінюється...; 7) прагматична оцінка характеризує осіб за їх корисністю та потребою для інших людей чи суспільства, які є суб'єктами оцінки...; 8) статева оцінка вказує на особливості статевого життя людини ...; 9) фізіологічна оцінка виражає особливості статури людини та окремих частин людського тіла...; 10) психологічна оцінка виражає індивідуальні особливості людини з точки зору прийнятих норм психологічної поведінки...; 11) ідеологічна оцінка свідчить про ставлення об'єкта оцінки до легалізованої суспільством державної чи світової політики [9, с. 98-104]. О. Бессонова співвідносить оцінку з аксіологічною картиною світу та поділяє її на раціональну (інтелектуальну) та емоційну [12], зазначаючи, що фундаментальний характер категорії оцінки визначає її репрезентацію на різних мовних рівнях, підтримуються іншими вченими [6].

Проте найбільш яскраві процеси оцінювання пояснюються на лексико-семантичному рівні, оскільки «система образів, закріплених у лексико-фразеологічних одиницях мови, є місцем концентрації світогляду» [68, с. 49], де відповідні аксіологічні маркери виражають оцінку різноманітних явищ і процесів навколишнього світу, а також особистості, її поведінки, діяльності, соціальних контактів, уподобань тощо. Аксіологія в мовній системі найчастіше проявляється в конотативному забарвленні мовних одиниць (експресивно-оцінний, емоційний та стилістичний компоненти – див. роботи О. Вольфа, В. Говердовського, В. Телія, В. Шаховського та ін.), основне завдання яких В. Шаховський бачив у емоційному та оцінний супровід логіко-предметної номінації, що розкриває ставлення мовця до об'єкта імені загалом або його окремих ознак [25].

Проте оцінний компонент може міститися як у денотативному, так і в конотативному сегментах семантики, залежно від типу оцінки, наприклад,

раціональної чи емоційної [22]. Такі конотативні лексеми можна віднести до так званих «ключових слів» як маркерів ціннісного архіву мовної культури [11, с. 45]. Такі оцінно-емоційні одиниці визначають ціннісну й естетичну цінність тексту в семіотичному універсумі культури етносу чи цивілізації [26, с. 19]. Таким чином, враховуючи вищенаведені характеристики сленгу, можна сказати, що переважну більшість таких одиниць можна віднести до різновиду аксіосистемних експлікаторів, оскільки майже всі вони мають у своїй семантичній структурі конотативний компонент з оцінним домінуванням як критерій оцінної кваліфікації.

Однак, спираючись на вищенаведені роботи Т. Космеди та Є. Серебреннікової та з метою визначення актуальних для молодіжної аудиторії характеристик особистісної оцінки, представлених у сегменті молодіжного сленгу, ми зосередимося на аналізі сленгу, визначеного за критерієм соціокультурної значущості індивід [6, с. 98-104], що дозволить виявити специфічні параметри особистісної оцінки в системі цінностей носіїв молодіжного сленгу, представлених жаргонною лексикою, та порівняти їх із усталеними цінностями сучасної молоді.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНОМОВНИХ ЛЕКСЕМ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

2.1. Реалізація молодіжного сленгу дібраного із творів Ірени Карпи у перекладі

Мова творів Ірени Карпи насичена молодіжним сленгом. Автор пише провокаційні нонконформістські книги, ігноруючи несхвальні відгуки критиків. Герої її творів – це особлива спільнота молодих людей, які відрізняються ексцентричністю, емоційною вибухливістю та сміливістю. Вони активно використовують усі можливі засоби, щоб підкреслити унікальність свого

покоління. Мовлення найдоступніше. Молоді люди люблять вдаватися до крайнощів у пошуку себе. Це відбивається на спілкуванні, особливо з друзями та знайомими.

Слід зазначити, що молоде покоління не уникає використання слів із лексики нижчих верств суспільства, навпаки, дуже активно їх запозичує. Але не обов'язково бути одним із них, часто досить «позитивні» хлопці та дівчата не хещуть гострим словом, яке підкреслює їх некомплексність, відкритість до всіх і вся. Молодіжний сленг – це спосіб демонстрації «дорослості» і форма протесту. На думку Л. Т. Масенко, кожна постать реалістичного твору повинна мати свої вікові, професійні, соціальні риси, які художньо втілюються насамперед у рисах мови: «Органічним елементом сучасного художнього тексту може бути слово будь-якого типу усного мовлення – і місцевого діалекту, а також офіційно-ділового мовлення та професійного жаргону та сленгу певної соціальної групи. Це джерело, що постійно живить мову прози і без повноцінного функціонування, над яким нависає небезпека звуження можливостей художнього відображення реального життя» [7, с. 5]. Звуження функціональних можливостей української мови, її реальне існування поза такими великими соціальними групами, які формуються лише в міському середовищі (працівники, творча молодь, інтелігенція), створюють проблеми у написанні художнього твору, який лише вирішує їх неможливі творчі зусилля письменника.

Л. Т. Масенко зауважила, що доки не розвиваються жваві, розмовні форми українського молодіжного мовлення, спроби ввести молодіжний міський сленг у тканину україномовних художніх творів здебільшого приречені на провал, залишаючи у читача неприродне відчуття, оскільки вони належать до іншої живої мовної стихії. Дослідник переконаний, що мова прозового твору, якщо він стверджує, що він відтворює повсякденне усне мовлення, має відповідати мовленню, яке існує в реальному житті. Тільки в цьому випадку читач вважатиме твір, при всій його ексцентричності, фантазіях і фантазіях, значущим.

Коли роман розмовної народної мови рясніє лексико-фразеологічним багатством стилістичних відтінків, а насправді це мовлення здебільшого лексично збіднене, переплутане або повністю витіснене російською, цей твір неминуче справляє враження натягу [7, с. 5]. Мовлення творів Ірени Карпи – це саме те, що живе в реальному житті молоді. Молодіжний сленг допомагає передати справжню атмосферу, читач ніби перебуває серед молоді й сприймає навколишній світ її очима.

Сленг юності у творчості І. Карпи допомагає створити світ одиничних відтінків та естетичних узагальнень, надає тексту своєрідного колориту, надзвичайно колоритний, вибуховий і непередбачуваний, як і його медіа. Є багато запозичень з англійської мови:

*...мій **мен** сидить за столом... [81, с. 305];*

*Слухай, **сістер**, якщо чесно, то мені цей авантюризм глибоко сама знаєш де. В мене тут на день таких екшенів випадає, - так само з приводу чужого попадалова — що можна десять книжок написати [83, с. 34-35];*

*– Слуш, ти! – **втирав** абсолютно синій рашен місцевому **офіцику** [81, с. 285];*

*Ой **фак!** — схопився раптом Дордже [83, с. 63];*

*Ти що - зовсім вчора **блекаут хапанулаї** [83, с. 76]; .*

*...хто проведе дурнявий **тюнінг** твоєї сонячної колісниці... [83, с. 159];*

*...вони виглядали майже **фотошопно** [83, с. 276];*

*...але тепер точно задумаюсь про згаданий тобою **секс-шопний фешн** [83, с. 311].*

Англійська мова тут використовується, щоб показати дотепність, сучасність, обізнаність персонажів і виконувати характерологічну функцію. У сучасному світі англійська мова як ніколи важлива. Тому його проникнення в мовлення молоді є закономірним явищем.

Не обійшлося і без комп'ютерного сленгу, який займає важливе місце в житті сучасної молоді і стає все більш поширеним серед непрофесійних ораторів:

...качнув прекрасний **фільмець торентом** (не в кіно ж тобі ходити?!) — от уже й день пройшов. Редька з цього всього хіба що не лишила **коментів...** [83, с. 22];

...бурмотіла собі під носа Редька, порпаючись у черговому **спамі** з сайтів колишніх однокашників... [83, с. 10].

У мовленні героїв як художній засіб індивідуалізації використовуються одиниці комп'ютерного сленгу.

Часто в тексті ми зустрічаємо сленгові вставки слів і речень, які додають виразу емоційний відтінок:

Який, к бісу, голос? Я шо, на планокура схожа? [83, с. 16];

Бляха, з жекакогогоь точно приперлися... [83, с. 22];

От блін. Не охота шось [83, с. 60].

Для розкриття образу російськомовних персонажів використовуються сленгові вирази, утворені калькою з російської мови:

Була, якщо зацитувати того, хто оплачував банкет, і кого звали Ваасрчик, «іменна жона... **холодная жона в валдирах!**» У збірне поняття жопи входила низька температура, поривчастий вітер, спання в наметах, одноманітна їжа й не дуже балакуча співрозмовниця в особі Редьки [83, с. 397];

Шо нада? - Соня була зайнятою і веселою водночас [83, с. 25].

Молодіжний сленг включає в себе і пласт вульгарної лексики, яка у просторіччі називається матом. У творах І. Карпи такі слова зовсім не рідкість:

*А я всіх **наїбала*** [81, с. 303];

Піздец, — зітхаю я [81, с. 302];

*Але ментам це **похуй**, хто був цей смертний на велику...* [81, с. 288];

Ніхуясобі, - подумав Діма~[81, с. 276];

*Але ця реально **злоїбуча** була* [81, с. 271];

*Звинувачую себе у всій **хуйні** світу, і найголовніша світова хуйня — моя у світі присутність* [81, с. 269];

*Таксисти подивилися на нього як на кацапського **долбойоба**...* [81, с. 264].

Найчастіше фіксуємо описи депресивних станів або ж станів розгубленості:

*... важко **жертти**, коли шалено дорога тобі людина душить **мрачняки** просто в аеропорту і не хоче їхати до тебе додому [83, с. 23];*

*....люди собі так само продовжували **чухати дуну** й нічого не робили... [83, с. 151];*

*Ну шо за **нахуй** такий [81, с. 272].*

Вульгарна лексика в тексті використана, щоб показати зухвалість персонажа. Такі слова агресивні, ємні, чіткі та влучні. Мат у тексті — це своєрідна мовна гра, яка допомагає героям самовиразитися, відмежуватися від оточення. Мовознавець Л. О. Ставицька, аналізуючи причини вживання вульгарної лексики, пише: «З психологічної точки зору порушення заборони є проявом особливого статусу тих, хто діє проти певних настанов» [6, с. 51]. Молодь любить порушувати встановлені кимось правила і робити все навпаки, у мовленні героїв творів І. Карпи нецензурна лексика є проявом цього.

