

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»

Факультет лінгвістики

Кафедра теорії, практики та перекладу англійської мови

«На правах рукопису»

УДК _____

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Л.І. Тараненко

«__» _____ 20__ р.

МАГІСТЕРСЬКА ДИСЕРТАЦІЯ

на здобуття ступеня магістра

зі спеціальності 035 «Філологія»

на тему: «Лінгвокультурні та прагмастилістичні особливості
функціонування та перекладу англомовного сленгу в медіатекстах на
українську мову»

Виконала: студентка II курсу, групи ЛА-301мп

Меняліна Анастасія Геннадіївна

Науковий керівник:

доц. каф. ТППАМ, кандидат пед. н. Тікан Я. Г.

Рецензент:

доц.каф. філол.н. Олійник Л.В.

Засвідчую, що у цій магістерській
дисертації немає запозичень з
праць інших авторів без
відповідних посилань

Студентка

Київ 2021

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Факультет лінгвістики

Кафедра теорії, практики та перекладу англійської мови

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Спеціальність (спеціалізація) – 035 Філологія (035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Л. І. Тараненко

«___» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ
на магістерську дисертацію студенту
Меняліній Анастасії Геннадіївні

1. Тема дисертації «Лінгвокультурні та прагмастилістичні особливості функціонування та перекладу англомовного сленгу в медіатекстах на українську мову», науковий керівник дисертації: Тікан Яна Гаврилівна, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри ТППАМ, затверджена наказом по університету від 16 вересня 2018 р., № 674.

2. Термін подання студентом дисертації: 29 листопада 2021 р.

3. Об'єкт дослідження: сучасний англійський медіа-сленг.

4. Предмет дослідження: лінгвокультурні та прагмастилістичні особливості функціонування та перекладу сленгової лексики у англомовних медіатекстах.

5. Перелік завдань, які потрібно розробити:

1) теоретично обґрунтувати поняття «сленг»;

2) дослідити прагматичні функції, стилістичні особливості сленгу;

- 3) проаналізувати характерні риси та класифікації сленгу;
- 4) схарактеризувати лінгвокультурну специфіку функціонування англомовного сленгу у британському та американському медіадискурсі;
- 5) проаналізувати і встановити типові характеристики медіатексту, розглянути медіадискурс як сферу функціонування сленгової лексики;
- 6) провести перекладацький аналіз сленгу на матеріалі англомовних медіатекстів.

6. Орієнтовний перелік ілюстративного матеріалу: 11 джерел, зокрема періодичні видання Forbes, Complex, Vogue, Rolling Stone та текстів субтитрів Picky Blinders, Skins, Riverdale.

7. Орієнтовний перелік публікацій: тези на науковій конференції «Молодий вчений».

8. Дата видачі завдання: 13.09.2021

Календарний план

о/п	Назва етапів виконання магістерської дисертації	Строк виконання етапів магістерської дисертації	Примітка
1.	<i>План. Теоретична частина (1 та 2 розділи)</i>	13.09.2021 — 01.10.2021	виконано
2.	<i>3 Розділ</i>	04.10.2021 — 29.10.2021	виконано
3.	<i>Чернетка роботи</i>	01.11.2021 — 12.11.2021	виконано
4.	<i>Електронна версія роботи у pdf та подання роботи на антиплагіат</i>	15.11.2021 — 22.11.2021	виконано
5.	<i>Кінцевий варіант роздрукованої роботи у твердій палітурці подано на кафедру для розміщення на сайті</i>	29.11.2021	виконано
6.	<i>Рецензування готової роботи</i>	30.11.2021 — 11.12.2021	виконано
7.	<i>Захисти магістерської дисертації</i>	20.12.2021 — 24.12.2021	виконано

Студентка
Науковий керівник дисертації



А.Г. Меняліна



Я.Г. Тікан

РЕФЕРАТ

Магістерська дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури (58, у тому числі 8 англійською мовою), списку джерел ілюстративного матеріалу (11 джерела) та додатків (6 джерела). Загальний обсяг роботи – 133 сторінки, основний зміст викладено на 86 сторінках.

Невичерпним джерелом сленгу є засоби масової інформації. Порівняно новим явищем стало впровадження сленгу через респектабельні засоби масової інформації, телебачення та Інтернет. На просторах Інтернету своє особливе втілення отримують ділові, масово-інформаційні, рекламні, художні, та інші види медіатекстів. Отже сленгова лексика стала невід'ємною частиною медіа-мови. Адже прагмастилістичною особливістю сленгу є те, що він має яскраво виражений емоційний та експресивний характер, що, в свою чергу, привертає увагу реципієнтів.

Актуальність теми зумовлена тим, що сленг постійно вдосконалюється і розвивається, а також допомагає відобразити лінгвокультурні особливості суспільства. Сленгова лексика стає суттєвою лексичною складовою засобів масової інформації через те, що відрізняється від літературної мови своєю експресивністю.

Об'єктом дослідження виступає сучасний медіа-сленг.

Предметом дослідження є лінгвокультурні та прагмастилістичні особливості функціонування та перекладу сленгової лексики у англомовних медіатекстах.

Мета магістерської дисертації – дослідження та виявлення особливостей функціонування сучасної сленгової лексики на матеріалі англомовних медіатекстів. Розгляд витоків такого різновиду мови, як сленг, розтлумачення прагмастилістичного потенціалу цієї лексики. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань:

- теоретично обґрунтувати поняття «сленг»;
- дослідити прагматичні функції, стилістичні особливості сленгу;
- обґрунтувати характерні риси та класифікації сленгу;

- схарактеризувати лінгвокультурну специфіку функціонування англomовного сленгу у британському та американському медіадискурсі;
- проаналізувати і встановити типові характеристики медіатексту, розглянути медіадискурс як сферу функціонування сленгової лексики;
- провести перекладацький аналіз сленгу на матеріалі англomовних медіатекстів.

Наукова новизна. Науковою новизною магістерської роботи є ґрунтовний аналіз впливу сленгової лексики на засоби масової інформації, а саме на медіатекст, перекладацький аналіз сленгу на матеріалі медіатекстів.

Практична значимість даної роботи полягає в тому, що її результати можуть бути використані для кращого розуміння та сприйняття сленгової лексики у змісті медіатекстів різних жанрів. Отримані висновки також можуть знайти застосування при самостійному ознайомленні з лінгвокультурними особливостями функціонування сленгу в медіатекстах.

Матеріал дослідження. Дослідження особливостей перекладу сленгової лексики в медіатекстах здійснено на матеріалі медіатекстів періодичних видань, а порівняння лінгвокультурних особливостей функціонування сленгу ґрунтується на текстах субтитрів до фільмів. Пошук інформації здійснювався при використанні ресурсів мережі Інтернет, а також різноманітних друкованих джерел.

Методи дослідження. У роботі застосовано загальнонаукові (аналіз, синтез, узагальнення) та власне лінгвістичні методи. При роботі над теоретичним і практичним матеріалом використані такі методи: описовий метод, прийом класифікації, метод суцільної вибірки, метод індукції, кількісний та порівняльний аналіз.

Апробація результатів дослідження. Основні методологічні, теоретичні результати і концептуальні положення дослідження були викладені на Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції з дистанційною участю «Молодий вчений: концептуальні філологічні дослідження, комунікативно-культурний аспект» у м. Дніпро, яка відбулася 6 листопада 2021 року.

Публікації. Основні положення і результати дисертаційного дослідження було висвітлено в 1 публікації у збірнику матеріалів всеукраїнської науково-практичної конференції «Молодий вчений: концептуальні філологічні дослідження, комунікативно-культурний аспект».

Ключові слова: *сленг, лінгвокультура, прагматилістика, прагматика, медіадискурс, ЗМІ, медіатекст, прийоми перекладу.*

ABSTRACT

The master's dissertation consists of an introduction, three chapters, a conclusion and a list of used literature (58), a list of sources of illustrative material (11 sources) and applications (6 sources). The total amount of work – 133 pages.

An inexhaustible source of slang is the mass media. A relatively new phenomenon is the introduction of slang through respectable media, television and the Internet. In the vastness of the Internet, business, mass information, advertising, artistic and other types of media texts get their special embodiment. So slang vocabulary has become an integral part of the media language. After all, the pragmatic feature of slang is that it has a pronounced emotional and expressive character, which, in turn, attracts the attention of the recipients..

The relevance of the topic is due to the fact that slang is constantly being improved and developed, and also helps to reflect the linguocultural characteristics of society. Slang vocabulary is becoming an essential lexical component of the mass media due to the fact that it differs from the literary language in its uniqueness and expressiveness.

The object of the research is modern media slang.

The subject of the research is the linguocultural and pragma-stylistic features of the functioning and translation of slang vocabulary in English media texts.

The aim of the research is to research and identify the features of the functioning of modern slang vocabulary based on the material of English-language media texts. Consideration of the origins of such a type of speech as slang, the interpretation of such vocabulary. Achieving this goal involves the solution of the following tasks:

- theoretically substantiate the concept of "slang";
- to explore pragmatic functions, stylistic features of slang;
- to substantiate the characteristics and classifications of slang;
- to characterize the linguistic and cultural specifics of the functioning of English slang in the British and American media discourse;
- to analyze and establish typical characteristics of media text, to consider media discourse as a sphere of functioning of slang vocabulary;

- to conduct a translation analysis of slang on the basis of English-language media texts.

The originality. The scientific originality of the master's thesis is thorough analysis of the influence of slang vocabulary on the media, namely on the media text, translation analysis of slang on the material of media texts.

The practical value of this work is that its results can be used for better understanding and perception of slang vocabulary in the content of media texts of different genres. The findings can be used for independent acquaintance with the linguocultural features of the functioning of slang in media texts..

The research material. The study of the features of the translation of slang vocabulary in media texts was carried out on the material of media texts of periodicals, and the comparison of the linguocultural features of the functioning of slang is based on the texts of subtitles for films. The search for information was carried out using the resources of the Internet, as well as various printed sources.

Research methods. The work uses general scientific (analysis, synthesis, generalization) and linguistic methods. When working on theoretical and practical material, the following methods were used: descriptive method, classification method, continuous sampling method, induction method, quantitative and comparative analysis.

Approbation of research results. The main methodological, theoretical results and conceptual provisions of the research were presented at the All-Ukrainian student scientific and practical conference with remote participation «Молодий вчений: концептуальні філологічні дослідження, комунікативно-культурний аспект».

Publications. The main statements and results of the dissertation research were reflected in 1 publication in the collection of materials of the All-Ukrainian scientific and practical conference «Молодий вчений: концептуальні філологічні дослідження, комунікативно-культурний аспект».

Ключові слова: *slang, linguistic culture, pragmatilistics, pragmatics, media discourse, media, media text, translation techniques.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	11
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ СЛЕНГУ, ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ	15
1.1 Етимологія терміну «сленг»	15
1.2 Лінгвокультурні та прагмастилістичні особливості сленгу.....	19
1.3 Сленг як мовне явище: його ознаки та різновиди	23
1.4 Прагматичні функції та стилістичні особливості сленгу.....	32
Висновки до розділу I	35
РОЗДІЛ II. МЕДІАТЕКСТ, ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ТА ПРАГМАСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛОМОВНОГО СЛЕНГУ У МЕДІАТЕКСТАХ	36
2.1 Поняття медіатексту, його специфіка та особливості.....	36
2.2 Види та класифікації медіатексту	39
2.3 Прагмастилістичні особливості функціонування сленгу в медіатекстах	44
2.4 Лінгвокультурні особливості функціонування англомовного сленгу у британському та американському медіадискурсі	47
Висновки до розділу II.....	52
РОЗДІЛ III. ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВІДТВОРЕННЯ СЛЕНГУ У АНГЛОМОВНИХ МЕДІАТЕКСТАХ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ	54
3.1 Специфіка перекладу англомовної сленгової лексики	55
3.2. Способи перекладу сленгової лексики.....	57
3.3 Перекладацький аналіз способів відтворення англомовного сленгу у медіатекстах українською мовою	63
3.4 Порівняльний перекладацький аналіз лінгвокультурних особливостей британського та американського сленгу (на основі текстів субтитрів)	80

Висновки до розділу III.....	92
ВИСНОВКИ	94
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	97
ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	101
ДОДАТОК А «Способи перекладу сленгу в медіатекстах»	103
ДОДАТОК Б «Способи перекладу сленгу в британських текстах субтитрів»	124
ДОДАТОК В «Способи перекладу сленгу в американських текстах субтитрів»	129
ДОДАТОК А.1	131
ДОДАТОК Б.1	132
ДОДАТОК В.1.....	133

ВСТУП

Вже не одне десятиліття лінгвісти, психологи, соціологи і культурологи досліджують такий феномен, як сленг. Цей факт пояснюється безперервним процесом поповнення лексичного складу мови. Сленг в медіатексті – це один з лінгвістичних засобів впливу на читача, формування його світогляду, поведінки, сприйняття та оцінки навколишнього середовища, що й пояснює причини зростання його популярності.

Мова – найпотужніший лінгвокультурний засіб регуляції діяльності людей у абсолютно різних сферах. Мова як знаряддя спілкування, що відображає особливості його носіїв, їх культуру та історію, реагує на всі зміни в суспільстві. Новий світ швидко рухається вперед та розвивається, а разом з ним у постійному розвитку знаходиться мова. Всі зміни та події, які охоплюють суспільство, впливають на живий розвиток розмовної мови і додають у мову суспільства нові вирази й фрази. Людське спілкування – один з найважливіших показників освіченості та ерудованості. Від того як буде відбуватися спілкування залежить сприйняття людини суспільством, його авторитет у суспільстві та у професійній діяльності. Основним елементом спілкування є мова. Мова відображає культурно-історичний фон кожної епохи та, як правило, є повністю зрозумілою тільки людям, що живуть в цю епоху. Найбільш жваво реагує на всі події в житті сленг молоді.

Сленг, будучи невід'ємною частиною мови і, відповідно, мовлення є однією з основних і найбільш проблематичних аспектів лексикології, оскільки відображає лінгвокультурні особливості соціуму, який його вживає. Сленг – це той вид лексики, який не збігається з літературною нормою.

Невичерпним джерелом сленгу є також засоби масової інформації. Порівняно новим явищем стало впровадження сленгу через респектабельні засоби масової інформації, телебачення та Інтернет. На просторах Інтернету своє особливе втілення отримують ділові, масово-інформаційні, рекламні, художні, та інші види медіатекстів. З одного боку, в інтернеті представлені «чисті» види дискурсів та

жанрів мовлення (офіційні документи на сайтах – діловий дискурс; статті, дисертації, реферати – прояв наукового дискурсу). З іншого ж боку, функціонуючи в віртуальному просторі «первинні» дискурси відчують на собі вплив інших дискурсів. Таким чином, інтернет створює середовище для взаємопроникнення одних дискурсів в інші і сприяє їх взаємодії між собою.