Проаналізований матеріал пропонуємо розділити на такі лексико-семантичні групи:

1. Сленгізми на позначення істот, предметів, явищ.

Серед них можна виокремити назви людини (майже нейтральні).

*...**пацук**, що ледве влізав у свої джинси, здер із них порядні гроші [83, с. 86];*

*Бізнесмен і його **тьола** встають і вже майже виходять... [83, с. 282].*

*Більший пласт належить сленгізмам з негативною конотацією: **Отака я лошиця** [83, с. 183];*

*...що найстрашніше — якесь **пердло** собі поцупить мій айпод [83, с. 120].*

*Щось він в **ігнор** нас поставив [81, с. 207];*

*з образою номер один зовсім не погоджуюся: більшість моїх друзів і в буй йому не **вперлися** ... [81, с. 223];*

*Зрідка трапляються сленгізми з позитивними відтінками: Він, правда, **козирний** був - із «Єрмаком» вишивав [83, с. 182];*

- Ну, ти — **молоток!** — похвалила Марла Павела [82, с. 85].

2. Назви професій:

...**менти** - і ті заробітчани! [3, с. 164].

3. Предметів:

військові ліхтарики і ніжні **прибамбаси** для догляду за тілом... [3, с. 41];

Мала ще була, коротше. А по **теліку** Ізаура... [83, с. 18].

4. Речовини: особливою експресивністю відзначаються слова, які запозичені із жаргону наркоманів:

...вирішили спробувати ледь не всю можливу наркоту за один вечір [82, с. 45];

Давайте візьмемо ще **шмалі** та підемо в сауну! [3, с. 45];

І Марла притоптала щойно викурений **косячок** середньої гребучості трави... [3, с. 84].

5. Грошових одиниць: .

..того придурка, що позичив в нього 50 **баксів**... [81, с. 264];

...не слабе **бабло**, як на ті пелехаті часи [82, с. 238];

суфікси, що імітують звучання іншомовних слів, додають іронічної конотації, наприклад, ...**баблоса** в нас нема на тебе, вуйку [83, с. 102].

6. Алкогольних напоїв:

Інакше вони б не знали, куди здихатися натовпів фінів, що напихалися би в Бутан за шаровим **бухло**м... [3, с. 238];

У них **півас** продається тут, може? [83, с. 225].

7. Продуктів харчування:

Хавку за тридцять баксів?! [83, с. 104]; .

..і вся **поляна** опинилася в унітазі [83, с. 132];

8. Частих тіла: найчастіше сленгізми на позначення частин тіла використовуються для досягнення комічного ефекту, наприклад:

Закрий свою **витяжку** [83, с. 199];

...було моє **їбало** під час натхненного читання [81, с. 271].

9. Абстрактних понять:

Тут всі **містячи** якісь стрьомні [83, с. 87];

Марла відчувала невимовну спорідненість із цим електричним берлінським несмаком, із його соц/кап історією, вселенським пофігізмом... [3, с. 176];

...прання суміщалося з **бухаловом** [81, с. 229]; .

..будь-яке **втикалово** в житті скінчається, як і саме життя [82, с. 187].

10. Сленгізми на позначення дій, станів. Тут виокремлюємо сленгізми на позначення пересування:

...а ці довбані 120 км ми вже **чавимо** сьому годину [82, с. 259];

Одного, лисого такого, навіть у відрядження з собою щоразу **пер...** [83, с. 64];

...і **потиснемо кудись** із цього заповідника [83, с. 83]; .

..безпорадно **гасали** якісь люди... [83, с. 107].

Вживання їжі:

А ще от знати б, як буддисти з індусами відмазуються від заповіді про «не вбий», коли м'ясо **наминають** [83, с. 161];

Зараз би рагу бабиного **навернула**, вона там м 'яска не жаліє [83, с. 204].

Мислення:

...і коли **доперла**, хто це був, наказала неосвіченій доньці бігти назад... [83, с. 195];

Бо на другий ранок **допетрав**, що це повна лажса... [83, с. 277];

А все-таки я не до кіпця в цю штуку з жінками і релігією **врубуюсь...** [83, с. 229].

Мовлення:

Тож я **затикалася**, не **грузячи** однокласників своїми подорожами, книжками, музикою і роботою на TV. **Нахуй** воно комусь треба [81, с. 133];

Рибочка **трендить** безперервно [83, с. 115].

Дії:

А коли, збагнувши, що їх **нагріли** на рівному місці... [83, с. 104];

Ех, я би зараз **втикнув** у **фільмець** якийсь [83, с. 124];

*Редька ханнула чорний блокнотик із купки речей Дордже... [83, с. 136];
...люди собі так само продовжували чухати дуну й нічого не робили... [83, с. 151].*

Психічного стану:

А ми собі розслабили булки [83, с. 101];

...що їй зараз філово щодо чистоти чиїхось намірів... [83, с. 104];

І тут зненацька Редьку понесло [83, с. 124];

А неправдою було те, що Євка просто на всьо забила [82, с. 35].

11. Сленгізми на позначення ознак. Серед них виокремлюємо сленгізми на позначення:

негативних ознак:

...матрац хоч і убитий, та все ж не розсипчастий [82, с. 44];

Та найтупіше заняття в житті [83, с. 125];

...поклала на це супер-дебільне завдання, бо торт із галімім кремом був або прострочений... [83, с. 149];

Голімо в таких історіях те, що кінцево втрачаєш віру в людей... [83, с. 156];

Вавилон - доволі сраненька його версія... [83, с. 201].

Позитивних ознак:

кльовийчувак, - ліниво відказує Ілля... [3, с. 268];

...сімома баксами за кожного, хто лишиється у нас переночувати.

Жирний варіант [83, с. 90];

Але круто те, що турків немає [83, с. 141];

Кльово. Крутабабка. Треба моєму дідові про неї розказати [83, с. 193];

Способу дії:

Чи торешку посолить на крайняк [83, с. 284];

Хоча про мигдаль у карамелі - це ти раптом в тему [83, с. 124];

...чого зараз так по-тьолочному випрошує [83, с. 147];

Кажуть, коли дуже сильно чогось хочеш, воно мусить збутися полюбас [81, с. 125];

...не мали своєї студії і писалися **на ничку** в Романовій [81, с. 141];

Або й узагалі **тупо нічого** не відчуваєш [83, с. 199].

...Того, з ким я ходила, звали Вася. Блазенське ім'я, знаю. Навіть в Яремчі «**васілієм**» чи «**васьою**» називали **тормозів**. А ще казали: «**Алень твій тато**» чи «**Нюхай ногу**». Це такі евфемізми замість банального посилення на хуй. ...
Найдивовижніше те, що фраза «**Ти шо – вся?**» – є цілком нормальною образалкою для Прикарпаття, де василів-дмитровичів водиться як псів нерізаних [81, с. 62];

Навіть коли та сиділа в аудиторії як **довбень** ... [83, с. 33];

Блядун був іще той [81, с. 75];

12. Вікові характеристики:

– Да. Бо **пердулету** на Подолі прийшлося би доплачувати за Мойдодира ще по сім баксів за кожен ніч. Як за гостя [81, с. 211];

... розумієш, що ти старе **пердло** уже, і пора звільнити місце комусь молодому і борзому, хто проведе дурнявий тютінг твоєї сонячної колісниці ... [83, с. 159];

13. Територіальний фактор:

Бикота таке любить [81, с. 96];

... суміш районного київського гопніка з західноукраїнським **рагулем** [81, с. 90].

У цих межах ми виділяємо номінації афективних станів як найвиразнішого прояву емоційного стану індивіда, який може навіть спровокувати порушення його (особистості) психічного здоров'я (припускаємо, що ці стани є наслідком «активного відпочинку») зафіксовані в попередніх позитивних оцінках):

І якщо хтось питає, із чого то я таке вигадала, покажу справку, що з **котушок з'їхала** ... [83, с. 287];

Вас дивує, якого це рожна мода отак собі бере і переступає цілу неньку Україну **одним махом?** [81, с. 13];

Якого хріна я тут плачу?! [82, с. 209];

Чому, для чого. ... якого хуя ти мені це прислав? [81, с. 247] тощо.

Інтелектуальні стани, в межах яких оцінюється розумова здатність своєї чи іншої людини, нормативна поведінка в суспільстві або висувається негативна оцінка певної ситуації/проблеми:

*На музику я трохи ходила тоді ж, коли й на танці, **дупля не ріжучи** в усіх тих сольфеджіо ... [81, с. 52];*

*... **щоби оточуючі нічорта не вдуплили** [81, с. 79];*

*Єдина людина, що могла би хоч щось пояснити – Соня – тупо від неї **морозилася** [83, с. 43];*

У межах емоційної суб'єктивної кваліфікації певних життєвих ситуацій найчастіше спостерігаємо наскрізний негативізм:

*Коротше, повний **відстій** [81, с. 53];*

*... спонієлиха розуміла: **діло труба** [81, с. 86];*

*Поки не розумієш, що це ж насправді **пизда прийшла** [83, с. 213].*

Нахабний:

*Ба, який **борзий** шось [83, с. 89];*

*... розумієш, що ти старе пердло уже, і пора звільнити місце комусь молодому і **борзому**, хто проведе дурнявий **тютінг** твоєї сонячної колісниці ... [83, с. 159];*

*Він одразу ж перестав **борзити** ... [83, с. 70];*

*... **отож воно борзіє** ... [83, с. 114];*

*Нехіло я **борзіла** [83, с. 142].*

Край:

*Врешиті ми причалюємо до **борту** якогось велетенського метало-пластикового одоробла. Типу, мегамодний дорогий готель ... [83, с. 160].*

Керівник:

*... не сильно хотіли відмазувати свого **боса** і тому просто казали ... [83, с. 145];*

Розумний:

Хлопець, чоловік, який багато навчається. Ти що, ботан – ваще оборзів?
[83, с. 70].