Це явище можна охарактеризувати як позитивне, адже якщо подібні лексичні перетворення відбуваються в рамках мови культури, це надає їй самобутність, розвиваючи її обсяг і потенціал.

Сленгова лексика стала невід'ємною частиною мови засобів масової інформації, а саме її використання у медіатекстах, розвиток цих ЗМІ, особливо в другій половині ХХ століття, зробило їх головним каналом поширення соціальної інформації в сучасному суспільстві. ЗМІ, в першу чергу електронні, на рубежі століть отримали можливість формувати у людей мову, словниковий запас і мовні норми. Адже прагматилістичною особливістю сленгу є те, що він має яскраво виражений емоційний та експресивний характер.

Актуальність даного дослідження зумовлена тим, що сленг як мовне явище постійно вдосконалюється і розвивається: з'являються все нові вирази, які швидко стають популярними і активно використовуються в мові. Сучасне суспільство, не тільки молодь, а й освічені дорослі люди використовують сленг все частіше і частіше, що, в свою чергу, сприяє розвитку культури мови і вживання мовних засобів у різних ситуаціях мовного спілкування. Саме тому актуальним є дослідження ролі сленгової лексики, її місця та функцій в англійському дискурсі залежно від сфери використання. Адже сленг – невід'ємна частина мови, що є однією з основних аспектів лексикології, оскільки допомагає відобразити лінгвокультурні особливості суспільства. Сленгова лексика завжди вирізнялася своєю експресивністю, тому і зуміла стати суттєвою лексичною складовою засобів масової інформації. А з початком поширення інформації через електронні системи і зовсім знайшла здатність формувати мовні норми. Саме тому доцільним вважається розгляд сленгу на прикладі медіатекстів.

Ступінь розробленості проблеми у науковій літературі.

Питаннями дослідження сленгу займалися такі вітчизняні та закордонні науковці як І. Р. Гальперін, І.В. Арнольд, Т.А. Соловйова, В.Дж. Бурк та інші.

Значний внесок у формулюванні концепції медіатексту зробили такі вчені: Т. Дейк, М. Монтгомер, А. Белл, Р. Фаулер, В. Богуславська, Т. Добросклонська, І. Лисакова, Т. Чернишова, І. Рогозіна, В. Здоровега, А. Мамалига, О. Пономарів, В. Різун, В. Павлик та ін. Дослідження названих учених окреслили коло питань, пов'язаних зі структурою, різновидами, ознаками, особливостями, категоріями та параметрами медіатексту.

Об'єктом дослідження є сучасний медіа-сленг.

Предмет дослідження є лінгвокультурні та прагмастилістичні особливості функціонування та перекладу сленгової лексики у англомовних медіатекстах.

Мета даної роботи – дослідження та виявлення особливостей функціонування сучасної сленгової лексики на матеріалі англомовних медіатекстів. Розгляд витоків такого різновиду мови, як сленг, розтлумачення такої лексики. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань:

- теоретично обґрунтувати поняття «сленг»;
- дослідити прагматичні функції, стилістичні особливості сленгу;
- обґрунтувати характерні риси та класифікації сленгу;
- схарактеризувати лінгвокультурну специфіку функціонування англомовного сленгу у британському та американському медіадискурсі;
- проаналізувати і встановити типові характеристики медіатексту, розглянути медіадискурс як сферу функціонування сленгової лексики;
- провести перекладацький аналіз сленгу на матеріалі англомовних медіатекстів.

Методи дослідження При вирішенні поставлених вище завдань були використані наступні методи і прийоми: описовий метод, прийом класифікації, метод суцільної вибірки, метод індукції, кількісний та порівняльний аналіз..

Матеріалом дослідження слугують медіатексти періодичних видань та субтитри до фільмів. В ході роботи використовувалися інформаційно-комунікаційні технології, були здобуті навички роботи з інформацією різного типу. Пошук інформації здійснювався при використанні ресурсів мережі Інтернет, а також різноманітних друкованих джерел.

Наукова новизна дослідження визначається ґрунтовним аналізом впливу сленгової лексики на засоби масової інформації, а саме на медіатекст, перекладацький аналіз сленгу на матеріалі медіатекстів.

Практична значення роботи у тому, що отримані висновки і результати можуть бути використані для кращого розуміння та сприйняття сленгової лексики у змісті медіатекстів різних жанрів.

Апробація результатів дослідження Основні методологічні, теоретичні результати і концептуальні положення дослідження були викладені на Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції з дистанційною участю «Молодий вчений: концептуальні філологічні дослідження, комунікативно-культурний аспект» у м. Дніпро, яка відбулася 6 листопада 2021 року.

Публікації Тези, опубліковані у фаховому виданні «Молодий вчений: концептуальні філологічні дослідження, комунікативно-культурний аспект».

Структура роботи. Робота складається зі вступу, основної частини, висновків до розділів та загальних висновків, списку використаної літератури (58 найменувань, у тому числі 8 іноземною мовою), ілюстративного матеріалу (11 джерел) та додатків (6 джерел). Загальний обсяг роботи сторінок – 133 сторінки. Основний зміст викладено на 86 сторінках.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ СЛЕНГУ, ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ

За допомогою мови культури різних країн виражають свою сутність. Мова – це той засіб, який відображає історичний та культурний фон кожної епохи та є повністю зрозумілий людям, які живуть в цю епоху. Уся лексика будь-якої мови розділяється на літературну та нелітературну. Увага дослідників до різних видів нелітературної лексики, особливо до такої специфічної, як сленг, існувала завжди. І це цілком зрозуміло, оскільки сленг цікавий своєю метафоричністю, виразністю і «нетрадиційними» номінаціями.

Автори часто вводять сленг у свої тексти, переслідуючи стилістичні цілі: для надання мові ефекту новизни, незвичайності, для передачі певного настрою, конкретності, експресії, стислості та образності. Сленг позбавляє також від штампів і кліше. І, нарешті, лінгвокультурною особливістю є те, що сленг є нерозривною частиною будь-якої розвиненої природної національної мови і виникає як неминучий наслідок кодифікації, що властива тільки його літературній версії. Особливо важливим є розвиток сленгових виразів, оскільки в процесі нашої життєдіяльності, ми постійно вводимо, використовуємо нові слова, вирази.

У першому розділі проаналізовано саме поняття «сленг» як мовне явище, його прагмастилістичні та лінгвокультурні риси, історія дослідження та класифікації. Питаннями дослідження сленгу займалися такі вітчизняні та закордонні науковці як І. Р. Гальперін, І.В. Арнольд, Т.А. Соловйова, В.Дж. Бурк та інші.

1.1 Етимологія терміну «сленг»

Походження поняття сленгу досі є неясним та спірним, саме тому одним з найбільш примітних явищ в лінгвістиці слід визнати серйозні спроби вчених

підійти до вирішення проблеми сутності «сленгу». Щоб розібратися в різноманітті сучасних визначень поняття «сленг», перш за все, слід вивчити його етимологію, простежити еволюцію цього явища.

У письмовому вигляді слово «сленг» було зафіксовано в Англії у 18 столітті. А щодо появи слова «сленг» вперше в усному мовленні невідомо. Поняття «сленг» у цей період часу означало образу. Тільки у 1756 році цей термін ідентифікували як «мову низького вульгарного типу» (*language of low or vulgar type*), а згодом у 1802 році поняття «сленг» розуміють як «жаргон певного класу або періоду» (*The cant or jargon of a certain class or period*). Багато вітчизняних дослідників англійського сленгу (Л.С. Бурдин, Г.А Судзиловський, А.Д. Швейцер та ін.) розуміють сленг як загальноанглійське лексичне просторіччя, незважаючи на те, що у вітчизняній лінгвістиці поняття «просторіччя» – це, в протилежність літературній мові, розмовна мова в цілому. Так, наприклад, В.А. Хомяков в одній зі своїх книг вказав, що у 1818 році «сленг» визначали як «мову високого розмовного типу, нижчого за рівень стандартної освіченої мови» [48, с. 43]. Приблизно у 1850 році цей термін став використовуватися ширше, як позначення просторічної «незаконної лексики». На цей час з'являються синоніми слова «сленг» – «*lingo*» та «*argot*», які використовувалися кольоровим населенням здебільшого нижчими шарами суспільства [44, с. 3]

В кінці 19 століття сленг розглядається як запозичення зі скандинавських мов. Наприклад, дослідники Е. Уїклі та Г. Уайлд і вважають, що термін «сленг» походить з норвезького «*slenja-ord*», в значенні «нове сленгове слово», *slenja-namn* «прізвисько» і «*slenja-kjeften*», що означає «ображати когось». Існує аналогічна ідіома з подібним значенням «*to sling the jaw*» в англійській мові, але нині вона вважається застарілою. За даними авторитетного етимологічного словника Скиту, таке тлумачення походження поняття «сленг» використовується в деяких відомих словниках англійської мови [13].

В кінці минулого століття інтерес до питання етимології терміну «сленг» продовжує цікавити дослідників, виникають нові позиції, більш-менш

аргументовані, але які також не отримали суцільного визнання. Так, наприклад, Е. Партрідж передбачає, що сленг за своєю етимологією може бути «зіпсованим». Крім того, гіпотеза Е. Партріджа вважається найбільш загальною та достовірною. Він зазначає, що слово сленг, скоріше за все, пов'язується з дієсловом “to sling” (говорити, висловлюватися), що підтверджує існування таких словосполучень як “sling words”, засвідчених ще в епоху Чосера, а також деяких пізніх сленгових словосполучень з еквівалентним дієсловом: sling language (розмовляти); sling the language (розмовляти іноземною мовою); sling a yarn (брехати). [13].

Проблемою вивчення сленгу займалися такі вітчизняні та іноземні мовознавці як І.Р. Гальперін, В.А. Хомяков, І.В. Арнольд, Т.А. Соловйова, М.М. Маковський, С.Б. Флекснер, В. Фріман, А. Баррере, Ч. Леланд, , В. Дж. Бурк та ін.

В перекладі з англійської мови термін «сленг» означає:

- мова соціально чи професійно відокремленої групи в протилежність літературній мові;
- варіант розмовної мови (в тому числі експресивно забарвлені елементи мови), що не збігаються з нормою літературної мови [35, с. 35].

У «Словнику іншомовних слів» слово «сленг»:

- Це слова або вирази, які вживаються людьми певних професій або класових прошарків, жаргон [40, с. 384].

У той час як у «Словнику лінгвістичних термінів» О.С. Ахманової наведено два значення терміну «сленг»:

1. Розмовний варіант професійного мовлення;
2. Елементи розмовного варіанту тієї або іншої професійної, соціальної групи, які, впроваджуючись в літературну мову або взагалі в мову людей, що не мають прямого відношення до певної групи осіб, набувають в цих різновидах мови особливе емоційно-експресивне забарвлення [3 с. 48].

А ось у «Словнику іноземних слів для школярів» та в «Шкільному тлумачно-етимологічному словнику» (Г.М. Афоніна) термін «сленг» тлумачиться однаково, як слова або вирази, які характеризують мову певних соціальних чи вікових груп людей, сленг – запозичене з англійської – те саме, що і французький жаргон або арго. Тобто автори цих словників вважають, що слова жаргон, арго і сленг – синоніми.

Розглянемо гіпотези деяких дослідників з даного питання. Так, наприклад, вітчизняний вчений Т. Кондратюк пропонує таке визначення терміну: «сленг – надзвичайно потужна, жива, вільна мовна стихія, що відіграє роль індикатора нашої індивідуальної й соціальної психології» [41, с. 3]. На думку лінгвіста І.В. Арнольда сленг включає лише розмовні слова і вирази з грубуватим чи жартівливим емоційним забарвленням, неприйнятим в літературній мові [1, с. 65].

У свою чергу І.Р. Гальперін, тлумачить сленг як: «той пласт лексики і фразеології, який проявляється у сфері живої розмовної мови в якості розмовних неологізмів, які легко переходять у сферу загальноприйнятої розмовної літературної лексики» [13]. Найбільш повною та точною є дефініція І.Р. Гальперіна заснована на вивченні лексикографічних приміток, тож він не допускає існування сленгу в якості окремої самостійної категорії і вважає, що одне і те саме слово в різних словниках дається з позначками «сленг», «просторіччя» або без жодних приміток, що свідчить на користь літературної норми. Тому, І.Р. Гальперін пропонує використовувати термін «сленг» як синонім англійського слова «жаргон» [14, с. 107-114].

Іншу гіпотезу визначення сленгу запропонував В. Хом'яков: «сленг – відносно стабільний для певного періоду, широко розповсюджений та загальнозрозумілий пласт нелітературної лексики і фразеології в середовищі живої розмовної мови, вельми неоднорідний за своїм генетичним складом та ступенем наближення до літературної мови; має яскраво виражений емоційно-експресивний оцінний характер, що часто є протестом – насмішкою над соціальними, етичними, естетичними, мовними та іншими умовностями й авторитетами» [49, с. 8].

Таким чином, етимологія терміну «сленг» являє собою одну з проблем лексикографії та залишається до сих пір не до кінця розкритою. Отже, сленг – багатогранне та поширене явище. Воно включає цілу низку понять, які взаємопов’язані між собою. Єдиного і всеосяжного визначення сленгу немає і дотепер. Ми ж у своїй роботі будемо керуватися гіпотезою І.Р. Гальперіна, тому що вона спирається на вивченні лексикографічних приміток та є більш точною.

1.2 Лінгвокультурні та прагмастилістичні особливості сленгу

Перш за все, мова – це відображення культурно-історичного фону окремої епохи та, здебільшого, є цілком зрозумілою тільки людям, що живуть в епоху цього часу. Сленг є засобом маркування приналежності мовця до певної соціальної групи.

Тож, сленг являє собою мовний соціолінгвістичний феномен який виокремлює невеликі групи людей у великому суспільстві, в результаті чого утворився пласт нелітературної розмовної лексики. Виділяють багато причин виникнення сленгу, але основними причинами його існування є:

- Експресивність та прагнення до відмежування та самоствердження певної соціальної групи.
- Сленг відображає картину світу певного соціуму, що дає змогу визначати розбіжності в характерних особливостях світобачення членів соціуму, що залежить від соціокультурних або вікових параметрів.

У сучасній лінгвістичній прагматиці відстежуються дві тенденції: вивчення прагматичного потенціалу мовних одиниць (слів, речень, текстів) та дослідження взаємодії комунікантів у процесах мовного спілкування. Мовці використовують знання, переконання та припущення і в будь-якій мовленнєвій ситуації щонайменше один учасник намагається мовними засобами змінити думку (наприклад, спонукаючи іншу людину до певної дії) або знання про когось чи щось

(розповідаючи щось нове). Прагматика вивчає умови, методи та наслідки сприяння чи перешкоджання втіленню мети мовця: вона досліджує що мають на увазі ті, хто використовує мову, що є зрозумілим у їхній мові, що вони роблять і як вони роблять це у реальних ситуаціях [54, с. 576].

Прагмастилістика – це стилістика, але з прагматичним компонентом. Вивчаючи стилістичні потенції мови чи певної конструкції, або аналізуючи конкретний текст, прагмастилістика звертає особливу увагу на ті функційні можливості, які мовець може обрати або вже обрав із ряду доступних форм певної мови, що були б семантично еквівалентні і можуть досягати різних цілей різними способами. Тобто вибір форм визначається, дивлячись на те, якого ефекту потрібно досягти (експресивного, афективного та ін.), комунікативними якостями, що поставлені за мету (чіткість, ефективність та ін.) та контекстом чи ситуацією (що вже є відомим та що нове, відносини між мовцем та слухачем, відстань) [54, с. 582].

Прагматичний аналіз спрямований на вивчення видів вживання мови, що починається з виразу або речення і закінчується дискурсом чи текстом, усним або письмовим. Прагматична стилістика фокусується на мові у вжитку, а також на значенні контекстуальних чинників, наприклад на лінгвістичних, соціальних, культурних, авторських контекстів, на творенні та сприйнятті тексту [55, с. 3].

Однією з прагмастилістичних характеристик сленгу є те, що людина певним чином самовиражається, адже літературна мова часто не надає можливості висловити думку емоційно. Через те, що сленг є іноді дещо грубуватим та надає мовленню експресивного забарвлення, використання такого типу лексики стає більш розповсюдженим у сучасному світі. Наприклад, в суто стилістичних цілях сленгова лексика використовується свідомо в розмовній мові задля того, щоб надати висловлюванню ефекту жвавості та образності, створити ефект новизни, незвичайності, для передачі певного настрою мовця, а також щоб уникнути штампів та кліше [6, с 28].

Сленг має широкий обсяг вживання. Велика кількість людей, не тільки молоде покоління, а й дорослі люди вживають у своєму мовленні сленг для того, щоб бути сучасними, стильними та неформальними. Також використання сленгу свідчить про легкість та близькість спілкування, який має відтінок відвертості та щирості. Найчастіше емоційно забарвлені сленгові вирази вживаються в переносному значенні. Молодіжний сленг характеризується своєю гнучкістю, жвавистю та непередбаченою дотепністю. Сленг вирізняється своїм влучним гумором, гротескним піднесенням безглуздої або смішної сторони предметів чи явищ, які вони позначають. Сленгова лексика поширюється майже на всі сфери життя, описує майже всі ситуації, тому що сленгове слово народжується як результат емоційного ставлення мовця до предмета розмови.

Вчені лінгвісти розходяться у думці щодо стилістичної оцінки сленгу. Наприклад, деякі лінгвісти вважають, що сленг – паразитний шар лексики, якого треба позбутися, адже він псує та забруднює літературну мову. В той час як інші дослідники такі як С.І. Хаякава С. Флекснер, навпаки, вважають, що сленг сприяє удосконаленню та збагаченню мови, це той елемент, який надає мові образності та емоційності. Наприклад, у Словнику Вебстера у визначенні терміну сленг акцентується увага на тому, що сленг робить мову жвавішою та виразнішою [13, с. 109]. Аналізуючи американський сленг, вчений С.І. Хаякава писав, що сленгова лексика – це «поезія повсякденного життя». Американський лінгвіст С. Флекснер ідентифікував сленг як: «Свідомо зорієнтований на аморальність, цинізм та жорстокість. Сленгове слово з'являється як наслідок емоційного ставлення того, хто говорить, до предмета розмови, його прагнення виділитися на фоні співрозмовників та відокремитися від них» [53, с. 29].

Тож найважливішою прагмастилістичною властивістю сленгової лексики є грубо-цинічна експресивність, зневажлива і жартівлива образність, іронічне або презирливе забарвлення, що за своєю структурою відрізняє її від синонімічних літературних слів і словосполучень.

Лінгвокультурологія – галузь мовознавства, яка вивчає взаємозв'язок і взаємодію культури та мови в її функціонуванні й узагальнює цей процес як цілісну структуру одиниць у єдності мовного й культурного змісту за допомогою системних методів з орієнтацією на сучасні пріоритети, суспільні цінності та норми культури [23]. Мовознавці Є. М. Верещагин та В. Г. Костомаров визначали лінгвокультурний концепт як деякий елемент у мовній свідомості, який представлений значеннями, що виражаються лексичними, фразеологічними, етикетними формулами, а також тактиками мовленнєвої поведінки, які відображають фрагменти соціального життя, що постійно повторюються [8, с. 56].

Мова – це частина картини світу її носія, в той час як сленг – це мовна картина світу молоді. Сленгізм стає атрибутом молодіжної культури. З означеного стає відомо, що лінгвокультурні елементи структурують національно-мовну картину світу.

К.Л.Бондаренко зазначає, що «підсистеми мовного субстандарту мають неабиякий вплив на національну мовну картину світу, репрезентуючи стихійну, мінімально оброблену мовну реальність» [7, с. 7].

Щодо лінгвокультурних особливостей сленгу, сучасний англомовний сленг становить 10–20% словників. Він притаманний мовленню у Великій Британії, Австралії, Канаді, США та інших англомовних країн. Сленг – доволі поширене явище, він є засобом спілкування у найрізноманітніших прошарках населення і корінням у сиву давнину.

Видатний мовознавець, фахівець у галузі сленгу й укладач словника сленгу Ерік Партрідж визначає: «Сленг – стародавній, як світ. Сленг був і в грецькій, і в латинській мовах – адже люди завжди залишалися людьми, вони завжди прагнули пожвавити мову, урізноманітнити її образними слівцями і фразами, змінюючи на свій лад незрозумілі вчені та офіційні слова. Сленг далекий від будь-якої піднесеності, урочистості, пишномовності». Також автор зазначає, що сленгова лексика характеризується бажанням «нічого не сприймати серйозно» [13, с. 108].

Сленгові новоутворення реалізуються та створюють особливий тип мовлення для певних груп людей, які об'єднані спільними інтересами. Це свідчить про те, що сленг не є цілісною системою й охоплює загальномолодіжний жаргон, що характеризує мову певного покоління, і спеціальні молодіжні жаргони. Основна особливість сленгу – це його спільність для всіх соціальних груп носіїв мови. В науковому сенсі цінність таких визначень невелика, хоча з них усе ж таки видно, що сленг вважають мовою простолюття й основою для появи національного словника, він може бути показником низького соціального статусу його користувачів.

Вчений У.Потятиник розглядає американський сленг як особливий соціостилістичний субваріант ненормативної англійської мови у США, для якого характерні: неоднорідність складу, соціопсихологічна мотивація вживання, соціостилістична зниженість повідомлення, більш чи менш обмежена функціональність, домінування конотативного компонента над денотативним [38, с. 38].

Тож сленг – це багатство різноманітних мовних асоціацій, що являє собою ефективний семантичний засіб вираження індивідуальності, прояву думок та почуттів у різних ситуаціях. Проте саме молодіжна сленгова лексика відображає ті реалії та особливості світобачення молоді, які відрізняються від інших носіїв національної мови.

1.3 Сленг як мовне явище: його ознаки та різновиди

Лексика (з грец. *lexicos* - словниковий, словесний) – це сукупність слів певної мови, її окремих сфер чи діалектів [43, с. 443].

Лінгвісти поділяють англійську мову, як і будь-яку іншу мову на дві групи: літературну і нелітературну. До літературної лексики (Standard English) відносяться: книжкові слова, стандартні розмовні слова, нейтральні слова. Ця

лексика вживається в літературі, в усному мовленні та в офіційно-діловому стилі. Та нелітературна лексика (Non Standard), яку поділяють на професіоналізми, вульгаризми, жаргонізми, арго та сленг. Ця частина лексики відрізняється розмовним, неофіційним характером та емоційною забарвленістю [19, с. 34].

В літературній мові переважає діловий та урочистий характер і може виражатися:

- в письмовій формі (книжковий варіант).
- в усній формі (стандартний розмовний варіант).

Нелітературну мову вживають люди різного віку, професій. Цей вид мови формується людьми, які належать до певних груп, які мають різні інтереси. Здебільшого ця частина лексики позбавлена будь-яких офіційних формальностей та умовностей. Нелітературна мова відрізняється розмовним характером та емоційною забарвленістю. Залежно від сфер спілкування вона поділяється на такі групи:

- жаргонізми;
- професіоналізми;
- вульгаризми;
- арго;
- сленг.

Соціальні діалекти - це різновид мови, який використовує та чи інша соціальна спільність або група людей. Соціальні діалекти містять у собі цілий ряд генетично, функціонально і структурно різних явищ.

Жаргонізми – соціальний діалект; відрізняється від літературної мови специфічною лексикою і вимовою, але не має власної фонетичної і граматичної системи. Як правило, це словник розмовного мовлення людей, зв'язаних певною спільністю інтересів [43, с. 297].

Професіоналізми – різновид діалекту, який об'єднує людей однієї професії або одного роду занять [43, с. 737].

Вульгаризми – це грубий лексикон, який формується та використовується людьми низького соціального статусу: тюремщиками, торговцями наркотиками та безпритульниками. Такі вирази зазвичай не вживаються освіченими людьми в суспільстві. [43, с. 28].

Арго – мова вузької соціальної чи професійної групи, визначається головним чином наявністю слів, незрозумілих для сторонніх. Діалекти, що складаються з більш-менш довільно видозмінних і поєднаних елементів однієї або декількох природних мов, що штучно формується окремою соціальною групою з метою мовного відокремлення (зазвичай в усному спілкуванні), відділення від інших частин цієї мовної спільності, іноді в якості таємних мов [43, с. 34].

Сленгова лексика характеризується своєю загальновідомістю, відзначається деякою соціальною обмеженістю, вона не має чіткої соціально-професійної орієнтації, таку лексику можуть вживати представники різного соціального та освітнього статусу. Сленг характерний для усного мовлення та формується за межами норм літературної англійської (Standard English). Розглянуто трактування терміну «сленг» з різних джерел:

Сленг – жаргонні слова або вирази; розмовний варіант тієї чи іншої соціальної або професійної групи [43, с. 810].

Сленг – це слова, що часто розглядаються як порушення норм стандартної мови. Це дуже виразні, іронічні слова, що слугують для позначення предметів, про які говорять в повсякденному житті [42, с. 34]. Залежно від сфери вживання сленг можна підрозділити на загальновідомий і загальноживаний (General Slang) і маловідомий і вузько уживаний (Special Slang).

Мова залишається динамічною системою, яка постійно поповнює свій склад та розвивається, а існування різноманітних діалектизмів, сленгізмів доводить, що лексичний склад будь-якої мови містить велику кількість сленгових утворень.

В англійській лінгвістиці питання визначення терміну «сленг» є одним з найбільш суперечливих. Слово «сленг» використовується не тільки в англо-американській, але й в російській, французькій, німецькій, чеській лексикографічній практиці. Деякі вчені ділять англійську мову на власне англійську мову і сленг. Цей факт доводить, що сленг становить важливу частину англійської мови. Велика кількість науковців, які розглядають це питання, ідентифікують термін «сленг» як позначення відповідного пласта лексики і фразеології природної мови. На шкалі функціональних стилів англійської мови сленг розташовується відразу ж після розмовного, за ним слідує жаргоні і вульгаризми [14, с. 32]. Відмінна риса сленгу – його вторинне утворення в порівнянні з жаргоном, оскільки він черпає свій матеріал перш за все з соціально-групових і соціально-професійних жаргонів. Але крім жаргонізмів, сленг включає в себе окремі просторіччя, вульгарні слова. Однак при подібному запозиченні відбувається метафоричне переосмислення і розширення значення запозичених одиниць. Сленговими словами властива завищена експресія та мовна гра [34, с. 56].

Останнім часом сленг опановує письмові форми таких мовних дискурсів, як художня література та публіцистика. Переважно неперепарованим він виявляється в приватному онлайн-листуванні користувачів Інтернету та мобільного зв'язку [17, с. 32].

Лінгвіст Г.А. Судзиловський зазначає, що під терміном «сленг» зазвичай об'єднуються найрізноманітніші поняття. У своєму дослідженні «Сленг - що це таке?» автор зазначає, що під терміном «сленг» зазвичай об'єднуються найрізноманітніші поняття. І все ж, існують відмінні ознаки сленгу. До їхнього числа Г.А. Судзиловський відносить наступні [42, с. 13]:

- лексичне явище, нелітературна лексика, тобто поєднання слів, що знаходяться за межами літературної англійської (Standard English) - з точки зору вимог сучасної літературної норми.
- лексика, що виникає і використовується насамперед в усному мовленні.

- емоційно забарвлена лексика.
- має певне фамільярне забарвлення та його різноманітні відтінки.
- виявляється у різного роду жартівливих та іронічних виразах.
- залежно від сфери вживання сленгову лексику можна умовно розділити на загальновідому, загальноновживану, маловідому та маловживану.
- характеризується обмеженою зрозумілістю.

Наведено причини використання сленгової лексики:

- бажання вразити суспільство;
- невдоволення традиційними словами і висловами;
- зіткнення з новими обставинами, для яких наявний лексикон виявляється бідним;
- бажання «правдивого, непідробного» спілкування;
- прагнення досягти певного комічного ефекту;
- за допомогою виразності та експресивності сленгу бажання створити певний стилістичний ефект [1, с. 57].

Лінгвіст В. Вілюман, розглядаючи проблему сленгу, виділив два види сленгу [9, с. 47]:

- загальний сленг – досить неоднорідна за своїм генетичним складом соціальна мова. Новоутворення з яскраво вираженим емоційно-оцінним забарвленням, які знаходяться за межами літературної мови, загальнозрозумілі і широко розповсюджені в розмовній мові, які претендують на новизну та оригінальність.
- спеціальний сленг – слова і словосполучення того або іншого професійного або класового жаргону.

Сьогодні сленг не є мовою якогось певного класу суспільства, а навпаки він проникає у всі верстви суспільства. І безумовно, природа сленгу, більшою мірою, залежить від географічного положення. Тому, для класифікації сленгу можна виділити дві ключові ознаки:

- 1) територіальний – використовується на певній території (південно-американський, діалект кокні);
- 2) соціальний – використовується певними соціальними групами (молодіжний сленг, комп'ютерний сленг, мова гетто, студентський сленг, професійний жаргон).

Слід зазначити, що лінгвісти також виділяють так зване нове просторіччя, яке є великою групою нестандартних лексико-фразеологічних одиниць. Дані одиниці, виходять за межі професійного і корпоративного сленгу, починають вживатися широкими колами носіїв загальнолітературної мови, не обмежуючись певними соціальними рамками (вік, професія, рівень освіти, загальні інтереси та ін.).