Наркотики:

Ліпше б ти налаштував мене на водний бульб'ік ... [83, с. 279];

П'ятика, випити, п'яні:

Роман ходив із ним в обов'язкову сауну і на обов'язкові бухаловки [83, с. 143]

... прання суміщалося з бухаловом ... [83, с. 229].

... бо інші на таку дурню не витрачаються і сумно бухають вдома ...
[83, с. 202];

Бажання повернутися, щоби бухнути з однокласниками ... [83, с. 123].

... о, дивляться, бухі мажори, бабла злупимо, і ригачки повтираємо ...
[328, с. 163];

... бо нафіг нам бухий в сраку Ніно ... [83, с. 206];

А якщо сам собою знаходиться той, хто когось збив, бо був бухий ... [83, с. 288].

Гуляти:

Це тільки ми, придурки в їх очах, можемо з руками по добрій волі горами валандатися ... [83, с. 226].

Йти:

От же ж, блін. Нема нікого дома, валіть, мимри наглі ... [83, с. 23];

Дуже:

Ти що, ботан – ваще оборзів? [83, с. 70].

Мені телевизор був до дупи. І Ніно це добре розумів. І це Ніно вбивало [83, с. 205].

Бути непотрібним.

... А вона йому в буй не вперлася ... [83, с. 223].

Розуміти:

– Ти що – дурна? – не вдупляє Марлина Мама [82, с. 267];

... щоби оточуючі нічорта не вдуплили [82, с. 79].

Вірити у сумнівну інформацію.

*А ти **не ведись** на все, що тобі кажуть люди в горах [83, с. 302];*

*... й скромно **не повелася** на десяток ввічливих пропозицій щодо **гашишу**
... [83, с. 220].*

Велосипед:

*Але **ментам** це **похуй**, хто був цей смертний на **вєліку** ... [83, с. 288].*

Лінь:

*... **щоби** злим духам цілий рік до родини і худоби **чіплятись** було **взападло**
[330, с. 176].*

*Якщо дуже **взападляк**, я сама зроблю ... [82, с. 270].*

Обманути. .

*.. **щоби** **взули** по повній програмі ... [83, с. 313].*

Огидний тип:

*Чим більше, **виблядки**, забороняєте, тим радісніше глядач (слухач,
читач) усе хаває. А ви як собі думали? [83, с. 8];*

Нестандартна, неправильна поведінка.

*І чим **дебільнішими** були їхні **вibriки** ... [83, с. 43].*

*Мене ці Кропив'ячі понти страшенно **выводили** з себе [83, с. 22].*

*До Редьки раптом дійшло, що це вони отак от вперше, не женучи кудись
із язиком через плече, просто собі **видерлись** на пагорб [83, с. 290].*

Вигляд.

*... **вражений** його **непересічним** інтелектом **видок** ... [83, с. 238].*

Дискурс художньої літератури відображає жаргонну лексику, яка, за словами Л. О.Ставицької, «актуальна в певну епоху в певному національно-культурному континуумі: через стилізацію мови різних соціальних верств, усної та розмовної практики суспільства» [5, с. 264]. Молодіжний сленг у художній літературі через мовлення відображає реальне життя, як у дзеркалі. Досить своєрідною є специфіка існування цієї підмови у творчості І. Карпи. Молодіжний сленг для автора є художнім засобом мовної характеристики

персонажів твору. Особливе місце у творчості І. Карпи посідає негативна конотація молодіжного сленгу.

2.2. Особливості перекладу україномовних молодіжних сленгів на англійську мову

Молоді люди заражені максималізмом і часто бачать все в темних тонах. Але не можна однозначно говорити про всіх носіїв молодіжного сленгу, не звертаючи уваги на фактори, що формують особистість. По-перше, це різні соціальні умови життя, різні хобі, середовище тощо.

Письменниця описує певний період життя героїв, який, можливо, супроводжувався пригніченим станом, віком, віком. А що буде далі? Мабуть, персонаж дорослішає, зміниться його світогляд, а в результаті і вираження свого «Я» через мовлення. Хтось відкриє позитивну сторону життя, а хтось може просто стати звичайним, як і всі інші, що найгірше для молоді. Аналіз матеріалу дозволяє говорити про багатий лексико-семантичний та стилістичний потенціал молодіжного сленгу, представленого у творчості І. Карпи. Художній дискурс орієнтований на молоду аудиторію, він має на меті наблизитися до живого мовлення. Молодь створює особистий комунікативний простір, сповнений експресії, який відокремлює їх від середовища. Є інший світогляд і інший світогляд. Характерне бажання творити нові слова, відходячи від старих норм. Для лексичного масиву характерна суб'єктивна оцінка, яка характеризується категоричністю суджень.

Великі можливості для реалістичного зображення різних соціальних груп передбачають соціально-стилістичні різновиди мови, зокрема жаргонізм. Така суспільна значущість, поступово об'єктивуючи й проникаючи в смислову структуру слова, свідчить про стосунки між автором і читачем. Зрозуміло, що якась частина цього типу лексики є досить короткочасною (наприклад, молодіжний сленг), але вона деякий час функціонує у художніх творах як засіб створення реалістичного образу тощо.

Так, твір Ірени Карпи «Добло і зло» [8] (в ілюстраціях покликаємося на це видання, зазначаючи лише сторінку) буквально пересипаний жаргоном і навіть лайливою лексикою. Авторка активно використовує сленгізми-дієслова: хавати – «споживати» (с. 6), шарити – «розуміти» (с. 17), скатать – «списати» (с. 21), попалити – «побачити» (с. 21), рулить – «керує» (с. 43), борзити – «нахабніти» (с. 115), віджигати – «веселитися», бухати – «пити» (с. 152), паритися – «перейматися» (с. 169), убазарити – «умовити» (с. 213), залипати – «захопитися» (с. 273), роздуплятися – «починати розуміти» (с. 273) тощо. Ірена Карпа майстерно використовує полісемію деяких сленгізмів, як-от: провтикати – «пропустити» (с. 110), втикати – «дивитись» (с. 115), завтикати – «задуматися» (с. 221), повтикати – «відпочити», «медитувати» (с. 285). В аналізованому творі представлена й широка гама жаргонних іменників, що номінують чоловіків: чувак (с. 57), чувачок (с. 274), пацик (с. 284), студік (с. 309); жінок – тьолка (с. 8), чувіха (с. 46), а також інші реалії життя сучасної молоді: туса (с. 20), понти, ничка (с. 22), фішка (с. 27), поганяло (с. 37), клікуха (с. 39), пред'ява (с. 43), пріча – «зачіска» (с. 61), табло – «обличчя» (с. 69), відпочуни – «ті, що відпочивають на курорті» (с. 284). Кількісно менше в авторки сленгізмів-прикметників (галіміий (с. 57), обдвигані – «у стані наркотичного сп'яніння» (с. 285)); прислівників (не хіло (с. 21), круто (с. 14); вобше (с. 21); полюбас (с. 153)) та вигуків папай! (с. 273). Книга Ірени Карпи «Добло і зло» – твір дещо провокаційний, який навряд чи сприймають однозначно (імовірно, люди старшого покоління обурені і змістом, і формою тексту), але написала його молодою жінкою, про молодих людей і для молодих людей – для аудиторії, яка чує таке мовлення щодня і сама спілкується такою мовою.

Сленгізми в художніх творах дають змогу точно, емно і водночас образно відобразити нові реалії та поняття, що виникають як реакція на дійсність, що динамічно змінюється. Вони допомагають досягти реалістичності, привертають увагу читача, адже розмовна лексика має здатність пожвавити текст, зробити його виразнішим. Коли письменники використовують сленг, вони набагато

ретельніше підбирають елементи сленгу – щоб створити більший ефект. Хоча самі автори рідко є творцями сленгу.

Варто зазначити, що більшість українських письменників, хоча й досить активно використовують сленгові елементи, не перевантажують мовну тканину своїх творів. Ймовірно, це пов'язано з тим, що позалітературні елементи в українській прозі використовуються переважно в мовних частинах героїв як художній засіб індивідуалізації, тоді як авторська мова, численні ліричні відступи, як правило, написані обраною літературною мовою, без порушень. . У поезії автори використовують сленг як елементи зі значним виражальним потенціалом.

Розглянемо певні запозичення у молодіжній лексиці І.Карпи:

Алкоголік:

*... муж її **алканавт** блаженний кряхтів, шо тепер сам таке навчиться робити – дванадцять євро за пару картофанів і ложку муки хоче?! – розгнівана Редька нарешті видихнула*[83, с. 155].

Наче:

*Хвостики його білявої зачіски **а-ля** чехословацький хокеїст ...* [81, с. 133];

*Але ж той міст **а-ля** відьма з блер ...* [81, с. 173].

Невдаха:

*... будь-який **аутсайдер** здається тобі сповненим таємниць і можливостей опівнічним ковбоєм*[81, с. 91].

Вимагати гроші:

*Зазвичай **кидають на бабки** чи просто ...* [81, с. 114].

Гроші:

*Ці падлюки чим вище, тим більше **бабла** деруть за хавку* [83, с. 204].

*... **баблоса** в нас нема на тебе, вуйку* [83, с. 102].

Говорити:

*і вишився зразу сам, тільки-но почув, що ми по-слов'янськи **базаримо*** [83, с. 154];

Долар США:

Шістсот баків на місяць ... [81, с. 212].

Майже штука баксів! Це ж такому чму, як я, вистачить і на квиток! [83, с. 24].

Бізнесмен:

*Якось її синок Вася був приревнував мене до «львівських **бариг**» – пацанів на іномарці, що чесно кажучи, навіть тоді видалися мені стрьомними ... [81, с. 91];*

Випити:

*– Ну шо, тоьлкі, **бахнемо**? – ні, не водку розливаю ... [81, с. 173];*

Зробити щось швидко:

*Якщо свиснути всіх наших фанатів, все можна **бахнути** тупо за день [81, с. 185].*

Домашній скарб:

*... **кряхтів**, закидаючи нарешті свої **бебехи** на сумнівно обігріту кухню базового табору ... [83, с. 397];*

*... не чув про йогу та інші **бебехи**, мусить відчути непереборний поклик і припхатися світ за очі ... [81, с. 269].*

Падати, впасти.