Дослідник Л. Крисін зазначає, що молодіжний сленг є однією з найскладніших мовних структур та має найбільше соціальне значення: ним користуються численні групи носіїв, мовні елементи його активно поповнюють літературну мову. Носії молодіжного сленгу – це учні й робітнича молодь, а саме студенти, школярі старших класів, молоді робітники. На думку вченого, частково входить сюди й молода технічна та гуманітарна інтелігенція віком приблизно від 22 – 23 до 33 – 35 років [29, с.76].

М. Грачов у свою чергу поширює вікові межі носіїв молодіжного сленгу 6 – 7-річного віку (початкове навчання в школі) до 35 років. Носії молодіжного сленгу – учні, робітнича молодь, молода інтелігенція, військовослужбовці строкової служби, а також представники неформальних молодіжних субкультур (хіпстери, панки та ін.) [18, с.78].

Молодь формує та робить сленг елементом культури. Сленгова лексика стає необхідною для самовираження. Існуючі терміни стають доволі складними та незручними, що в свою чергу призводить до механізму спрощення та скорочення слів у щоденному використанні. Виникає потужна тенденція до скорочення, спрощення слів [46, с. 230].

Молодіжний сленг вважається найцікавішим явищем в будь-якій мові, адже він формується на основних інтересах людей молодого покоління. Такий вид

мовлення виражається у сленгових новоутвореннях і притаманний лише людям, яких об'єднують спільні інтереси. Це свідчить про те, що молодіжний сленг не є цілісною системою і включає в себе загальномолодіжний жаргон, що характеризує мову певного покоління, і спеціальні молодіжні жаргони.

Сленг, особливо молодіжний, швидко розвивається, а укладачі словників не встигають наздогнати розвиток цього рухомого шару лексики, у той час як лексичні одиниці сленгу є дуже недовговічними та швидко виходять з ужитку, тому виникають великі труднощі при перекладі сленгових одиниць як з іноземної мови на мову перекладу, так і навпаки [3, с. 13].

Молодіжний сленг змінюється відповідно до середовища його вживання. Сленг характеризує реалії життя та відмінності саме у цих певних соціальних середовищах.

Наведено функції молодіжного сленгу:

- молодіжний сленг виступає як засіб спілкування людей однієї вікової категорії. Молодіжний сленг відрізняється тим, що словник обмежений реаліями середовища молодого покоління. Певні сленгові назви відносяться тільки до цього середовища, відокремлюючи, таким чином, його від усього іншого, і найчастіше незрозумілі людям інших вікових категорій.
- вирази, які вживаються молоддю, звучать більш грайливо, ніж звичайні, надаючи мовленню гумористичного характеру, і перетворюються на «колективну гру»;
- молодіжний сленг протиставляє себе старшому поколінню. Головний принцип – елемент шоку, потрясіння. У цьому і виклик сприятливому, процвітаючому суспільству і неприйняття його норм, зразків, пристойності [36, с. 138].

Дехто з науковців виділяють такі види молодіжного сленгу:

- Римований сленг;

Такі словосполучення представляють собою кілька пов'язаних слів, останнє з яких повинно римуватися зі словом, яке є істинним значенням фрази. Такий вид сленгу нагадує шифр, сенс якого без ключа не дізнаєшся. Наприклад, слово “Lies” римується з фразою “Porky Pies”, і коли опускається слово “Pies”, воно перетворюється в “Porkies”. Фраза: “*Stop telling Porkies about me!*” буде означати “*Stop telling lies about me!*” [15, с. 129].

- Мобільний сленг;

Скорочення слів є наслідком швидкого темпу життя молодого покоління. Том молодь починає шукати адекватний і водночас економний спосіб передачі інформації та поширюють сферу його вживання [16, с. 18]. Наприклад, *IDK – I don't know – я не знаю*.

- Студентський сленг;

Орієнтується на мовний колектив студентів та на їх систему оціночних суджень. В свою чергу це матеріальні, гедоністичні, моральні та естетичні цінності, на базі яких ґрунтуються їхній світоглядні цінності.

Тож, молодіжний сленг – це сучасна мова молодого покоління, сукупність мовних засобів високої експресивної сили, які постійно трансформуються, і які використовуються в спілкуванні молоддю, що перебуває в дружніх стосунках у невимушеній та неофіційній атмосфері.

Як вважає лінгвіст В.Г. Вилюман, поповнення певної стилістичної групи в англійській мові відбувається через переосмислення слів у зв'язку з їхнім переносним вживанням, звуженням і розширенням значення. Через це багато сленгових виразів виникають шляхом скорочення слів, словоскладання. Роль афіксації в утворенні слів сленгу незначна. Згідно з його аналізу запозичення, які піддалися фонетичній адаптації та переосмисленню також є рухомим способом словотворення [10, с. 138].

Розглянуто основні лексичні механізми утворення одиниць сленгу:

- Зворотний словотвір: *to crack wise – wisecrack*;
- Запозичення з інших мов: *swami guy – божественний чоловік* (від *swami* – індуїстський божок);
- Афіксація – спосіб утворення слів за допомогою афіксів, тобто, приєднання афіксів до кореня або основи слова. Афікси не існують у мовах поза словами, вони супроводжують корінь, виконуючи дію словотворення і словозміни. Згідно з дослідженнями В.Г. Вилюман роль цього способу в освіті сленгізмів незначна [10, с. 139]. Наприклад: суфікс *-loo* не має самостійного значення, а є лише підсилювальним сленговим суфіксом, що надає слову відтінків значень (*fakeloo artist*).
- Стяжіння, злиття слів: *gottum – got him, got them*;
- Абревіація: *pc – комп`ютер, 313 – Детройт*;
- Усічення: *'bout – about, needin` – needing, ma – mother*;
- Скорочення і абревіатури – максимум інформації, мінімум часу: *BTW – by the way*;
- Словоскладання – отримання нових слів, шляхом складання декількох (*pen-holder, baby-sitter*), які утворені таким чином, що їх важко зустріти у словнику, але можна дізнатися за наявності двох початкових слів;
- Метафоризація є одним з найпродуктивніших варіантів поповнення словникового складу сленгізмів (*Stay kind – будьте здорові, To shake a bit – потанцювати*);
- Редуплікація – подвоєння слів, яке нерідко поєднують із шумонаслідуванням (*bye-bye, tip-top, choo-choo*);
- Конверсія – конверсійна модель $N \rightarrow V$ є основною: *to buddy – to act as a buddy to*;
- Реверсія: дієслово від іменника (*booker – to book*); Прикметник від іменника (*flacky – flake*) та ін.

Тож Сленг – це яскравий, експресивний шар нелітературної лексики, стиль мови, який займає місце, прямо протилежне всередині заформалізованої мови. Сленг – це жива, рухлива мова, яка реагує на будь-які зміни в житті суспільства.

1.4 Прагматичні функції та стилістичні особливості сленгу

В теперішній час не існує єдиної думки лінгвістів щодо прагматичних функцій, виконуваних сленгом. Когнітивний напрям в лінгвістиці виділяє три основні функції сленга: когнітивна, комунікативна і номінативна.

На думку В.В. Іванова, «комунікативна функція поєднується з номінативною, через те, що найменування у сленгу, як і в мові в цілому, з'являється внаслідок комунікативної потреби мовців» [25].

Прояв когнітивної функції сленгу зумовлен тим, що багато позначень в сленгу несуть в собі допоміжну інформацію, яка відсутня в типових найменуваннях, тож за допомогою цього з'являються додаткові знання про навколишній світ. Більш того, «когнітивність сленгових позначень обумовлюється дуже високим ступенем метафоричності» [25]. При метафоричному перенесенні значення виділяються ті особливості певного об'єкта, які вважаються найбільш важливими, і на базі цього отримується сучасне, переусвідомлене значення.

Через позначення специфічних явищ, притаманних певній субкультурі, а також поняття, для яких вже існують слова в літературній мові виражається номінативна функція сленгізмів. Спочатку відбувається заповнення термінологічних лакун, а вже потім сленгове слово передає специфіку існуючого явища діяльності або свідомості носіїв даного сленгу. Як правило, в цьому випадку, поняття звужується, відбувається його специфікація. «При номінації слів, для яких вже існують широковживані слова, номінативна функція тісно переплітається з іншими функціями сленгу, такими, як: експресивність, світоглядність та емоційно-оцінність. Це пов'язано з тим, що часто такі вторинні номінації виникають, коли в

традиційному суспільстві і субкультури сленгу існують різні ціннісні установки. Ця різниця передається і фокусується в складі сленгізмів» [25, с. 105].

Світоглядна функція сленгу взаємопов'язана з номінативною функцією. «Зазвичай номінація окреслює важливі установки носіїв сленгу, які протиставляють традиційному суспільству (кримінальний сленг, хіпі та ін.). Світоглядний підтекст сленгізмів, викликає бажання людей вживати в мові подібну лексику. Поява в мові суб'єкта такого виду лексики, вже формулює його життєву позицію та ціннісні установки» [25, с. 106].

Комунікативна і когнітивна функції сленгу також тісно пов'язані. «Номінативні одиниці, які мають відповідники в стандартній мові, безумовно володіють комунікативно значущим фактором, тому що вони спрощують, іноді обумовлюють процес комунікації. Ці лексичні одиниці також і когнітивно вагомі, тому що вони є унікальними елементами в мовній картині світу».

Дослідники виділяють ще одну функцію сленгу – експресивну. Одним з основних факторів експресії сленгу є гумористичний, він дозволяє привернути увагу співрозмовника, зробити мову більш виразною, а також замаскувати смуток. Частим випадком експресивної функції є емоційно-оцінна функція, а саме відношення до певного об'єкту [25, с. 110].

Т.Е. Захарченко виділяє також функцію економії часу, відзначає, що до неї відносяться скорочення та аббревіатури, що використовуються для стислості висловлень в усному мовленні.

Проаналізувавши різні класифікації вітчизняних вчених, за основу береться класифікація Ю.В. Лаптевой, адже вона об'єднує всі основні функції, виділені іншими авторами [30]. До основних функцій сленгу, насамперед відносяться:

1. Номінативна (в поєднанні з комунікативною): в системі сленгу різні явища набувають нових найменувань, забарвлених більш емоційно, крім того, з'являються слова, для визначення яких не існує слів в слов загальній мові;

2. Когнітивна, суть якої полягає в тому, що багато слів в сленгу містять допоміжну та більш обширну інформацію, яка відсутня в формальних, типових позначеннях, завдяки чому надають повну інформацію про картину світу;
3. Експресивна, сутність якої полягає в тому, що вона відтворюється за допомогою сленгізмів, які виражають певне відношення до різних явищ;
4. Ідентифікаційна: сленг будучи сигналом, допомагає розпізнати «свого» серед «чужих»;
5. Функцію економії часу: сленг допомагає економити час спілкування, використовуючи скорочення.

У підсумку можна сказати, що сленг має 5 основних прагматичних функцій: номінативну, когнітивну, експресивну, ідентифікаційну та функцію економії часу.

Висновки до розділу I

Отже, нелітературна мова формується людьми різного віку, професій, що належать до різних груп, які мають різні інтереси. Найчастіше цей вид мови позбавлений будь-яких формальностей і умовностей. Було виявлено, що нелітературну мову, залежно від сфер спілкування, поділяють на такі групи як професіоналізми, жаргонізми, вульгаризми, аргі, сленг.

Через те, що сленг є поняттям дуже широким з огляду причин і мотивів його використання, було розглянуто деякі позиції таких лінгвістів як І.В Арнольд, І.Р. Гальперин, О.С. Ахманова щодо визначення цього питання.

Щодо прагмастилістичних властивостей сленгізмів, їхня експресивність і жартівлива образність відрізняє їх від синонімічних літературних слів та допомагає надати мовленню експресивного забарвлення. Лінгвокультурними особливостями є те, що сленг змінюється відповідно до середовища його вживання. Кожне з таких середовищ має свої відмінності і сленг озвучує реалії життя саме у цьому оточенні.

Для класифікації сленгу можна виділити дві ключові ознаки: територіальний та соціальний. Щодо молодіжного сленгу в мові, він є найцікавішим та охоплює основні інтереси людей молодого покоління. Було проаналізовано основні види молодіжного сленгу: римований, мобільний, студентський сленг, скорочення і аббревіатури. Основні механізми утворення одиниць сленгу: зворотний словотвір, запозичення з інших мов, афіксація, стяжіння, аббревіація, словоскладення, метафоризація та редуплікація. А також за класифікацією Ю.В. Лаптевой визначено головні прагматичні функції сленгу: номінативна, когнітивна, експресивна, ідентифікаційна та функція економії часу.

РОЗДІЛ II. МЕДІАТЕКСТ, ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ТА ПРАГМАСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛОМОВНОГО СЛЕНГУ У МЕДІАТЕКСТАХ

Сучасний сленг – це динамічна система, що постійно розвивається. Процес зміни одних мовних явищ на інші нові проходить дуже стрімко. Тільки за останнє десятиліття активного світового прогресу оновилося неймовірна кількість сленгових виразів. Основними причинами функціонування сленгу є відхід від буденності, іронія, гра. Внаслідок того, що носії сленгу складають численну і соціально активну частину структури сучасного суспільства, сленгізми активно проникають в публіцистику, медіатексти, завойовуючи мову преси, і стають елементом культури.

Дослідження сленгу в мові медіатекстів є важливим завданням. В першу чергу це пов'язано з тим, що медіатексти в процесі передачі інформації впливають на молоду людину, його мислення і світосприйняття. На сьогоднішній день всі медіа активно беруть участь у формуванні думок, свідомості, почуттів, смаків в аудиторії, особливо у молодого покоління. Але ж медіа мова не завжди дотримується правил і норм літературної мови, що є свого роду основою культурних міжособистісних взаємин. Засоби масової інформації цілком осмислено вживають сленгові вислови в медійному дискурсі з метою бути ближче до аудиторії, але найчастіше адресат сприймає ці тексти як зразок мовного етикету і надалі відтворює в своїй мові. Таким чином молоде покоління стає головним носієм даного сленгу.

2.1 Поняття медіатексту, його специфіка та особливості

В контексті становлення інформаційного суспільства з'являється поняття «медіатекст», який є головною дискретною одиницею медіапотоків, що об'єднує такі різноманітні і багатопланові продукції засобів масової інформації, як статті у

газетах, радіопередача, телевізійні новини та Інтернет-реклама [22]. Глобалізація, конвергенція і діджиталізація сприяли формуванню абсолютно іншого типу суспільства – мережевого, зумовили трансформацію інформаційно-комунікаційної сфери і багато в чому визначили принципи функціонування сучасних засобів масової інформації. Поняття «медіатекст» швидко поширилося в англійській науковій літературі, а саме у міжнародних академічних спільнотах та в національному медіадискурсі у зв'язку зі зростанням інтересу до властивостей мови в області масових комунікацій. Зростаючий інтерес вчених до розгляду питання мови медіа, особливостей функціонування мови у сфері масової комунікації зумовило жваве фіксування положення медіатексту в науковому світогляді. Термін «медіатекст» – це складна динамічна одиниця, за допомогою якої здійснюється мовна комунікація в медіа-сфері.