*Редька таки вирішила, що ліпше вже загнутись, **беркицьнувшись** із красивого водоспаду ... [83, с. 164].*

Непорядна людина:

*... і приручить ще й **бидло** всередині нас [83, с. 294].*

Компанія, група малоосвених людей, переважно з села.

***Бикота** таке любить [81, с. 96];*

*Це як **бикота** пострадянського простору свято вірить, що новий рік принесе їй удачу і вся **хуйня** залишиться в минулому році ... [83, с. 176].*

Малоосвітчена жінка:

*Купила блядські туфлі на манер харківських **бичок**. Тут вони навіть крутіші за галицьких [81, с. 116];*

*... що його одна галицька **бичка** назвала ... [81, с. 120].*

Гнівйти когось:

*Але він нічого не коментував, і це **бісило** її щоразу дужче* [83, с. 108];

***Редьку** бісило одне: яке мали право бабця, дід і тато замовчувати правду?* [83, с. 372];

Помутніння розуму.

*Ти шо – зовсім вчора **блекаут хапанула**?* [83, с. 76].

Мимоволі швидко піднімати й опускати віки та вії; моргати, кліпати очима. 2. Світити уривчасто, з коливаннями. 3. Світитися ледь помітно. 4. Кидати погляди; лупати очима. перен. 5. Раптово з'являтися і зникати [7, с. 39]

*Виставляти на показ. ... вони тут всі шаряться, а я цицьками **блимати** буду!* [82, с. 255].

Розчарування, досада, евфемізм.

*От же ж, **блін**. Нема нікого дома, валіть, мимри наглі ...* [83, с. 23];

*От **блін**. Не охота шось* [83, с. 60];

***Бля** ... Нам всім погано* [82, с. 52].

Непристойні дівчата:

*Купила **блядські** туфлі на манер харківських бичок. Тут вони навіть крутіші за галицьких* [82, с. 116].

*... коли вже з тебе вийшла **блядь**, це діло треба дороблять* [83, с. 49-50].

Незадоволення:

***Бляха**, з жека якогось точно приперлися ...* [83, с. 22];

***Бляха**, де подівся той Вася ...* [82, с. 19];

***Бляха**, хворію, та ще й пика рельєфною стала. То я, певно, кураги шарової переїла* [82, с. 25];

*Це був, **бляха**, мій дизайн ...* [81, с. 183].

Бути без діла:

*Бо Марла бовталась у **тупому** блаженстві ...* [82, с. 146].

Мотивом використання молодіжного сленгу є бажання вплинути на читача, так би мовити, доторкнутися до живого. Л Карпа вводить молодіжний сленг у художній дискурс з розрахунком на ефект жарту, іронії, дому передачі

позитивного чи негативного ставлення до певної особи, предмета чи явища. Сучасна мова значною мірою поповнює свої словотвірні ресурси з нелітературних різновидів. Враховуючи демократизацію суспільства та зближення писемної та літературної мови з розмовним молодіжним сленгом є одним із важливих джерел збагачення словникового запасу мови. Ці процеси потребують ретельного вивчення, що відкриває подальші перспективи для досліджень.

У своїх творах сучасна українська письменниця Ірена Карпа вживає багато жаргону. Значну частину з них становлять слова молодіжного сленгу. Проаналізувавши деякі романи автора, не викликає сумніву доцільність використання жаргонних слів у творах. Досить популярним у сучасному середовищі є молодіжний жаргон, який складається з жаргону для позначення людей, дій, явищ, ознак тощо. Іноді це навіть основний засіб спілкування між певними соціальними групами молоді.

Наведені вище цитати показують, чому Карпа ввела у свій текст певний жаргон. Провідна роль жаргонних слів у романах письменниці полягає у підвищенні виразності й емоційності. Наприклад, вживання образливих слів посилює зневагу до особи спочатку автора, а потім читача, оскільки образливі слова створюють в уяві образ негативного персонажа, який не заслуговує на повагу та гарне ставлення. Жаргони для позначення людей слід віднести до окремої підгрупи молодіжного сленгу, оскільки вони є однією з основних ланок формування образу героїв у свідомості читача.

Таким чином, використання молодіжного сленгу у творах сучасної української літератури іноді є виправданим, оскільки вони створюють початкове уявлення про героя, а крім того, завдяки своїй експресії підсилюють емоційний образ людини. Вони також є своєрідним зв'язком між героями романів і читачем, оскільки більшість цільової аудиторії сучасної української літератури – молодь, для деяких з них лексика обмеженого вжитку навіть зрозуміліша та прийнятніша за звичну літературну мову.

Сучасна українська література дещо відрізняється від класичної, до якої ми звикли. Кількість молодих авторів, а разом з ними і літературних сюрпризів, щороку зростає.

Експресивно забарвлена лексика, яка є дуже помітним шаром у лексичній системі сучасної української літературної мови, значно активізувалася у вживанні літератури в 1990-х роках. Великий відсоток експресивно забарвленої лексики в сучасній українській літературі пояснюється тим, що цей пласт лексики вживався порівняно мало до кінця 80-х років, а отже, не мав негативного відтінку. Сьогодні таке слововживання відображає мовні уподобання певної частини суспільства, яка прагне знайти в такому словнику засоби адекватної номінації явищ дійсності.

Оновлені мовні засоби підібрані з максимальної кількості ресурсів української мови на всіх рівнях. Є вказівка на розкутість мовлення, порушення, руйнування усталених традицій слововживання. Вже стає тенденцією поєднання різних стилістичних елементів, що допомагає налагодити контакт між тими, хто пише, і тими, хто сприймає – автором і читачем.

Інтенсивне використання жаргону, сленгу у творах сучасної української літератури є, з одного боку, безумовним результатом демократизації суспільства в цілому, що, відповідно, призвело до демократизації всієї мови. З іншого боку, у своїх крайніх формах вираження це вже негативне явище, що виражається у вживанні в мові літератури 1990-х років значної кількості лексичних одиниць, що перебувають на межі літературної мови (розмовної та просторової (та розмовна, позалітературна лексика – просторова, у тому числі вульгарна та лайлива, жаргонна, у тому числі жаргонна та жаргонна, діалектна, лексика ненормативних запозичень).

Таким чином, досліджувані пласти лексики аналізованих творів виконують такі функції: стилізувати мовлення; висловлювати емоційно-оцінне ставлення автора до тих чи інших явищ; відтворювати клімат суспільства та мовну картину сучасного світу; посилити виразність і образність

висловлювання; зробити твір оригінальним і оригінальним; поповнити запас художніх засобів.

У сучасному суспільстві постійно змінюється ставлення до жаргону, сленгу. Опоненти вперто сперечаються між собою про доцільність чи недоцільність введення жаргону, сленгу в літературну мову. Істина, як завжди, посередині: сленгові слова в сучасній літературі не є зайвими, але не варто зловживати їх надмірним введенням в обіг. Автори використовують у своїх творах жаргон не безпідставно, а для того, щоб урізноманітнити, надати герою чи події певного емоційного забарвлення, що безпосередньо впливає на сприйняття твору читачем. Недоречне використання в тексті хоча б кількох сленгових слів може спричинити втрату цільової аудиторії, стати своєрідною антирекламою твору. Тому потрібно ретельно підбирати жаргон, сленг, враховуючи їх ротацію в суспільстві, рівень їх використання аудиторією в повсякденному житті, а також точне тлумачення слова.

2.3. Способи передачі сленгу

Сленг – історично сформований, однак досить неоднорідний та нестійкий пласт особливої лексики, що є властивим для конкретної професійної, соціальної чи іншої групи населення. Також він емоційно-експресивно забарвлений, використовується для передачі настрою автора, новизни, та з метою уникнення штампів літературної мови.

Основне завдання перекладача – майстерно використати перекладацькі здібності та професіоналізм, для того, щоб текст перекладу був максимально близьким до оригіналу за змістом, дотримуючись правил перекладу.

Науковці виділяють такі способи перекладу як: транслітерація, калькування, описовий переклад, приблизний переклад, прийом генералізації, аналог та еквівалент.

Прагнення до максимальної змістової і структурної близькості перекладу до оригіналу призводить до того, що еквівалентними виявляються не тільки тексти, що об'єднуються у процесі перекладу, але й окремі висловлювання в

цих текстах, не тільки відповідні висловлювання, а й їхні складові одиниці, як, наприклад, сленгові слова [73]. Переклад сленгових одиниць краще виконувати за допомогою еквівалентних відповідників, рівнозначний нейтральний варіант, який в більшості випадків не залежить від контексту.

При перекладі сленгу найбільш правильним і адекватним є використання еквівалентних варіантів за наявності їх в мові перекладу. Адже використовуючи цей спосіб стає можливим лінгвістичний ступінь збереження змісту оригіналу в перекладі. До прикладу, переклад сленгізмів із творів І. Карпи за допомогою еквівалентів:

- стібатися* – tokill[81, с. 173];
- тусовка* – action[81, с. 185];;
- відморожений* – wild-assed[83, с. 22];
- чувак* – dude [83, с. 86];
- до бісу* – shit [83, с.13];
- козирний* – top-notch [83, с. 182].

Еквівалентні відповідники є дуже важливими, саме вони є основою перекладу, спираючись на них, перекладач створює подальший переклад.

Переклад за допомогою аналога – вищий ступінь з точки зору перекладацької майстерності і методики перекладу. Вибір слова з ряду синонімів при перекладі визначається контекстом. При перекладі аналогом потрібно вміти вибрати з декількох синонімів один, найбільш придатний у всіх аспектах [10].

Наприклад:

- фільмець* – movie [83, с. 22];
- лошиця* – bubblehead [83, с. 183];
- менти* – copper [83, с. 182];
- морда* – chevychase [83, с. 199];
- аутсайдер* – loser [81, с. 91].

При перекладі сленгізмів, що не мають ні відповідників, ні аналогів, які б відповідали значення слова, перекладач може використати описовий або пояснювальний переклад.

Мрачняки – freakyscary [83, с. 23];
малоосвічена жінка – ball-breaker [81, с. 116];
блекаут хапанула – actup [83, с. 76];
підкласти свиню – throughawobbly [82, с. 58];
вийти з себе – flyofthehandle [83, с. 24].

Також при перекладі сленгу часто використовується прийом генералізації. Він полягає у міжмовному перетворенні лексеми мови джерела з вузьким семантичним полем на лексему мови перекладу з ширшим семантичним полем [10]. В лексичному плані це є заміна часткового поняття загальним, видового – родовим [10].

Розглянемо декілька прикладів:

Хавка – grub [83, с. 104];
нівас – booze [83, с.225];
бамбло – deadpresidents [82, с. 243];
бухло – jollop [83, с. 238];
бакси – green [81, с. 264].

Транслітерація є одним з найбільш популярних способів перекладу молодіжного сленгу.

Наведемо приклади:

мен – man [81, с. 305];
сістер – sister [83, с. 34];
фак – fuck [83, с. 63];
торент – torrent [83, с. 22];
спам – spam [83, с. 10];
баг – bug [81, с. 270].

Спосіб калькування також є одним з найбільш використовуваних у перекладі молодіжного сленгу. Це заміна складових частин запозиченого слова, шляхом додавання українських афіксів.

Хейтер – *hater*[83, с. 63];

агритись – *angry*[83, с. 120];

хейтити – *hate*[83, с. 41];

краш – *crash*[83, с. 18];

чїлити – *chill*[82, с. 45];

крейзанутий – *crazy*[83, с. 18];

рофлити – *rofl*[83, с. 84];

фоловити – *follow*[83, с. 225].

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що перекладаючи сленг варто дотримуватись або пошуку аналогічного відповідника, що має таке ж, або схоже експресивне забарвлення, або підбору найбільш близького емоційно забарвленого відповідника з розмовної частини мови. Велику роль відіграють знання про сленг, а саме інформація про використання відповідної сленгової одиниці. На жаль, у сучасних словниках ця інформація є недостатньою. Всі ці аспекти ускладнюють роботу професійним перекладачам і навіть призводить до припущання помилок у перекладі сленгізмів. Тому, вважаємо, що ця проблема недостатньо досліджена і може стати основою для подальших досліджень.

ВИСНОВКИ

У роботі здійснено другий етап загального алгоритму дослідження молодіжного сленгу в українській постмодерністській прозі, присвячений його семантико-оцінній кваліфікації. У цих межах:

1) категорії «оцінка» та «цінність» характеризуються як базові в парадигмі лінгвопрагматики;

2) розкрита актуальна для дослідження система основних життєвих цінностей (вектор користі); цінності соціальної значущості (суспільство цінує мене, я в суспільстві, працьовитість, соціальний статус тощо); цінності міжособистісного значення (ціную в суспільстві чесність, альтруїзм, дружелюбність); демократичні (свобода слова, совісті, національний суверенітет); приватні (приналежність до малої батьківщини, родини) і трансцендентні (віра в Бога, прагнення до абсолюту) цінності;

3) за допомогою опитування та методу семантичного диференціала встановлено ієрархію ціннісних пріоритетів сучасної молоді. До таких цінностей належать цінності вітальні, цінності соціального та міжособистісного значення, демократичні, приватні та трансцендентні. У цих межах актуальність демократичних (свобода слова, національний суверенітет), цінностей соціальної значущості (соціальний статус), особливих (сімейних) та міжособистісних цінностей;

4) доведено, що переважну більшість сленгу можна віднести до різновиду аксіосистемних експлікаторів, оскільки ключові поняття у своєму семантичному діапазоні співвідносяться з визначеними ціннісними пріоритетами молоді;

5) застосування аксіологічного підходу у вивченні молодіжних субкультур дає змогу встановити таксономію ціннісних векторів та «аксіологічне ядро» в системі цінностей сучасної молоді;

6) аналіз сленгу постмодерністського дискурсу дає підстави стверджувати, що «аксіологічне ядро» в системі цінностей сучасної молоді

включає соціальну оцінку зі значним переважанням національних кваліфікацій. За ним майже завжди стоїть негативне емоційне відчуття з широким спектром потенційних номінацій, запозичених з інших груп, що свідчить про суб'єктивне ставлення до номінованого об'єкта. Далі йде сексуальна оцінка з таким же широким діапазоном потенційних номінацій, як правило, негативного характеру. Наступними за кількістю сленгових презентацій є психологічна оцінка, пов'язана з емоційною нестабільністю або хворобливою поведінкою людини, яка також показує негативну оцінку, і раціональна та фізіологічна оцінка, де негативи також мають пріоритет. Значно менший відсоток займають прагматичні, християнсько-релігійні, естетичні та ідеологічні оцінки, які, відповідно, визначають периферійні сфери особистісної оцінки для носія МС;

7) описано алгоритм семіометричної кваліфікації ціннісних значень МС в єдності його етапів. У нашому матеріалі ми частково застосовуємо процедури метричної кваліфікації (фіксація привабливості аналізованого поняття), вимірювання векторів висоти (ступінь узагальненості, ціннісної відповідності, етнонаціональне маркування), ширини (варіація значень, синоніміко-антонімічна репрезентація), і вага привабливості, впливовий потенціал) аналізованого фактичного матеріалу – молодіжний сленг;

8) на першому етапі семіометричної кваліфікації було проведено аналіз сленгових словосполучень (СФ) і полюси їх значення маркування були поділені на позитивні, негативні, нейтральні та нейтральні фрази.

У рамках відібраних ЛСП «Людина», безсумнівно, домінує за амплітудою відповідного LSG для позначення її емоційного, фізіологічного, фізичного та інтелектуального станів. Актуальними стали фізіологічні, фізичні та емоційні стани людини, пов'язані переважно з ненормативною, асоціальною поведінкою. На периферії - СФ для позначення інтелектуальних станів особистості. Значення записаних SF визначається беззаперечним пріоритетом негативної оцінки, переважно в рамках опису емоційних та фізіологічних/фізичних станів. Позитивна оцінка SF в основному відноситься до автостереотипних характеристик і висуває стани задоволеності, пов'язані з активним відпочинком

(також часто в нетрадиційному стандарті). Дифузна оцінка знаходиться на периферії і часто містить табуйовану лексику. ВЧ нейтрального класу практично не фіксуються;

9) вимірювальна кваліфікація сленгових словосполучень у рамках семіометричного аналізу свідчить про значні варіації МС на рівні синонімії з пріоритетом зниженої оцінки майже до рівня непристойності у номінації особистісних характеристик; периферійність антонімічних моделей, серед яких домінують суперечливі, що дає підстави говорити про надмірну полярність семантики МС, відсутність нюансування більшості понять та інтенсивний шлях розвитку цього лексичного шару. Етимологічний аналіз як елемент параметра ширини семантичної репрезентації СФ фіксує переважання російськомовних словосполучень в їх україномовній адаптації та незначну кількість українських ФО фольклорно-діалектного походження. Це, у свою чергу, ілюструє досить низький рівень етномаркування СФ у векторі висоти. Також фіксуємо найвищий рівень привабливості, властивий моделям опису емоційно-фізичних станів/емоцій героїв і представлених у зменшеному стилістичному реєстрі інвективно-нецензурних компонентів;

10) у межах другого етапу семіометричної кваліфікації, спрямованої на ціннісну ідентифікацію сленгу, відповідне лексикосемантичне поле ЛСГ «Людина», яке включає: 1) фізичні характеристики особи (алкогольне/наркотична інтоксикація, інші фізичні стани); 2) характеристика емоційних станів людини; 3) характеристика інтелектуальних станів людини; 4) характеристика самців; 5) характеристика самок; 6) діяльнісні характеристики особи; 7) нереферентні маркери оцінки; 8) ЛСГ «Життя, дозвілля», представлене номінаціями а) загальна характеристика явищ, подій; б) гроші та грошові відносини;

11) виявлено, що найпоширенішою основою для сленгової номінації є знову ж таки антропні характеристики – емоційні, фізіологічні/фізичні та інтелектуальні стани, які переживає індивід, де пріоритет надається називанню негативних емоційних станів та негативній оцінці подій, ситуацій та інших (

76%). Позитивна оцінка (16%) переважно характеризує сленги для опису певних фізіологічних станів. Дифузна оцінка (5%) пов'язана з вираженням емоцій, найчастіше знаків оклику, які дозволяють висловити як позитивний, так і негативний емоційний стан мовця. Нейтральні сленги (3%) номінують побутовий сектор і представлені найменше. Таким чином, ми фіксуємо максимальну концентрацію РС в області антропних характеристик. Інші сленги використовуються для номінації лише окремих сегментів життя носіїв МС (їжа, напої (переважно алкогольні, окремі елементи життя), що зумовлює максимальний егоцентризм МС, представлений у постмодерністській прозі;

12) семіотрична кваліфікація МС постмодерністської прози дозволяє констатувати, що найвищий ступінь привабливості відзначає ЛСП різноманітних характеристик особистості та позитивної та негативної кваліфікації її емоційно-фізичних станів з перевагою негативної оцінки. Номінація побутових ситуацій, речей тощо відбувається лише на рівні емоційної оцінки. Решта комунікативного простору не потрапляє в поле сленгових номінацій, що підкреслює їх егоцентричну спрямованість. Рівень смислової варіації в основному виявляється в різних характеристиках людини та її стану. В аспекті семіотричної кваліфікації можна говорити про розширення семантичної амплітуди подібних сленгів насамперед на рівні синонімізації, їх яскраво вираженої варіативності та іманентної оцінності з переважанням негативного вектора. Антонімічні сленги представлені досить слабо, що також свідчить про інтенсивний, а не про екстенсивний вектор розвитку сленгової лексики, зумовлюючи її емоційне, а не раціональне домінування.