У науці термін «медіатекст» почав вживатися відносно нещодавно. Вперше цей термін з'явився у 90-х роках ХХ століття в англійській науковій літературі. Появу медіатекстів сформулювали такі чинники як сучасні інтернет-реалії глобалізованої масової комунікації, поширення можливостей створення та використання текстів новими медіа. «Media», «medium» у перекладі з латинської – засіб, спосіб, що дає змогу називати медіатекстом будь-який носій інформації, з-поміж яких традиційні книги та сучасні феномени технічного прогресу.

Термін «медіатекст» з'явився в роботах зарубіжних авторів, таких як А. Белл, Р. Фуллер, М. Монтгомері. Вивчення медіатексту є предметом наукового інтересу багатьох сучасних дослідників, серед яких Т.Г. Добровольська, М.В. Луканіна, М.А. Пильгун, Г.Я. Солганик, М.Г. Шиліна, Д.Н. Шмельов, І. Лисакова, Т. Чернишова, І. Рогозіна, В. Здоровега, А. Мамалига, О. Пономарів та інші. Дослідження названих учених окреслили коло питань, пов'язаних зі структурою, різновидами, ознаками, особливостями, категоріями, онтологією та параметрами медіатексту. Однак класичного, яке поділяється всім науковим співтовариством визначення медіатексту не існує. На сьогоднішній день термін «медіатекст» розглядається як споріднене поняття до публіцистичного, газетного тексту, радіо-,

телетексту, PR-тексту, мережевого тексту, гіпертексту та рекламний тексту. У зв'язку з цим розглянемо дефініції, запропоновані деякими вітчизняними та закордонними дослідниками. За дослідженням Т.Г. Добросклонської гіпотези однотипного роду об'єдналися в своєрідну дисципліну «медіалінгвістику», яка у своїх рамках забезпечує єдиний науковий підхід до вивчення мови ЗМІ. Медіалінгвістика також виділяє основні категорії аналізу медіатексту, в той час як медіатекст являє собою самостійну нішу в рамках теорії тексту [22].

У свою чергу А. Белл у своїй роботі “Approaches to Media Discourse” охарактеризував медіатекст як відображення технологій, які задіяні в процесі його виробництва: визначення медіатексту кардинально відрізняється від традиційного погляду на текст, як на сукупність написаних на папері слів, воно набагато ширше і включає в себе такі елементи, як мова, музика, звукові ефекти та ілюстрації [52].

Дослідник М.А. Пильгун надає медіатексту таку дефініцію, як «синкретична єдність вербальних і невербальних компонентів, що володіє зв'язністю і цілісністю, що має певну спрямованість і прагматичну установку» [37].

З точки зору, М.Г. Шилиной «в інтернеті будь-який текст або контент може бути охарактеризований як медіатекст, медіаконтент, що є доступним для споживання і зміни глобальної масовою аудиторією» [45].

М.Ю. Козак трактує медіатекст як «інтеграційний багаторівневий знак, що об'єднує в єдине комунікативні цілі різних семіотичних кодів (вербальні, невербальні, медійні) і демонструє принципову відкритість тексту на змістовно-смиловому, композиційно-структурному і знаковому рівнях» [27]. Дослідник Ю. Лотман формулює вагомі думки щодо положення масової інформації, які можна ефективно використовувати не тільки для позначення звичайного тексту, а й щодо дефініції медіатексту; «багатошаровий і семіотично неоднорідний текст, здатний вступати у складні відносини як з навколишнім культурним контекстом, так і з читацькою аудиторією, перестає бути елементарним повідомленням, спрямованим

від адресанта до адресата». За його дефініцією, будь-який текст – це водночас «генератор нових значень і конденсатор культурної пам'яті» [32, с. 21].

Тож вплив на громадську думку та переконання являє собою значення та мету медіатексту як продукту масової інформаційної діяльності та масової комунікації, що виражається конкретною інформацією. Мовна особистість, світогляд та інтелектуальний рівень є важливими рисами для створення вдалої основи медіатексту, адже логічна закінченість висловлювань, прагматична установка та комунікативний намір є основними характеристиками медіатексту [50, с. 65].

В своїй роботі ми будемо орієнтуватися на найвдаліше визначення медіатексту, запропоноване М.А. Пильгуном: медіатекст – текст, який базується на принципі інтеграції різних знакових систем (вербальних, невербальних), що представляє собою єдине комунікативне ціле і призначене для споживання масовою аудиторією.

2.2 Види та класифікації медіатексту

На теперішній час медіа система досить чітко класифікується за каналами комунікації: друковані, телевізійні та радіо-, інтернет-ЗМІ. Всі ці канали формують свою сукупність медійних характеристик та роблять універсальний вплив як на форму відтворення медіатексту, так і на його зміст.

Специфічність радіо і телебачення як медіа систем представляється тим, що вони визначають певну модель комунікації, яка, з одного боку, подібна до прийнятної стандартної моделі міжособистісного контакту, а з іншого, є оригінальною формою комунікативного взаємодіяння. Тобто це пряме спілкування з глядачами або слухачами; посереднє спілкування з учасником передачі; відтворення опосередкованого спілкування з глядачами або слухачами; рольова

модель спілкування з глядачами або слухачами (адресант виконує соціальну роль, яка виражає суспільно вагому інформацію).

Так, до інтерактивних властивостей медіа-комунікацій належить можливість участі в процесі комунікацій та перспективність зворотного зв'язку, що є основною особливістю медіатекстів, також в цьому порядку розглядається використання цифрових форматів, модульність (з'єднання різних одиниць в одному смисловому просторі), прискорення часу і звуження простору при підкресленні можливостей моментальної комунікації і стиснення бар'єрів фізичної дистанції, подібність, що запроваджує створення гібридних форм тексту та інтеграції відмінних технологій.

У таких спосіб, головними ознаками радіо-, інтернет- та телекомунікації є опосередкована властивість комунікації і особливості розуміння тексту або інформації адресатом.

Отже, канал поширення інформації є базовим критерієм, що генерує спосіб членування і подачі матеріалу і – як результат – характеристика трьох провідних сфер функціонування медіатексту – преса, телебачення і радіо та Інтернет.

Щодо основних категорій медіатексту до них відносяться: масовість (у сфері споживання та створення медіапродуктів), медійність, інтегративність (полікодовість), та відкритість. До важливих особливостей, що визначають специфіку медіатексту, належать [26]:

1) Спрямованість на масову аудиторію

Своєрідність масової комунікації зводиться до того, що таке спілкування є соціально орієнтованим, в якому зазнають змін як фігури адресанта (суб'єкта) так і адресата. Психолог А.А. Леонтєва вважає, що у системі медіа існує поняття «подвійного суб'єкту». Як правило, це може бути одна особа (теле- або радіоведучий, журналіст, автор газетних матеріалів, експерт), А з іншого боку – «адресантом такого спілкування постійно є той чи інший колектив або сукупність людей: в соціально адаптованому спілкуванні адресант завжди представляє думки, погляди, інформацію соціального колективу або громади» [31]. Медійний характер

Медіатекст в значній мірі детермінується каналом комунікації. Кожен засіб масової інформації виражається певним комплексом медійних показників, які мають фактичний вплив на лінгвоформатні особливості тексту. Так, друковані ЗМІ допускають графічну або шрифтову модель ілюстрацій, які демонструють вербальний текст. Радіотекст охоплює аудіальний елемент – голосові властивості та звуковий супровід, телетекст включає відеоряд вербальних та аудіальних компонентів. Інтернет створює потенційну можливість багатоканального виразу інформації і яскравість медіатексту. Формат ЗМІ — це сукупність параметрів, що утворюють контент і характеризують особливості його подачі в відповідності до наявних концепцій інформаційно-комунікаційних технологій [21].

Тож медійний характер проявляється у комбінуванні інформації, представленої в різних формах: текстовій, графічній та звуковій. Найбільш яскраво дана характеристика простежується на прикладах інтернет-медіатекстів.

2) Відкритість та смислова незавершеність,

Дозволяє створювати різні інтерпретації матеріалу. На думку ряду дослідників, медіатекст не завжди має смислову завершеність, репрезентуючи собою систему, відкриту для значних інтерпретацій: медіатекст представляє цілісність фраз безмежних гіпертекстів, які є посиланням один на одного з безперервним цитуванням [2, с. 110].

3) Полікодовість (інтегративність)

Поняття «код», яке прийшло в лінгвістику з теорії інформації, здебільшого тлумачиться як шифр, велика кількість знаків, які збирають інформацію за певними нормами, імовірно відомими адресату і адресанту повідомлення. Вчена Н.В. Чічеріна припускає, що нинішні медіатексти як за формою створення, так і за формами утворення є мультимодальними. Звичайний друкований медіатекст складно позначити тільки як вид письмової мови, адже вагомою складовою медіатексту є візуальний фактор, його графічне, шрифтове та кольорове оформлення.

Отже медіатекст базується на комбінуванні різноманітних знакових систем: вербальні компоненти комбінуються з невербальними та візуальними.

Окреслені характеристики є універсальними і притаманні будь-якому медійному тексту. Однак існують і інші особливості, які варіюються для різних типів медіатекстів і залежать від того, за допомогою яких каналів вони поширюються. А категорії медіатекстів грає важливу роль в їх утворенні та розумінні, адже за допомогою медіатекстів здійснюється мовне спілкування в сфері масових комунікацій.

Розглянуто основну типологію медіатекстів. На даний момент існує ряд критеріїв, вироблених різними дослідниками, І.В. Рогозіна, Н.А. Кузнєцова, Г.В. Лазутіна, Г.Я. Солганик, Г.С. Мельник та інші на підставі яких здійснюється типологізація медіатекстів. В рамках даної роботи розглянута класифікація медіатекстів, запропонована доктором філологічних наук Т.Г. Добросклонською. Добросклонская виділяє сукупність параметрів, що дозволяють охарактеризувати будь-який медіатекст з точки зору лінгво-форматних ознак, особливостей його розробки і каналів поширення. До ключових параметрів відносяться [22]:

- Спосіб виробництва

- 1) Авторський

Такий медіатекст обов'язково містить вказівку на автора роботи. Сюди відносяться репортажі кореспондентів, матеріал оглядача і ін.

- 2) Колегіальний

Створюється групою розробників і, як правило, поширюється від корпоративної особи видань та інформаційних агентств: новинні матеріали, ВВС та ін..

- Форма

- 1) Вербальна

- 2) Невербальна

3) вербально-невербальна

Прикладом змішаного типу є полікодовий текст. Текст, «фактура якого складається з двох частин: вербальної та невербальної» [12]. Тобто це текст, в основі якого лежить об'єднання кількох різних семіотичних систем, наприклад, матеріал, в якому письмовий текст супроводжується графічними засобами. На сьогоднішній день найпоширенішим є саме креолізований медіатекст.

- Канали поширення

Засоби масової інформації, в рамках яких публікується і функціонує медіатекст. Каналом поширення може виступати телебачення, радіо, друк, Інтернет.

Вибір каналу розповсюдження визначає медійні властивості медіатексту, а також форму його подання. Так, телевізійний медіатекст являє собою безперервний високошвидкісний інформаційний потік, що супроводжується текстом, аудіо- і відеорядом. Для поліпшення сприйняття змісту тексту в друкованих ЗМІ особлива увага приділяється графіці та ілюстраціям. При поширенні за допомогою Інтернету особливу увагу також приділяють графічному оформленню і візуалізації.

- Функціонально-жанровий тип тексту

1) Інформаційні / інформаційно-новинні медіатексти: репортаж, інтерв'ю, хроніка, звіт та ін.

2) Аналітичні: огляд, рецензія, стаття

3) Художньо-публіцистичні: фейлетон, нарис, памфлет

4) Рекламні

Важливо відзначити, що дана класифікація є узагальненою, і не може охопити всього жанрового розмаїття сучасних медіатекстів. До того ж, у зв'язку з процесом конвергенції ЗМІ з'являються нові інтегровані жанри [33].

- Тематична домінанта

Змістовна характеристика тексту, що дає змогу встановити його приналежність до певного «медіатопіку» – однієї з тем, яка регулярно висвітлюється в ЗМІ: політика, спорт, культура, економіка, бізнес та інші.

Тож, описана класифікація медіатекстів є одним з варіантів численних типологій, запропонованих в науковому середовищі. Однак загальноприйнята класифікація медіатекстів ще не вироблена. Відсутність класичної типологізації пояснюється властивостями медійного матеріалу, а також неможливістю визначення базових категорій, що дозволяють охопити все різноманіття існуючих медіатекстів [27].

2.3 Прагмастилістичні особливості функціонування сленгу в медіатекстах

У XXI столітті інформація стала вирішальним фактором у всіх сферах людського життя. Нові інформаційні технології вносять радикальні зміни в існуючу картину світу. Такі засоби масової інформації, як преса, радіо, кіно, телебачення, реклама, і все більше Інтернет є невід'ємним елементом соціального буття сучасної людини, основним способом його прилучення до подій навколишнього світу, посередником формування культури. Інформація, мова і культура – взаємозалежні поняття, безпосередньо пов'язані з проблемою існування і розвитку сучасного суспільства, проблемою духовної і соціальної екології.

Виявлення прагмастилістичних параметрів мас-медійного тексту вимагає міждисциплінарного підходу, що включає методи дослідження контент-аналізу, теорії дискурсу, соціолінгвістики, функціональної стилістики, когнітивної лінгвістики. Такий комплексний підхід передбачає, крім лінгвістичного аналізу принципів організації вербальних форм комунікації, проведення

культурологічного аналізу, аналізу комунікативних практик і комунікативного простору, аналізу маніпулятивних прийомів і прихованих інтенцій, а також аналізу особливостей лінгвокультурно-інформаційного простору [5, с. 132].

Характерною властивістю сучасного культурно-інформаційного простору та медійного тексту є поєднання вербального та суто медійного рівнів подання інформації. Елементи медійного рівня (ілюстрації, відеоряд, звуковий супровід тощо.), Будучи внетекстовими компонентами медійного тексту і створюючи певні ефекти, посилюють вплив на аудиторію. Особливо ефективно це поєднання працює в сфері теле- і радіомедійного простору, в центрі якого знаходиться медіамова.