Етимологічний аналіз свідчить про переважання російськомовних запозичень (насамперед – на рівні найбільш денегативізованої лексики майже нецензурного рівня) за наявності досить великої кількості українського сленгу. Англійські запозичення мають перевагу позитивної оцінки;

13) семіотричний аналіз сленгу в ідіолекті І. Карпи довів, що саме вони відіграють найважливішу роль, оскільки є яскравим засобом характеристики

персонажів: соціального, професійного тощо. Семантична амплітуда сленгізмів проявляється в ряді ЛСГ, які містять характерні конотовані назви осіб, явищ, предметів, станів тощо, де антропоморфний сегмент має найвищий ступінь привабливості.

Лексична амплітуда сленгізмів проявляється у пріоритеті сленгу-запозичень з англійської мови, покликаних створити загалом позитивний образ персонажа; Російськомовні запозичення, навпаки, мають негативне значення і використовуються автором переважно для створення гумористичного ефекту та нецензурної кваліфікації явищ, подій тощо. Крім того, в однакових межах розрізняється інвективна лексика, що підкреслює відмову від стандартів «дорослої» поведінки та демонструє якусь розкутість.

Використання елементів семіотричного аналізу дозволило виявити атрактори сленгової номінації, до яких належать характеристики особистості та позитивні та негативні кваліфікації емоційних станів і понять, пов'язаних із спілкуванням та розвагою. Рівень смислової варіативності в основному виявляється в різноманітних соціальних та емоційно-чуттєвих характеристиках особи. Також розширення семантичної амплітуди таких сленгів зафіксовано, насамперед, на рівні синонімізації та неактуальності антонімічного представлення, переважання англійських запозичень.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Английские сокращения и сленг в чатах, мессенджерах и SMS: электронный ресурс. URL: <https://audio-class.ru/slang/slang-abbreviations.php> (01.12.2021).
2. Андрусак І. В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу: автореф. дис. ... канд. філ. наук: 10.02.2003. Київ, 2003. 15 с.
3. Балабін В. В. Сучасний американський військовий сленг як проблема перекладу: автореф. дис. ... канд. філ. наук: 10.02.16. Київ, 2016. 19 с.
4. Бархударов Л. С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода: электронный ресурс. URL: <http://padabum.com/d.php?id=78160> (17.11.2021).
5. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ: Академія, 2004. 342 с.
6. Беликов В. И. Социолингвистика. Москва: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2001. 315 с.
7. Берджес Е. Механічний апельсин / пер. з англ. О.Буценка. Київ : Рідна мова, 1990. 122 с.
8. Береговская Э. М. Молодежный сленг: формирование и функционирование. *Вопросы языкознания*. 1996. № 3. С. 32–41.
9. Берест Р. В. Словничок комп'ютерного сленгу:електронний ресурс. URL:http://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/nmc.nd/student_nauka/2017-2018/roboty_peremozhciv/molod-kontent.pdf (7.12.2021).
10. Бик І. С. Теорія і практика перекладу III-IV (англійська мова): електронний ресурс. URL: <https://intrel.lnu.edu.ua/course/teoriya-i-praktyka-perekladu> (01.12.2021).
11. Бобахо В. А. Современные тенденции молодежной культуры: конфликт или преемственность поколений? *Общественные науки и современность*. 1996. № 3. С. 56–60.

12. Боднар Р. В. Соціолект підлітків як субкультура сучасного лінгвосоціуму (на матеріалі англійської мови 90-х років ХХ – початку ХХІ століття): автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04. Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2007. 20 с.

13. Бойко Ю. П. Розмовно-просторічна лексика чи мовна девіація: лінгво-перекладацький аспекти. . *Філологічні студії*. Хмельницький, 2021. № 193.

14. Борисова-Лукашанец Е. Г. О лексике современного молодежного жаргона (англизмычные заимствования в студенческом сленге 60-х–70-х годов). Москва: Наука, 1983. С. 104–120.

15. Бузько С. А. Розмовно-просторічна лексика в текстах української постмодерної прози. *Філологічні студії*. 2008. № 2. С. 72 – 78.

16. Бурячок А. А. Функціонально-стилістична оцінка слів у Словнику української мови. Київ: Наукова думка, 1969. № 3. С. 87 – 95.

17. Гаврилова О. Процеси калькування в сучасній українській мові (на прикладах комп'ютерної лексики): електронний ресурс. *Science and Education a New Dimension. Philology*. 2018.

URL: [https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/allhum-2016/paper/viewFile/242./111\(10.12.2021\)](https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/allhum-2016/paper/viewFile/242./111(10.12.2021)).

18. Гальперин И. Р. О термине «сленг». *Вопросы языкознания*. 1956. № 6. С. 106 – 114.

19. Гаревой Габ. Русский язык, 21 век: новые заимствованные слова: електронний ресурс. URL: http://gab-garevoi.narod.ru/inoslova_v_russkom.html (2.12.2021).

20. Глазова О. П. Жаргон і сленг: як ставитись до них словеснику? Електронний ресурс.

URL: http://elibrary.kubg.edu.ua/2651/1/O_Glazova_MD_9_IPPO.pdf (25.11.2021).

21. Грабовий П. М. Молодіжний сленг у системі соціолектів сучасної української мови. *Лінгвістичні студії*. Донецьк, 2008. Випуск 16. URL: <http://litmisto.org.ua/?p=7963> (4.12.2021).

22. Грабовий П. М. Когнітивні параметри українського молодіжного сленгу: автореф. дис. ... канд. філ. наук: 10.02.01. Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т філол. Київ, 2010. 18 с.
23. Грачев М. А. Словарь молодежных сленгов. Горький: Мир книги, 1989. 659 с.
24. Дегтярьова І. О. Стилістичні засоби мовної економії у постмодерністському тексті. Дослідження з лексикології і граматики української мови. 2012. №12. С. 133–141.
25. Дзюшина-Мельник Н. Я. Сучасний жаргон і сучасне розмовне мовлення: електронний ресурс. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/8996/Dzyubyshyna_Suchasnyy_zharhon_i_suchasne.pdf?sequence=1&isAllowed=y (21.12.2021).
26. ДордаВ. Співвідношення студентського сленгу з загальним та спеціальним сленгом: електронний ресурс. URL: https://www.researchgate.net/publication/277819670_Cpivvidnosenna_studentskogo_slengu_z_zagalnim_ta_specialnim_slengom (21.12.2021).
27. Дьолог О. Загальна характеристика складу новітніх англіцизмів в українській мові: електронний ресурс. URL: <http://archive.nndiuvi.org.ua/fulltext.html?id=251> (24.11.2021).
28. Ермакова О. П. Слова, с которыми мы все встречались. Толковый словарь общего жаргона. Москва: Азбуковник, 1999. 320 с.
29. Ерофеева Е. В. Экспериментальное исследование фонетики регионального варианта литературного языка. Пермь, 1997. 83 с.
30. Жовтобрюх М. А. Українська літературна мова. Київ: Наукова думка, 1984. 255 с.
31. Журавлев А. Ф. Иноязычное заимствование в русском просторечии (фонетика, морфология, лексическая семантика). Москва: Наука, 1984. С. 102–120.
32. Запесоцкий А. С. Эта непонятная молодёжь. Москва: Профиздат, 1990. 224 с.

33. Кириенков И. Феминитивы, политизация, заимствования и сетевой сленг: лингвисты – о том, что происходит с русским языком: электронный ресурс. URL: <https://esquire.ru/articles/110832-feminitivy-politizaciya-zaimstvovaniya-i-setevoysleng-lingvisty-o-tom-chto-proishodit-s-russkim-yazykom> (9.11.2021).
34. Коваль А. П. Практична стилістика сучасної української мови. Київ: Вища школа, 1987. № 3 352 с.
35. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): электронный ресурс. URL: http://www.classes.ru/grammar/43.Teoriya_perevoda_Lingvicheskiye_aspekty (22.12.2021).
36. Кондратюк Т. М. Словник сучасного українського сленгу. Харків, Фоліо. 2006. 352 с.
37. Копыленко М. М. О семантической природе молодежного жаргона. *Социолингвистические исследования*. Москва: Наука, 1976. С.76–85.
38. Короткий словник молодіжних сленгізмів: електронний ресурс. URL: <https://sites.google.com/site/leksikologiafrazologia/korotkij-slovník-molodiznihslengizmiv-1> (15.11.2021).
39. Кудрявцева Л. А. Русское городское просторечие: Киев, Русистика, 2001. № 1. С. 4 – 9.
40. Кудрявцева Л. О. Формування загального сленгу в російській мові і відображення цього процесу в різних лінгвістичних джерелах. Київ: Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2004. С. 37 – 42.
41. Ларин Б. А. К лингвистической характеристике города: Несколько предпосылок. Москва: Изв. гос. пед. ин-та им. А.И. Герцена. 1977. С. 189–199.
42. Леонтьев А. А. Национальные особенности коммуникации как междисциплинарная проблема. Объект, задачи и методы этнопсихолингвистики. Москва, 1977. С. 5–14.
43. Лингвистический энциклопедический словарь. Москва: Советская энциклопедия, 1990. 683 с.

44. Лисак Л. К., Іванова О. В. ЩОДО СОЦІОДІАЛЕКТУ СТУДЕНТІВ ТЕХНІЧНОГО ВИШУ. Збірник наукових праць ДонНАБА. Випуск №1. 2015 (1). С. 144–148. URL: https://donnaba.edu.ua/journal/images/2015-1/2015-1_144-148.pdf (12.11.2021).
45. Маковский М. М. Взаимодействие ареальных вариантов «сленга» и их соотношение с языковым стандартом. *Вопросы языкознания*. 1963. № 5. С. 21 – 30.
46. Маковский М. М. Современный английский сленг: онтология, структура, этимология. Москва, 2007. С. 40.
47. Мартос С. А. Молодіжний сленг у мовленнєвій структурі м. Херсона : автореф. дис. ... канд. філ. наук: 10.02.01. Луганськ, 2006. 21 с.
48. Маковский М. М. Языковая сущность современного английского сленга. Москва: Просвещение, 1962. № 4. С. 102-110.
49. Мартос С. А. Молодіжний сленг: міф чи реальність? Вивчаємо українську мову та літературу. 2004. № 11. С. 12–15.
50. Миколенко Т. М. Український міський сленг (на матеріалі усного мовлення тернопільців): автореф. дис. ... канд. філ. наук: спец. 10.02.01. Київ, 2006. 21 с.
51. Миколенко Т. М. Український міський сленг (на матеріалі усного мовлення тернопільців) : автореф. дис. ... канд. філ. наук: 10.02.01. Київ, 2006. 21 с.
52. Мосенкіс Ю. Л. Стан і перспективи дослідження українського молодіжного сленгу. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2004. С. 100 – 102.
53. Набиуллина Е. Е. МЕТОДЫ ПЕРЕВОДА МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В БРИТАНСКОМ И АМЕРИКАНСКОМ ВАРИАНТАХ НА ПРИМЕРЕ СОВРЕМЕННЫХ СЕРИАЛОВ: електронний ресурс. URL: http://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/132057/ilovepdf_com_172_178.pdf?sequence=-1&isAllowed=y (11.11.2021).

54. Низенко Я., Григоренко Н. Основні труднощі адекватного перекладу нестандартної лексики англійської мови: електронний ресурс. URL: http://www.rusnauka.com/16_NPRT_2012/Philologia/6_111668.doc.htm (11.11.2021).
55. Николів І. Сленг та інші соціальні діалекти у працях хорватських лінгвістів. *Мова і суспільство*. 2011. № 2. С. 11–16. URL: <http://sociolinguistics.lnu.edu.ua/ua/issues/02/02.pdf>.
56. Павлова Е., Селифонова Е. СПЕЦИФИКА МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА (НА ПРИМЕРЕ SMS-ПЕРЕПИСКИ). Новосибирск: СибАК, 2015. URL: <https://sibac.info/conf/philolog/lv/43879>.
57. Паршин А. Теория и практика перевода: електронний ресурс. URL: <http://linguists.narod.ru/downloads.html#parshin> (13.11.2021).
58. Пасічник А. В. Сучасні англійські неологізми та способи їх перекладу на українську мову: електронний ресурс. URL: http://confcontact.com/2013_02_20/16_Pasichnik.html (3.11.2021).
59. Петришин О. Л. Новітні англомовні запозичення як засіб міжкультурної комунікації. *Young Scientist*. 2018. № 3.1 (55.1). URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/3.1/33.pdf> (12.11.2021).
60. Погоріла А. І., Тимчук О. Т. Особливості перекладу неологізмів українською мовою: електронний ресурс. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/3.1/35.pdf> (6.12.2021).
61. Поздняков О. В. Номінативні процеси в сучасному німецькому молодіжному слензі (системно-квантитативне дослідження словників і періодичних видань): автореф. дис. ... канд. філ. наук: 10.02.04. Одеський нац. ун-т ім. І.І. Мечникова. Одеса, 2010. 20 с.
62. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови. Київ: Либідь, 1993. 248 с.

63. Популярні слова Словотвір. Майданчик для пошуку, обговорення та відбору влучних відповідників до запозичених слів: електронний ресурс. URL: <https://slovotvir.org.ua/popular> (9.11.2021).
64. Поцулко О. А. Українськомовний комп'ютерний сленг як комунікативна девіація сучасної молоді: електронний ресурс. URL: http://www.tpsjournal.kpu.zp.ua/archive/1_2017/14.pdf(19.11.2021).
65. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації: підручник. Черкаси: видавництво Чабаненко Ю.А., 2011. 350 с.
66. Стернин И. А. Словарь молодёжного жаргона. Воронеж: Логос, 1992. 156 с.
67. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови. Київ, Критика, 2005. 464 с.
68. Семенюк Н. Н. Норма языковая. Москва: 1999.
69. Стишов О. А. Нові іншомовні слова в українськомовних ЗМІ початку ХХІ ст. *Studia philologica*. 2017. № 9. С. 66–75.
70. Тартт Д. Щиголь. Пер. з англ. В. Шовкуна. Київ: Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2018. 832 с.
71. Толковый словарь русского языка. Москва, 1992. 928 с.
72. Фурса О. Англiцизми українського молодіжного сленгу: чинники динаміки та проблеми класифікації. Мова та історія : зб. наукових праць. Київ, 2002. № 61. С. 57–65.
73. Швейцер А. Д. Социальная дифференциация английского языка в США. Москва, 1983. 213 с.
74. Фурса О., Мосенкіс Ю. Український молодіжний сленг як динамічний феномен (станта перспективи досліджень). *Мова та історія*: зб. наукових праць. Київ, 2005. № 83. С. 70–82.
75. Шовгун Н. О. Формування українського сленгу в мовленнєвій діяльності малих соціальних груп: автореф. дис. ... канд. філ. наук: 10.02.01.Київ, 2000. 17с.

76. Щур І. І. Українськомовний комп'ютерний сленг: формування і функціонування: автореф. дис. ... канд. філ. наук: 10.02.01. Київ, 2006. 23 с.
77. Ярцева В. Н. Языкознание: большой энциклопедический словарь. Москва: Большая российская энциклопедия, 1998. 685 с.
78. Burgess A. A Clockwork Orange: London Penguin Group, 1962. 122 p.
79. Tartt, D. The Goldfinch. NY: Little, Brown and Company. 2016. 854 p.
80. 20 гарних українських слів, які замінять популярні запозичення: електронний ресурс. URL: <http://vsviti.com.ua/ukraine/77217> (12.12.2021).

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

81. Карпа І. Довбло і зло: привиди моєї школи, Планета Тьолок. Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2008. 320с.
82. Карпа І. Жовта книга: 50 хвилин. Фройд би плакав. Сні Ієрихона. Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2010. 320с.
83. Карпа І. Піца «Гімалаї». Харків:Клуб Сімейного Дозвілля, 2011. 400с.

Анотація

Сленг – динамічне явище в мовознавстві; соціальні, економічні та політичні процеси сприяють появі нових сленгових понять, які широко використовуються в деяких соціальних колах. Молодіжний сленг відіграє провідну роль у лексичній системі мови і відображає соціокультурні зміни, що відбуваються в суспільстві, в тому числі серед молоді. Це допомагає молодим людям виділитися як особистості в сучасному світі або протестувати проти існуючих соціальних правил і канонів. Молодіжний онлайн-сленг час від часу оновлюється як засіб передачі інформації геймерам, IT-фахівцям, блогерам та іншим, які щодня використовують новітні комп’ютерні технології.

Тому **актуальність дослідження** полягає в систематизації теоретичних поглядів лінгвістів на особливості сленгових лексичних одиниць англійської мови, у визначенні співвідношення нестандартної лексики та сленгу, обґрунтуванні закономірностей вживання та аналізі виражальних можливостей англійського сленгу.

Об’єктом дослідження є молодіжний україномовний сленг.

Предметом дослідження виступають особливості сленгу та способи його перекладу.

Метою цієї роботи є визначення загальних характеристик сленгу на основі зіставлення вітчизняної та англійської термінологічних традицій молодіжної сленгономіації.

Реалізація поставленої мети передбачає розв’язання таких **завдань**:

- дослідити визначення сленгу у вітчизняній та зарубіжній термінологічних традиціях;
- дослідити лінгвопрагматику сучасного англомовного сленгу: витоки, класифікаційні та семантичні ознаки;
- вивчити характерні риси сленгу та особливості його перекладу з української на англійську;
- дослідити український молодіжний сленг на матеріалі досліджуваних творів (І. Карпи «Добло і зло: привиди моєї школи. Планета

Тьолок», «Жовта книга: 50 хвилин. Фройд би плакав. Сни Ієрихона», Піца «Гімалаї»);

– з'ясувати особливості перекладу україномовних молодіжних сленгів на англійську мову.

Матеріалом дослідження слугували твори І. Карпи «Добло і зло: привиди моєї школи. Планета Тьолок», «Жовта книга: 50 хвилин. Фройд би плакав. Сни Ієрихона», Піца «Гімалаї».

Методи дослідження зумовлені його метою та завданнями та включають такі: описовий метод дозволив здійснити таксономію та інтерпретацію неологізмів; контекстуальний метод допоміг у визначенні лінгвальних і позалінгвальних особливостей новотворів та сленгу; кількісний аналіз – у встановленні частотності вживання неологізмів та сленгу у медіатекстах.

Теоретичне значення роботи полягає у тому, що надає можливість виявити основні способи збагачення словникового складу мови та виявити тенденції у розвитку сленгової лексики, які найбільш характерні для української мови на сучасному етапі їх розвитку.

Практичне значення визначається тим, що результати дослідження можуть бути використані для подальшого вивчення сленгу в українській мові. Також у дослідженні представлено особливості та методи сленгового перекладу україномовної художньої літератури, визначено низку ключових моментів, на які перекладач повинен звернути особливу увагу в процесі перекладу та аналізу лексичних інновацій у художній літературі.

Апробація роботи. Результати роботи обговорювались на XIII Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції за міжнародної участі «ForeignLanguagesinUse: AcademicandProfessionalAspects» 17 березня 2021 року в м. Хмельницький у Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова. Основні положення роботи викладені у статті «YouthslanginEnglishandUkrainian» // ForeignLanguagesinUse: AcademicandProfessionalAspects: збірник тез XIII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції за міжнародної участі, Хмельницький:

Хмельницький університеті управління та права імені Леоніда Юзькова, 2021. С. 17-19.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, переліку використаних джерел. Основний зміст дослідження викладено на 62 с. Повний обсяг дослідження – 79 с.

У нашому дослідженні були розглянуті особливості та способи перекладу молодіжного сленгу з української на англійську мову, досліджено визначення сленгу у вітчизняній та зарубіжній термінологічних традиціях. Проаналізовані основні способи перекладу молодіжного сленгу, серед яких вагоме місце посідають транслітерація, калькування, описовий переклад, приблизний переклад, прийом генералізації, аналог та еквівалент.

У ході аналізу творів І. Карпи «Добро і зло», «Жовта книга: 50 хвилин. Фройд би плакав. Сни Ієрихона», Піца «Гімалаї» ми виділили лексеми, сленгізми, які письменниця використовує у творах з метою експресивного забарвлення.