Впровадження і швидке поширення нових інформаційно-комунікаційних технологій, формування і розвиток єдиного глобального інформаційного простору і визнання необхідності вивчення медіамови призвело до виникнення самостійного напрямку в сучасному мовознавстві – медіалінгвістики, базові категорії якої були сформульовані в дослідженнях Т. Г. Добросклонской [22].

Будь-які незалежні представники ЗМІ функціонують в рамках певної заданої системи і, крім основної функції – інформування суспільства, здійснюють цілий ряд побічних маніпулятивних функцій, про які не прийнято заявляти публічно. Використовуючи спеціальні мовні засоби і технології психологічного впливу, ЗМІ вміло маніпулюють масовою свідомістю людей, що призводить до закріплення позитивних автостереотипів і цілеспрямованого формування негативних гетеростереотипів.

Комунікативною метою медіатексту часто є підміна об'єкта опису, когнітивне і емоційно-установче навіювання бажаних образів, думок і ментальних установок, використання допоміжних засобів впливу.

Кінцевою метою медіатексту є заміна смислових структур, нав'язування певних оціночних еталонів, поведінкових моделей і, як наслідок, формування передбачуваної реакції реципієнта в результаті мовного впливу суб'єкта комунікації – автора тексту.

На лінгвістичному рівні ця мета реалізується за допомогою класичних риторичних прийомів: тропів (порівняння, епітет, метафора, метонімія, гіпербола) і фігур мови (антитеза, паралелізм, градація, замовчування, оксюморон), а також використання сленгізмів. Зазначені прийоми поєднуються в тексті зі свідомим порушенням формальних законів логіки і посилюються введенням в текст візуальних засобів впливу для реалізації емотивних, апелятивних і маніпулятивних цілепокладань тексту.

Прагмастилістичні особливості використання сленгізмів в медіатекстах зумовлені проблемою «засмічення» мови ЗМІ. Сленг в даний час активно використовується там, де потрібно створити відчуття престижності і образності, наприклад, в глянцевиx журналах та в професійних сферах: імідж, прайс-лист, шопінг та ін..

Говорячи про лінгвокультурні особливості – формування уявлень про мовну норму і мовну культуру відбувається на основі усного мовлення, зразком якої стає саме мова ЗМІ. У зв'язку з цим особливо гостро постає питання про формування високої інформаційно-мовної культури, про збереженні національних мовних традицій і культури мовлення. ЗМІ стали займати місце мовного авторитету для значної частини соціуму в багатьох країнах [47, с. 27].

Неможливо переоцінити роль ЗМІ у створенні стереотипів, які формують громадську і мовну свідомість. До основних рис, характерних для мови ЗМІ сьогодні, відносять: ускладнення сфер мовної комунікації, перш за все за допомогою Інтернету, де розвиваються нові види медіатексту і діалогічних форм; різноманітність норм мовної поведінки окремих соціальних груп, що виражається в експансії некодифікованих пластів мови – сленгу, жаргону, аргю, вульгаризмів, нецензурної лексики.

Сленг, як одне з найбільш цікавих явищ сучасної лінгвістичної науки, сприймається, з одного боку, як щось чуже для мови, надмірне, не властиве інтелігентній людині. З іншого боку, можна спостерігати експансію сленгової

лексики в усі сфери людської діяльності. В даний час сленгізми вживаються на радіо і телебаченні, в пресі, літературі, в мережі Інтернет, в усному спілкуванні людей практично будь-якого віку і соціальних груп. Уміння використовувати мову сленгу дозволяє не тільки зарахувати людини до певного соціального ладу, а й зробити спробу здійснення впливу на свідомість цієї людини. У новому тисячолітті цю ідею активно підтримують і розвивають лінгвісти, журналісти, рекламодавці, фахівці в галузі PR-технологій. Звідси настільки часте і широке вживання сленгової лексики як у вітчизняних, так і зарубіжних медіатекстах [20, с. 36].

Тож ЗМІ цілком осмислено вживають сленгові вирази в медійному дискурсі з метою бути ближче до читача, але найчастіше адресат сприймає дані тексти як зразок мовного етикету і надалі відтворює в своїй мові. Тим самим сучасне покоління стає головним носієм даного сленгу.

2.4 Лінгвокультурні особливості функціонування англомовного сленгу у британському та американському медіадискурсі

Порівняльний підхід щодо дослідження двох основних варіантів сленгу сучасної англійської мови – американської та британської – можна вважати цілком традиційним, що, однак, не позбавляє його актуальності, оскільки сленг є дуже рухливим, швидко мінливим пластом мови, національно-культурна специфіка якого також дуже динамічна.

Розвитку сленгових одиниць, їх широкої апробованості в різних верствах суспільства і – звідси – їх активного вживання в розмовній англійській багато в чому сприяють сучасні американські засоби масової інформації: телебачення, інтернет, газети, журнали тощо.

Загально визнаним є факт того, що сленг у США значно більш поширений та уживаний, ніж в інших англомовних країнах [51]. Ерік Партрідж підкреслював, що

мова культурних, освічених представників американського соціуму відрізняється від мови освічених англійців гостинним ставленням до сленгу [56].

Для американського сленгу набагато більшою мірою ніж для британського типова така мовна ситуація, коли лексичні одиниці сленгу підвищують свій статус і переходять у колоквіалізми або стандартну американську англійську: bamboozle – обман, шахрайство, buddy – друже, приятель, Dixie – Південні штати США, GI – солдат, рядовий, jukebox – музичний автомат, ogle – закоханий погляд, OK – все в порядку; добре та ін.

Головна специфічна риса американського сленгу обумовлена різнобарвним національно-культурним складом населення США. Такі визначні дослідники англійського сленгу, як Дж. Крапп, Е. Віклі та Е. Патрідж одними з перших звернули увагу наукового світу на те, що у північноамериканському сленгу найсильніша його специфічна складова, забезпечена полікультурністю та багатонаціональністю населення США.

Однією з найважливіших особливостей сучасного американського сленгу слід визнати значний вплив на сленг Канади, Великобританії та Австралії. Пояснення цього слід шукати, по-перше, у великій кількості одиниць американського сленгу, а по-друге, у авторитетності серед молоді та широкої поширеності у світі ЗМІ американської культури. Потім існує ієрархія американського сленгу відповідно до ступеня вульгарності сленгових виразів. Чим нижчі соціальні класи, де зародилося це слово, тим більше конкретне і точне значення воно передає. Можливо, стислість не є головною характеристикою американського сленгу, але це одна з головних його особливостей.

Характеризуючи сьогоденний стан американського сленгу, слід зазначити, з одного боку, його вузько-етнічні характеристики (сленг різноманітних неанглосаксонських діаспор США), а з іншого – його широку адаптивність у різноманітних верствах американського суспільства, що відбувається завдяки відкритості соціуму та активному користуванню різними медіа засобами.

Особливість в американський сленг сьогодення привноситься специфікою афро-американської англійської, що надає тотальний вплив на комунікацію в північноамериканському соціумі в цілому. Багаторічна боротьба чорношкірого населення за свої права змусила їх виробити такі форми кодованого просторіччя, як чорні варіанти сленгу – артистичний хіп-хоп, що базується на так званому метафоричному експерименті з розмовною мовою, характерною рисою якого є постійний обмін репліками під час спілкування. Так, в американську англійську увійшли сленгізми: boom-box – великий переносний магнітофон, bones – доміно, to bounce – піти і багато інших.

Виділяючи диференціальні ознаки британського та американського сленгу, слід насамперед говорити про кількісні відмінності та вказати на більшу кількість лексичних одиниць американського сленгу в порівнянні з британським. Такі відмінності зазначав ще Е.Партрідж, а дані аналізу «Нового словника сучасної розмовної лексики» повністю підтверджують справедливність цього твердження: з 12260 статей сленгу “Am sl” мають 8027 (65%), “Br sl” – 1904 (16%), “Sl” - 2329 (19%) [57].

Головною характеристикою британського сленгу, на думку Е. Партріджа, слід визнати його діахронічну стабільність на відміну від американського: якщо американські сленгізми схильні до постійної динаміки, семантичного «вивітрювання» і постійного «вимивання» з повсякденного вживання, то британські сленгізми більш стійкі у розмовній мові [56, с. 299].

Другою відмінною рисою британського сленгу Е. Партрідж вважає його меншу мінливість у порівнянні з американським, результатом якої є менш розвинена синонімія. Третьою властивістю, що відрізняє британський сленг від американського, є його менш виражена «комунікативна брутальність» [56, с. 300]. Четверта властивість британського сленгу, на думку Е. Партріджа, що відрізняє його від американського – великий ступінь толерантності до означення явищ навколишньої дійсності. Нарешті, п'ятою диференціюючою ознакою британського сленгу дослідник називає його «цілісність означення», влучність дотепної оцінки,

стилістичну виправданість при вживанні порівняно з «поверхневою веселістю» американської кодованої комунікації.

Тож нами було розглянуто декілька прикладів найпоширеніших британських сленгових виразів, які є менш динамічними та нейтральними за своїм вживанням, порівняно з американськими:

- “Bite your tongue! (Keep it quiet!)” – прикуси язика!
- “To beat around the bush” – уникати питання
- “No hard feelings (Don’t worry)” – не переживай
- “To hit the books (To study)” – взятись за навчання
- “Full of beans” – енергійний
- “It’s easy peasy” – дуже просто
- “Hold your horses!” – зачекай хвильку!

Приклади американських сленгових виразів, які є більш активними у використанні та специфічними:

- “Bank, benjamin, loot” – гроші
- “Dude” – чувак
- “What’s up?” – як справи?
- “No cap!” – чесне слово!
- “Bae, Boo” – кохана, коханий
- “Bestie” – найкращий друг
- “Badass” – дуже крутий
- “Bro” – дуже крутий

Отже, у більшості випадків американський сленг, на відміну від британського, володіє вульгарним стилістичним забарвленням, характеризується постійним пошуком новизни, мінливістю і безтурботністю через прагнення слідувати впливу моди. Американський студентський сленг викликає значні труднощі у розумінні. Це пов'язано з прагненням молоді встановити контакт у спілкуванні часто за допомогою фамільярності, інтимності. Через

непідготовленість, спонтанність мови, відсутність детального продумування змісту розмови, а також експансію молодіжного жаргону збільшується розрив між «академічною» мовою, орієнтованою на зразковий Oxford English, і тим, який використовується в реальному повсякденному спілкуванні.

Аналіз особливостей сленгу США та Великобританії виявляє системні, експресивні та історико-культурні відмінності у сленгах двох соціумів. Системні відмінності полягають у наступному: велика синонімія американських сленгізмів у порівнянні з британськими, більш широка тематика американського сленгу порівняно з британськими, більш розвинена полісемія американських сленгізмів. Експресивні відмінності: велика «брутальність» американських сленгізмів у порівнянні з «тонкою іронічністю» британських; історико-культурні відмінності обумовлені, наприклад, історизмом сленгу джазу, бейсболу, преси в США, а також наявністю значної кількості запозичених лексичних одиниць, привезених емігрантами не англосаксонського походження, британський сленг, на відміну від американського, характеризується яскраво вираженою локальністю.

Через ці особливості розгляду двох видів сленгу, а саме американського та британського, ми у своїй роботі зробимо акцент на аналіз перекладу американського сленгу, адже він є соціально динамічним, має більш яскравіший прояв у медіатекстах та великий спектр використання у американських ЗМІ, порівняно з британськими.

Висновки до розділу II

Аналіз теоретичних джерел дає можливість зробити висновок, що медіатекст визначається як динамічна складна одиниця вищого порядку, за допомогою якої здійснюється мовне спілкування в сфері масових комунікацій.

Таким чином, термін медіатекст розглядається як гіперонім ряду попередніх термінів: журналістський текст, PR-текст, публіцистичний текст, газетний текст, теле і радіотекст, рекламний текст, текст Інтернет СМІ та ін.. Три основних сфери його функціонування – журналістика, PR і реклама.

Медіатекст – відносно новий тип тексту, що з'явився в кінці XX століття і формувався в міру становлення мережевого суспільства і розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. В основі медіатексту лежить поєднання вербальних і невербальних систем, текстових та візуальних засобів.

Особливості медіатексту, що визначають його специфіку, багато в чому обумовлені особливостями сучасного інформаційно-комунікативного простору, а також залежать від того, за допомогою яких каналів здійснюється його поширення. У своїй роботі ми спиралися на класифікацію дослідника М. Ю. Казака який охарактеризував такі особливості медіатексту як: медійність, масовість, інтегративність (полікодовість), та відкритість.

Типологія медіатекстів обширна, і залежить від обраних конкретним дослідником критеріїв поділу, однак канонічної класифікації не існує, що обумовлено різноманіттям сучасних медійних текстів. В рамках даної роботи розглянута класифікація медіатекстів, запропонована доктором філологічних наук Т.Г. Добросклонською. До ключових параметрів відносяться: спосіб виробництва, форма, канали поширення, функціонально-жанровий тип тексту та тематична домінанта.

Щодо прагмастилістичних особливостей, використання сленгізмів в медіатекстах зумовлено проблемою «засмічення» мови ЗМІ. Сленг в даний час

активно використовується там, де потрібно створити відчуття престижності, образності та експресивності, можна зауважити, що через те, що змінюється спосіб споживання новин, відбуваються зміни на рівні як форматів медіатекстів, так і мови. Дослідження сленгу в мові сучасних ЗМІ виявило, що медіатексти впливають на молоду людину, його мислення та світосприйняття. Мас-медіа створили для лексичних одиниць можливість ширшого поширення і, таким чином, сприяли тому, що деякі з них стали загальнонаціональними, виходячи за етнічні рамки і набираючи популярність.

Лінгвокультурні особливості характеризуються формуванням уявлень про мовну норму і мовну культуру на основі усного мовлення, зразком якої стає саме мова ЗМІ. Щодо відмінності британського та американського сленгу було визначено, що американський сленг має більш широку тематику порівняно з британським, який в свою чергу характеризується яскраво вираженою локальністю. Адже американські ЗМІ є більш поширеними та широковідомими через своє активне використання сленгових виразів у медіатекстах.

РОЗДІЛ ІІІ. ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВІДТВОРЕННЯ СЛЕНГУ У АНГЛОМОВНИХ МЕДІАТЕКСТАХ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Як відомо, на сьогоднішній день, засоби масової інформації надають вирішальний вплив на формування світогляду, уявлень, світосприйняття, мислення та поведінку членів суспільства. Але також медіатексти можуть бути і основою для вивчення сучасного стану мови, тому що в них швидше, ніж будь-де, знаходять відображення численні зміни мовної дійсності, найбільш характерні особливості сучасного мовлення.

В свою чергу сленг продовжує залишатися досить складним та маловивченим розділом у контексті теорії перекладу. Насамперед це пояснюється неоднорідністю та багатогранністю самого поняття сленг, і відсутністю традиції перекладу даного пласта лексики в українській перекладній практиці.