Ми з'ясували, що найпродуктивнішими способами перекладу сленгу є: транслітерація, різні види калькування, абрєвіація та різні види скорочення та усічення, переклад за допомогою прямого включення. Менше використані добір еквівалентів з-поміж української лексики, пошук аналогу, дослівний та описовий переклад, метафоризація.

Вивчення, систематизація та кодифікація англомовних лексем молодіжного сленгу поряд із лексичними одиницями інших соціальних груп сприяє поповненню та збагаченню лексичного багатства сучасної української мови у процесі вивчення мовної картини сучасного мовця.

У висновку відзначимо, що завдання вирішено в повному обсязі, поставлена мета досягнута.

Можливими напрямками подальшої роботи вважаємо дослідження особливостей та методів сленгового перекладу україномовної художньої літератури.

ДОДАТКИ

Додаток А

СЛОВНИК

1. **Мен** – man [81, с. 305].
2. **Сістер** – sister [83, с. 34].
3. **Втирав** – cheat [81, с. 285].
4. **Ніщоброд**– deadbeat [81, с. 285].
5. **Фак** – fuck [83, с. 63].
6. **Тюнінг** – tune-up [83, с. 159].
7. **Фотошопно** – smashing[83, с. 276].
8. **Секс-шопний фешн** – cheesecake[83, с. 311].
9. **Фільмець** – movie [83, с. 22].
10. **Торент** – torrent [83, с. 22].
11. **Відморожений** – wild-assed [83, с. 22].
12. **Спам** – spam [83, с. 10].
13. **До бісу** – shit[83, с. 13].
14. **Хейтити** – hate[83, с. 41].
15. **Краш** – crash[83, с. 18].
16. **Жерти** – grub [83, с. 23].
17. **Мрачняки** – freaky scary [83, с. 23].
18. **Пацик** – dude [83, с. 86].
19. **Тьола** – ball of fire [83, с. 282].
20. **Лошиця** – bubblehead [83, с. 183].
21. **Зануда** – wimp [83, с. 120].
22. **Ігнор** – ghost[81, с. 207].
23. **Лапати** – feel up [81, с. 223])
24. **Козирний** – top-notch [83, с. 182].
25. **Молоток** – hot dog [82, с. 85].
26. **Менти** – copper [83, с. 41].

27. **Телік** – telly [83, с. 18].
28. **Торчок** – mainliner [82, с. 45].
29. **Ловити кайф** – dig [83, с. 45].
30. **Косячок** – doobie [83, с. 84].
31. **Бакси** – green [81, с. 264].
32. **Хейтер** – hater [83, с. 63].
33. **Агритись** – angry [83, с. 120].
34. **Профукати купу грошей** – splashout [82, с. 238].
35. **Бабло** – dead presidents [82, с. 243].
36. **Грошей кури не клюють** – moneyto burn [83, с. 102].
37. **Бухло** – jollor [83, с. 238].
38. **Півас** – booze [83, с. 225].
39. **Хавка** – grub [83, с. 104].
40. **Велика шишка** – top banana [83, с. 132].
41. **Морда** – chevy chase [83, с. 199].
42. **Підмазатися** – butterup [83, с. 107].
43. **Зам'яти** – gloss over [83, с. 204].
44. **Трендіти** – chew the fat [83, с. 115].
45. **Звалити** – bounce [83, с. 136].
46. **З котушок з'їхати** – goare [83, с. 287].
47. **Відстій** – suck [81, с. 53].
48. **Тріпло** – bigmouth [81, с. 86].
49. **Алканавт** – alky [83, с. 155].
50. **Бабла як кіт наплакав** – chickenfeed [81, с. 133].
51. **Чілити** – chill [82, с. 45].
52. **Крейзанутий** – crazy [83, с. 18].
53. **Аутсайдер** – loser [81, с. 91].
54. **Кидати на бабки** – hit up for money [81, с. 114].
55. **Бабло** – dough [83, с. 204].
56. **Піти в запій** – hit the sauce [83, с. 154].

57. **Скажений** – bats [81, с. 91].
58. **Стібатися** – tokill [81, с. 173].
59. **Тусовка** – action [81, с. 185].
60. **Штука** – doofer [83, с. 397].
61. **Намахати** – wangle [83, с. 164].
62. **Балаканина** – yak [83, с. 294].
63. **Малолітка** – jailbait [81, с. 96].
64. **Малоосвітчена жінка** – ball-breaker [81, с. 116].
65. **Кайфувати** – carryaway [83, с. 108].
66. **Блекаут хапанула** – act up [83, с. 76].
67. **Труба** – cellie [82, с. 255].
68. **Відвали** – back off [83, с. 23].
69. **Трабл** – beef [83, с. 27].
70. **Шмаркач** – a little snot [81, с. 238].
71. **Дуріти** – go loco [83, с. 262].
72. **Чуваки** – peeps [82, с. 150].
73. **Район** – hood [82, с. 102].
74. **Фіаско** – dampSquib [83, с. 67].
75. **Рофлити** – rofl [83, с. 84].
76. **Фоловити** – follow [83, с. 225].
77. **Прогулювати** – skive [83, с. 58].
78. **Підкласти свиню** – throughawobbly [82, с. 58].
79. **Відвали** – piss off [330, с. 31].
80. **Вийти з себе** – fly of the handle [83, с. 24].
81. **Відмочити** – wind up [81, с. 222].
82. **Відшити** – curve someone [81, с. 162].
83. **Спалитися** – give away [83, с. 281].
84. **Тьолка** – shawdy [83, с. 267].
85. **Глюк** – bug [81, с. 270].
86. **Гнути** – get it out [83, с. 163].

87. **Наганяй** – rare session [81, с. 183].

88. **Братан** – mate [83, с. 267].

SUMMARY

Slang is a dynamic phenomenon in linguistics; social, economic and political processes contribute to the emergence of new slang concepts that are widely used in some social circles. Youth slang plays a leading role in the lexical system of the language and reflects socio-cultural changes taking place in society, including among young people. This helps young people stand out as individuals in the modern world or protest against existing social rules and canons. Youth online slang is updated from time to time as a means of transmitting information to gamers, IT specialists, bloggers and others who use the latest computer technologies on a daily basis.

Therefore, the **topicality** of the research consists in systematizing the theoretical views of linguists on the features of slang lexical units of the English language, in determining the ratio of non-standard vocabulary and slang, justifying the patterns of use and analyzing the expressive capabilities of English slang.

The object of research is youth Ukrainian-language slang.

The subject of the research is the features of slang and methods of its translation.

The purpose of this work is to determine the general characteristics of slang based on a comparison of Ukrainian and English terminological traditions of youth slang.

The purpose of the Thesis involves completing the following **tasks**:

- To investigate the definition of slang in domestic and foreign terminological traditions;
- To study the linguopragmatics of modern English-language slang: origins, classification and semantic features;
- Learn the characteristic features of slang and features of its translation from Ukrainian to English;
- To study Ukrainian youth slang based on the material of the studied works (I. Karpa "good and evil: ghosts of my school. Planet Of The Chicks", "

Yellow Book: 50 minutes. Freud would have cried. Dreams Of Jericho", Pizza "Himalayas");

– To find out the specifics of translating Ukrainian-language youth slang into English.

The research material was the works of I. Karpa "good and evil: ghosts of my school. Planet of The Chicks", " Yellow Book: 50 minutes. Freud would have cried. Dreams of Jericho", Pizza "Himalayas".

The methods of the scientific research are determined by the purpose and tasks and include the following: the descriptive method allowed the taxonomy and interpretation of neologisms; the contextual method helped in determining the linguistic and extra – linguistic features of neoplasms and slang; quantitative analysis-in determining the frequency of use of neologisms and slang in media texts.

The theoretical significance of the work is that it provides an opportunity to identify the main ways to enrich the vocabulary of the language and identify trends in the development of slang vocabulary, which are most characteristic of the Ukrainian language at the present stage of their development.

The practical significance is determined by the fact that the results of the study can be used for further study of slang in the Ukrainian language. The study also presents the features and methods of slang translation of Ukrainian-language fiction, identifies a number of key points that the translator should pay special attention to in the process of translation and analysis of lexical innovations in fiction.

Proceedings Papers. The results of the Thesis were discussed at the XIII all-Ukrainian student scientific online conference “Foreign Languages in Use: Academic and Professional Aspects” on March 17, 2021 in Khmelnytskyiat the Leonid YuzkovKhmelnyskyiUniversity of Management and Law. The main provisions of our research are reflected in the article «YouthslanginEnglishandUkrainian» // Foreign Languages in Use: Academic and Professional Aspects: collection of abstracts of the XIII all-Ukrainian student scientific online conference with international participation, Khmelnytskyi: Leonid YuzkovKhmelnyskyiUniversity of Management and Law, 2021. P. 17–19.

The structure of the Thesis. The master's Thesis includes an introduction, two sections, a conclusion, and a list of references consisting of 62 titles. The total volume of the master's Thesis is 79 pages.

In our study, we considered the features and methods of translating youth slang from Ukrainian to English, investigated the definition of slang in domestic and foreign terminological traditions. The main methods of translating youth slang are analyzed, among which transliteration, descriptive translation, approximate translation, generalization technique, analog and equivalent occupy a significant place.

After analysing works of I. Karpa "goodandevil", "yellow book: 50 minutes. Freud would have cried. Dreams of Jericho", Pizza "Himalayas" we have identified lexemes, slang that the writer uses in her works for the purpose of expressive coloring.

We found out that the most productive ways to translate slang are: transliteration, various types of calculus, abbreviation and various types of reduction and truncation, translation using direct inclusion. Less used is the selection of equivalents from the Ukrainian vocabulary, the search for an analog, literal and descriptive translation, metaphorization.

The study, systematization and codification of English-language lexemes of youth slang along with lexical units of other social groups contributes to the replenishment and enrichment of the lexical richness of the modern Ukrainian language in the process of studying the language picture of a modern speaker.

In conclusion, it should be noted that the tasks are completed in full, the purpose is achieved.

The possible directions of further researches are the study of features and methods of slang translation of Ukrainian-language fiction to be possible areas of further work.