Тож у 3-му розділі зроблено акцент на аналіз перекладу сленгових одиниць у різних видах медіатекстів, виявленні прагмастилістичної функції сленгу на даних прикладах, у яких випадках і з якою метою використовується сленг. Проведено порівняльний аналіз методів перекладу сленгових одиниць. Матеріалом аналізу слугують сучасні британські та американські видання, такі як “Vogue”, “Rolling Stone”, “Forbes”, “Esquire” та ін.. А для виявлення лінгвокультурної функції сленгу, були обрані тексти субтитрів до відомих британських серіалів (“Peaky blinders”, “Skins”) та американських (“Riverdale”). Під час написання 3-го розділу роботи проводиться не тільки пошук лексичних одиниць, що належать до шару сленгової лексики, але й класифікація обраних одиниць за використаним перекладачем методом лексичної трансформації.

3.1 Специфіка перекладу англомовної сленгової лексики

Багато вчених сходяться на думці, що головною проблемою перекладу є визначення сленгової одиниці. Переклад, у свою чергу, відіграє значну роль при порівнянні систем двох мов і є відображенням оригіналу. При перекладі сленгу слід враховувати особливості контексту, де він використовується. Для більшості сленгізмів характерними ознаками є рухливість та стилістичне маркування, що у свою чергу ускладнює їхній переклад.

Одним із важливих завдань перекладача є збереження стилістичних засобів та фігур мови як важливої складової медіатексту, що перекладається, а також специфіку індивідуального стилю автора цього тексту. До таких стилістичних засобів можна віднести використання елементів розмовної лексики для створення мовного вигляду.

Відправною точкою для перекладу сленгової лексики вихідної мови слід вважати пошук можливих аналогів елементів сленгової лексики у мові перекладу. Зручність цього шляху полягає в тому, що подібними аналогами володіє будь-яка розвинена мова. Але слід звернути увагу на те, що сленгова лексика та її складові (арго, просторіччя, жаргон) схильні до частих змін. З цієї причини перекладачеві часто слід враховувати тимчасовий фактор. Наприклад, багато жаргонізми несуть у собі «мовленнєву прикмету покоління», отже не коректно підібрані слова можуть стати анахронізмами.

Сам процес перекладу можна визначити як здійснення міжмовної комунікації. Кожен акт міжмовної комунікації представляє певну перекладацьку ситуацію, яка потребує окремої перекладацької стратегії. Кожна стратегія обумовлена рядом факторів, з яких найбільш важливе значення мають мета перекладу, тип медіатексту, що перекладається і характер передбачуваного рецептора перекладу. Вибір стратегії визначає співвідношення еквівалентності та адекватності у тексті перекладу.

Ще одна причина, через яку переклад даної лексики вважається важким, відбувається розбіжність прагматичних і семантичних компонентів значення, за своїми семантико-лексичними варіантами, що призводить до різниці результатів лексико-семантичного варіювання цих слів в англійській та українській мовах.

Відповідно до припущень В.С. Виноградова, еквівалентність – це накопичення відносної рівності змістовної, смислової, семантичної, стилістичної, функціонально-комунікативної інформації, що міститься в оригіналі та перекладі [11, с. 115]. Еквівалентність не є фіксованою величиною. Доказом цього, може бути існування різних типів еквівалентності, які визначаються ступенем близькості вихідного тексту та його перекладу.

Однак, для досягнення успішної міжмовної комунікації, використання лише еквівалентності недостатньо. У таких випадках вважається за необхідне ввести термін «адекватність перекладу». Згідно В.М. Комісарову, даний термін визначає відповідність перекладу умовам комунікативної ситуації та є оцінним [28, с. 47]. Отже, адекватний переклад включає певний тип еквівалентності, але зазначається, що не кожен еквівалентний переклад може вважатися адекватним.

На думку В.М. Комісарова, адекватним перекладом вважається переклад, який забезпечує прагматичні завдання перекладацького акту на максимально можливому для досягнення цієї цілі рівні еквівалентності, не допускаючи порушення норм та загальноприйнятого вживання мовних одиниць у мові перекладу, дотримуючись жанровостилістичних вимог до текстів медіатипу та відповідності конвенційним нормам перекладу.

Таким чином, через неоднозначність і суперечливість поняття «сленг» перед перекладачем постає складне завдання, яке полягає в найбільш адекватній передачі даних лексичних одиниць без викривлення сенсу та задуму автора.

3.2. Способи перекладу сленгової лексики

Переклад з однієї мови на іншу є складною діяльністю, незважаючи на те, чи це літературна мова або переклад медіатекстів журналу, газети тощо. А переклад сленгової лексики, безумовно, є досить непростим актом. Перше, що слід зробити перекладачеві, це спробувати знайти в мові перекладу аналоги сленгізмів, які використовуються в мові оригіналу. Нині сленг в розвинених країнах, в тому числі в Америці та Англії, є досить широким пластом зниженої лексики, тому в більшості випадків підібрати аналог нескладно. Однак, оскільки чіткого визначення поняття «сленг» досі не встановлено, і дослідники часто не можуть відповісти на питання, що вважати сленгом, а що ні, деякі труднощі складає пошук сленгізмів у словниках.

Як було визначено раніше, відправною точкою для перекладу сленгової лексики вихідної мови слід вважати пошук можливих аналогів елементів лексики у мові перекладу. Аналогом називається результат перекладу за аналогією, тобто за допомогою вибору одного з кількох можливих синонімів. Дійсність і зручність такого методу полягає в тому, що подібними аналогами володіє будь-яка розвинена мова [39, с. 86]. Їх наявність дозволяє перекладачеві використовувати прямі відповідники у перекладі, що полегшує його роботу. Відсутність прямих відповідностей у вихідній мові та мові перекладу обумовлена тим, що сленг різних країн є прямим відображенням їхньої культури, суспільного життя та ходу думок членів суспільства і перебуває у постійному розвитку.

Л.С. Бархударов дотримується думки, що для перекладу сленгової лексики використовують ті ж самі способи перекладу, як і для перекладу літературної лексики. Насамперед, це два основних шляхи якими слідує перекладач [4, с. 210]:

- прямий або буквальный;
- непрямий (непрямий, трансформаційний) переклад.

Перший спосіб рідко використовують при перекладі одиниць сленгової лексики, оскільки при цьому порушуються принципи перекладацької адекватності

та норми мови перекладу. Також можна виділити два перекладацькі прийоми, що відносяться до прямого перекладу: транскрипція (транслітерація) та калькування. Їх застосування можливе лише за умови, що значення транскрибованого (транслітерованого) або калькованого слова зрозуміло з контексту та переклад не порушує узуальні норми та принципи адекватності та еквівалентності. Прикладом може послужити усталений нині сленгізм “bro”, значення якого є цілком зрозумілим з контексту.

Набагато частіше використовують непрямі способи перекладу чи перекладацьких трансформацій. Основна їхня функція полягає у створенні максимально лексично точного, адекватного перекладу тексту за відсутності регулярних мовних відповідностей. При цьому адекватний переклад неможливий без урахування стилістичної сторони оригіналу, оскільки переклад передбачає створення стилістичного аналога оригіналу. Стилiстичне зміст тексту чи висловлювання складається з стилістичних значень, складових його одиниць, і вимагає перекодування під час перекладу, що здійснюється у процесі зміни планів змісту та вираження мовних одиниць вихідного тексту у тексті перекладу.

Залежно від характеру одиниць перетворення Л.С. Бархударов виділяє такі трансформації [4, с. 83]:

- лексичні
- граматичні
- лексико-граматичні

Розглянуто трансформації, які найчастіше використовуються при передачі сленгу. При лексичних замінах відбувається заміна окремих лексичних одиниць (слів і стійких словосполучень) вихідної мови лексичними одиницями перекладача, які є їх словниковими еквівалентами, тобто, взяті ізольовано, мають інше референційне значення, ніж передані ними у перекладі одиниці вихідної мови. Найчастіше тут зустрічаються три випадки: конкретизація, генералізація та заміна,

заснована на причинно-наслідкових відносинах (заміна слідства причиною та причини наслідком) [4, с. 210].

1) Конкретизація – заміна слова або словосполучення вихідної мови з більш широким референціальним значенням словом або словосполученням мови з більш вузьким значенням. Конкретизація може бути мовною та контекстуальною (мовленнєвою). При мовній конкретизації відбувається заміна слова з широким значенням словом з вузьким значенням, що обумовлюється розбіжностями – або відсутністю в перекладі лексичної одиниці, що має відповідне широке значення, що і передана одиниця вихідної мови.

Наприклад, слово “buddy” було перекладено як «брат», «кореш», «бро». В українській мові слово конкретизується і стає зрозумілим, до кого звертається людина або про кого говорить. Так, англійський іменник “thing”, що має дуже абстрактне значення перекладається шляхом конкретизації: «річ», «предмет», «справа», «випадок», «істота» та ін.. Звичайною є конкретизація дієслів “say” і “tell”, які можуть перекладатися не тільки як говорити та розказати, але і як: «повторити», «відзначити», «висловлюватися», «запитати», «заперечити». Наприклад вислів “*So what? I said*” перекладається як: «Ну що? Спитав я».

Контекстуальна конкретизація може бути зумовлена не тільки стилістичними поглядами а такими факторами, як наприклад, необхідність завершити фразу, задля уникнення повторень, досягнення більшої образності та експресивності [4, с. 210].

2) Генералізація – явище, зворотне конкретизації, тобто заміна одиниці вихідної мови, що має більш вузьке значення, одиницею перекладної мови з ширшим значенням.

Наприклад слово “queer”, яким в англійському сленгу позначають гомосексуалістів, може бути замінено на слово «збоченець» у перекладі, що є ширшим значенням, але яке при цьому включає частину смислового компонента англійського слова.

3) Заміна слідства причиною та навпаки

Лексичні заміни у процесі перекладу, які базуються на причинно-наслідкових зв'язках між поняттями. Так, слово або словосполучення вихідної мови може замінюватися при перекладі словом або словосполученням мови, що за логічними зв'язками позначає причину дії або стану, позначеного перекладеною одиницею вихідної мови [4, с. 207].

Наприклад, вираз “Nazy day” дослівно перекладається як «Туманний день», але автори перекладають як «Я погано пам'ятаю цей день», тобто простежується причинно-наслідковий зв'язок. «Туманний день», тому що я його не пам'ятаю.

До граматичних трансформацій відносяться додавання, опущення, компенсація.

4) Додавання (декомпресія) – розширення тексту для більш точного розкриття значення лексичної одиниці шляхом запровадження додаткових слів.

Існує два види додавань:

- Введення до тексту додаткової інформації з метою донести до читача перекладу те, що носії мови оригінал розуміють без уточнень.

Наприклад: “*I said. Cold as hell*” перекладається як «*Питаю я крижаним голосом*».

- Граматичне додавання, що застосовуються тоді, коли в мові перекладу відсутня смислова подібність із лексемою мови оригіналу та її граматичною формою.

Наприклад: “*What the hell are you doing*” – «*Що ти робиш*».

5) Опущення (компресія) – явище, протилежне додаванню. Опущенням називається прийом, у якому відбувається скорочення тексту перекладу за допомогою вилучення з перекладу граматично надлишкових елементів. Ними можуть бути граматично надлишкові елементи (артиклі, присвійні займенники тощо) або лексеми, особливо парні синоніми.

Наприклад: *“Cell phone”* – мобіла, *“Its kinda weird”* – це дивно.

6) Компенсація

Цей прийом застосовується в тих випадках, коли певні елементи тексту вихідною мовою з тієї чи іншої причини не мають еквівалентів у мові перекладу і не можуть бути передані її засобами; у цих випадках, щоб заповнити («компенсувати») семантичну втрату, спричинену тим, що та чи інша одиниця вихідної мови залишилася неперекладеною або неповністю перекладеною, перекладач передає ту саму інформацію будь-яким іншим засобом, причому необов'язково в тому самому місці тексту, що і в оригіналу [4, с. 217].

Наприклад: *“I am so suck of...”* – «З мене досить...», *“Real real confident”* – «мега-впевнений», *“Atta boy”* – «Молодець, хлопчина».

Проаналізувавши приклади, компенсація досить часто використовують там, де необхідно передати прагматичне значення, а також представити суто внутрішньолінгвістичні значення, які обумовлюють ті чи інші мовні особливості оригіналу – діалектальну експресію та забарвлення або індивідуальні особливості мови, каламбури, гру слів тощо. Прийом компенсації чітко ілюструє положення, на якому часто акцентувалася увага: еквівалентність перекладу задовольняється на рівні всього тексту, а не тільки окремих його елементів [4, с. 213].

До лексико-граматичних трансформацій відносяться антонімічний переклад та описовий переклад (експлікація).

7) Антонімічний переклад

Антонімічний переклад є заміною ствердної форми одиниці вихідної мови на заперечну форму в мові перекладу, і навпаки, що супроводжується заміною лексичної одиниці однієї мови на одиницю іншої мови із протилежним значенням.

Приклад: *“I'm not kidding”* – «я вам серйозно кажу», *“Shoulda sat out”* – «Не треба було приходити», *“Its ok”* – «Нічого страшного».

8) Описовий переклад (експлікація)

Ця багатофункціональна заміна, яку використовують для роз'яснення невідомих слів та понять, які потребують внутрішнього тлумачення, або коли незвичне адресату слово замінюють звичнішим при перекладі. Як правило, описовий переклад є лексичною заміною з генералізацією, що обумовлюється лексичними додаваннями. Нерідко при внутрішньому роз'ясненні слова перекладач зберігає певне слово в транскрибованому вигляді і у той же час створює додаткові конструкції.

Наприклад: *“Well, you failed, spectacularly, didn't you?”* – «Ну так ти облажався з блиском і фанфарами».

Даний прийом, хоч і веде до розширення обсягу інформації про поняття, що перекладається, але також веде до розширення обсягу тексту, що може виявитися перешкодою для досягнення еквівалентності в окремих випадках.

Також до прийомів перекладу сленгу належать евфемістичний та дисфемістичний переклад. Цими прийомами користуються, коли у тексті оригіналу зустрічаються вульгаризми і нецензурна лексика.

9) Евфемістичний переклад

Такий прийом перекладу використовується, коли в тексті оригіналу зустрічаються різного свого роду табуована лексика, яка не може бути використана в перекладі через цензуру. Цей прийом полягає у заміні лексичних одиниць з грубою, сильною експресією на одиниці мови перекладу з менш сильною експресією.

Наприклад: *“What the fuck are you doing here?”* – «Якого біса ти тут робиш?».

Однак такий прийом не слід використовувати часто, оскільки втрачається емоційне забарвлення вихідного тексту, не повною мірою передається образ мовної поведінки та стиль автора.

10) Дисфемістичний переклад

Є протилежністю евфемістичному перекладу, заміна слова з оригінального тексту з менш яскравою експресією при перекладі на грубіше.

Наприклад: “*Pillock*” – «Дубіл», “*Rubbish food*” – «Херова їжа».

Але подібний прийом вживається нечасто. Набагато частіше сленгову лексику перекладають або просторічними словами, або вульгаризмами.

Таким чином, перекладацькі прийоми, зокрема і трансформації, є рішенням, прийнятим з урахуванням контексту. Вони мають бути спрямовані на досягнення максимального рівня еквівалентності та адекватності та на найбільш точну передачу змісту, стилю та функції у перекладному тексті за умови, що використані через відсутність у мові перекладу еквівалентних відповідностей, здатних передати змістовно стилістичну сторону тексту. За наявності відповідних одиниць вихідної мови замінюються еквівалентами/аналогами у мові перекладу. За їх відсутності перекладач змушений використовувати певні прийоми перекладу, що відповідають лінгвістичній ситуації.

3.3 Перекладацький аналіз способів відтворення англомовного сленгу у медіатекстах українською мовою

У цьому розділі нами було докладно розглянуто прийоми перекладу, які застосовували перекладачі медіатекстів під час передачі сленгової лексики. Насамперед, нами був використаний метод суцільної вибірки. У результаті дослідження було відібрано 262 прикладів вживання сленгу у періодичних виданнях: “*Vogue*” [65], “*Rolling Stone*” [68], “*Forbes*” [69], “*Esquire*” [60], “*Complex*” [61], “*Glamour*” [63], “*Interview Magazine*” [62], а саме були проаналізовані інтерв’ю відомих та впливових на сьогоднішній час знаменитостей: реп-виконавці Travis Scott, Asap Rocky, Eminem, співачка Ріанна та модель Белла Хадід. Рішення обрати інтерв’ю саме з цими особистостями зумовлено тим, що вони представляють собою сучасну культуру спілкування не тільки в Америці, а й

в цілому світі, адже володіють вагомим впливом на світогляд та ідеологію людей. Ці інтерв'ю насичені великою кількістю сучасної сленгової лексики та яскравими експресивними виразами, які були проаналізовані нами в цьому розділі.

На наступному етапі відібрані одиниці перевірялися за компетентними лексикографічними джерелами для того, щоб верифікувати їхню приналежність до групи сленгізмів. Далі було проаналізовано переклад за аналогічними джерелами українських видань, а також здійснено пошук перекладу та значень за словником “Urban Dictionary” [58], щоб прокоментувати перекладацькі рішення. Також з урахуванням відібраних сленгових виразів було докладніше розглянуто, які прийоми перекладу виявилися найбільш продуктивними, тобто був застосований метод кількісного аналізу, суть якого полягає у визначенні кількісного співвідношення компонентів, що входять до складу об'єкта, що аналізується прийомами перекладу.

І підбиваючи підсумки, нами було використано метод порівняльного аналізу з метою визначення найбільш частотного та найефективнішого прийому перекладу сленгу у медіатекстах.

Перш ніж перейти до детального аналізу перекладацьких трансформацій, надамо невелику характеристику знаменитостям, інтерв'ю яких були обрані нами, адже склад їхньої лексики безпосередньо залежить від певних факторів, таких як: місце проживання, вік, інтереси та галузь творчої діяльності.

Тревіс Скотт, Асап Рокі та Емінім є представниками американської Хіп-Хоп індустрії, а як відомо, традицією реп музики слугує відображення соціальних змін сучасного суспільства і виконує функцію мови конфлікту в процесі порушення міжкультурної комунікації. Через те, що хіп-хоп представляє собою активно розвинену субкультуру сучасного суспільства, що так чи інакше відображається на лексичному поповненні лексики, а саме на розгорнутому типі мовного коду. А отже, сленг, який використовують представники цієї субкультури, слугує не тільки засобом комунікації між її членами а й виконує функцію мовного прийому

субкультурного кодування. З цього можна зробити висновок, що їх мова насичена безліччю сленгових одиниць, територіальних варіантів сленгу, соціальних діалектів та вульгаризмів. В їх мові відображаються гострі та нагальні проблеми сучасного суспільства, тож сленгова лексика, яка ними використовується, володіє високим ступенем емоційності. Ріанна є представником R`n`B культури, а Белла Хадід – американська модель та амбасадор багатьох відомих брендів, якою захоплюються тінейджери, тож їх стиль мови насичений сучасним молодіжним сленгом.

Сучасні періодичні видання використовують сленг в своїх медіатекстах задля залучення уваги читачів. З проаналізованих матеріалів можна зробити висновок, що майже в кожному реченні інтерв'юер та гість використовують яскраві сленгові одиниці, які можуть викликати труднощі у перекладі на українську мову, адже, як було зазначено раніше, склад англійської сленгової лексики постійно поповнюється, що зумовлює малу кількість відповідників українською мовою. Нами були детально розглянуті перекладацькі стратегії та способи перекладу даних медіатекстів на українську мову:

1) Транслітерація

Транслітерація – це відтворення слова за літерами мови перекладу. Такий спосіб перекладу використовується, коли значення слова зрозуміло з контексту словосполучення, а переклад не порушує принципи еквівалентності.

Приклади:

- *“The merch sold out too,” Scott says. – «Весь мерч також розкупили», - говорить Скотт;*

Це приклад вдалого застосування транслітерації, адже слово “merch” використовується у медіатекстах набагато частіше, ніж його відповідник в українській мові слово «товар». «Мерч» звучить більш молодіжно на західний лад та описує одяг, аксесуари та будь-які інші гарні речі із символікою бренду.

- *The song contains zero choruses, nothing like a traditional hook and three different beats. – У пісні немає жодного приспіву, нічого, що нагадує традиційні хуки, зате є три різних біта;*

У даному прикладі транслітерація застосована до слова “hook”, що в музичному дискурсі означає “Catchy part of a song that draws in the listener” [58], тобто хук – це захоплююча частина пісні, яка приваблює слухача. Можна також провести паралель, адже прямий переклад слова “hook” – «зачепити». Але, на нашу думку, у даному прикладі транслітерація доречна, тільки коли адресант розуміє значення музичних термінів, у іншому випадку краще застосувати описовий або конкретизуючий переклад.

- *Freestyling, clowning, roasting on everybody at the cafeteria lunch tables. He was the outspoken funny guy. – Фрістайл, клоунада, роаст усіх, хто обідає за столиками в кафетерії. Він був відверто смішним хлопцем;*

В цьому прикладі, можна виділити два випадки транслітерації: «фрістайл» та «роаст усіх». Перший варіант є доступним для розуміння, адже слово «фрістайл» вже перейшло у повсякденне вживання в українській мові і має своє тлумачення: фрістайл – це стиль імпровізації з інструментальними бітами або без них, у якому тексти читаються без певної тематики чи структури та без попереднього запам’ятовування. А переклад виразу “roasting on everybody” за допомогою транслітерації вважається не дуже вдалим і краще було б, якби перекладач підібрав відповідник або компенсував сленгову одиницю. “Roast on somebody” в американському сленгу означає: “To humorously mock or humiliate someone with a well-timed joke or diss” [58], тобто висміяти або принизити когось.

- *Scott tells me, “I get my whole swag from Pop Dukes.” – Скотт каже, що зараз у них гарні стосунки: «Весь мій свег від тата»;*

Слово «swag», що перекладається як «крутий», в американській сленговій лексиці, на відміну від української, дуже часте явище. Вираз “to be swaggy”, незважаючи на те, що є популярним в Америці, походить з Шотландського сленгу:

“Originally from the Scottish slang word "swagger" which was a description of the way some Scots walk (in a swaying motion), the word was then misinterpreted by the English as "the way someone presents themselves". Eg, whether someone looks cool” [58].

- *5.3 million Instagram followers. – 5,3 мільйона фоловерів;*

«Фоловер» - це синонім до слова «підписник». Можна виділити як інтернет-сленг, тобто особа, яка слідкує за оновленнями профілю в соц-мережі, наприклад у Інстаграмі, Фейсбуці або Твіттері тощо.

- *RIP to A\$AP Yams. – Pin A\$AP Yams;*

Вираз “RIP” – “respectful wish to someone who has died”, в англійській мові розшифровується як “Rest in peace” – побажання померлому з повагою. Доречніше було б використати відповідник в українській мові «Вічна пам’ять».

- *Every artist these days is on Instagram or Facebook, is taking selfies. – Усі артисти сьогодні в Інстаграмі та Фейсбуці роблять селфі.*

Слово «селфі» використовується, як в сучасній англійській сленговій лексиці, так і в молодіжній українській та означає «фотографія себе передньою камерою смартфона з витягнутої руки».

Тож, використання цього прийому у медіатекстах можливе лише зрідка, коли значення слова відоме для розуміння без особливих роз’яснень. З проаналізованих прикладів можна зробити висновок, що транслітерація була некоректно використана в деяких реченнях, адже не дає повного розуміння тексту на мові перекладу і доречніше було б використати відповідник або описовий переклад.

2) Конкретизація

Заміна слова або конкретизація мови оригіналу з широкого значення на більш вузьке у перекладі. Часте явище у перекладі сленгу в медіатекстах, адже для українського реципієнта, на відміну від американського або британського, деякі лексичні одиниці, в силу культури мови, можуть неправильно трактуватися, і

доцільним буде уточнити та конкретизувати значення певної лексичної одиниці сленгу.

Наприклад:

- *And shit got rough,” Scott recalls, his tone matter-of-fact. “Can’t afford shit. – Нам довелося несолодко», – сухо констатує Тревіс Скотт. — Ми нічого не могли собі дозволити;*

Зазвичай нецензурне слово “shit” перекладається як «лайно» та використовується задля передачі негативних емоцій, але у сучасному словнику англійського сленгу “Urban Dictionary” знайдена ще одна дефініція цього поняття: “A word formerly used to describe fecal matter, however now can be used to describe anything conceivable, from nouns to emotions” [58]. Тобто слово “shit” в даному випадку конкретизується і перекладається як заперечний займенник «нічого».

- *Kilhoffer arranged a production gig for Scott at Kanye West’s G.O.O.D. Music. – Він влаштував Скотта на продюсерську посаду в музичний лейбл G.O.O.D. Music Каньє Веста;*

Конкретизація в цьому прикладі вживається до слова “gig”, що означає: “A job, usually in the entertainment industry” [58]. Перекладач даного інтерв’ю використав уточнення, що Тревіса Скотта взяли саме «на продюсерську посаду в музичний лейбл».

- *He got into a scrape in New York. – Він вплутався в поножовщину в Нью-Йорку;*

Сленговий елемент “to get into a scrape” дослівно переклали б як «вплутатися в драку», але перекладач задля збереження прагматичного компонента речення прибіг до конкретизації і звузив поняття до «вплутатися в поножовщину».

- *That’s real talk. – Ось це я розумію одяг;*

Вираз “real talk” використовується в англійській лексиці, коли треба акцентувати на певному дійсному твердженні: “can be used in the sense to affirm what

someone is saying as a true, or valid statement and that they are expressing sincere thoughts and opinions” [58]. Автор перекладу вирішив конкретизувати, про яке саме твердження йде мова, щоб зберегти оригінальний контекст медіатексту.

- *You can't kiss 'em. – Ти навіть не можеш поцілувати партнера;*

В даному прикладі демонструється один з механізмів утворення сленгу – усічення: “kiss`em” – “kiss them”. Перекладач конкретизує займенник “them” як «партнери».

- *Nah man. I love those guys. – Не, чел, люблю я цих чуваків!*

У цьому випадку було проаналізовано, що молодь може називати свого товариша як “man” або “guy”. Слово "man" було перекладено як «чел», а “guy” як «чувак». В українській мові слово конкретизується і стає зрозумілим, до кого звертається персонаж або про кого говорить.

Тож перекладачі використовують конкретизацію в основному у тих випадках, коли вирази мають абстрактне значення.

3) Генералізація

Перекладацький прийом при якому одиниця вихідної мови замінюється значенням одиниці мови перекладу із ширшим значенням.

Приклади:

- *With his friend Jason Eric, who today raps as OG Chess. – Разом зі своїм другом Джейсоном Еріком, який тепер виступає під псевдонімом OG Chess;*

В цьому прикладі генералізація простежується у перекладі дієслова “to rap” як «виступати», яке має більш широке значення, ніж прямий переклад «читати реп».

- *“Damn, his truck’s still out here,” Scott says. – «Нічого собі, його тачка досі тут стоїть», - каже Скотт;*

Автор перекладу генералізує значення слова “truck”, яке перекладається як «вантажівка», використовуючи загальну одиницю у мові перекладу «тачка».

- *Rihanna's plate is full and spinning.* – Ріанна і правда взвалила на себе дуже багато;

Ідіома “my plate is full” не має відповідного аналога в українській мові тож перекладач генералізує значення даного виразу як «взвалити на себе дуже багато».

- *They know I don't want to break their hearts or nothing.* – Вони знають, що я їх не ображу.

В цьому інтерв'ю Асап Рокі акцентує на тому, що він не хоче розбивати серця дівчатам, але в українському тексті “to break their hearts” генералізується як загальне поняття «образити їх» що втрачає свою прагматичну силу.

Тож використовуючи прийом генералізації обов'язково слід враховувати прагматичний фактор.

4) Заміна слідства причиною та навпаки

Використовується в тому випадку, коли можна пояснити логічні зв'язки дії або стану мовою перекладу.

Наприклад:

- *Out in the crowd, kids screamed and thrashed, got bloody noses in mosh pits* – Молодь кричала і веселилася в натовпі, розбивала носи в мошпітах;

Заміна ґрунтується на причинно-наслідкових відносинах: йшла кров, тому що вони розбили носи у мошпітах.

- *Sparks yet another blunt.* – Затягується черговим блантом;

Дієслово “sparks” перекладається як «запалювати», тобто спочатку він запалив, а потім, як наслідок, затягнувся.

- *Cut me some slack.* – Дайте мені шанс;

Ця ідіома має значення «бути більш поблажливим», тож з контексту зрозуміло, що Асап Рокі просить своїх однокласників дати йому шанс та бути м'якше.

- *And to “drop” new pieces directly to consumers on the Fenty website – Та продавати речі на сайті Fenty відразу ж після показу.*

Слово “drop” в англійському сленгу означає “To release an album or other products” [58]. Тобто випустити колекцію речей і згодом продавати її.

5) Декомпресія

Додавання або декомпресія представляється як розширений текст оригіналу, що використовується задля необхідності повної передачі змісту у мові перекладу.

- *It showed that a virtual performance, once dismissed as a gimmick, could be as much an act of artistry as an old-fashioned live show. – Він показав, що віртуальні перформанси, які колись вважали рекламним трюком, можуть стати проявом творчості подібно до старомодних живих концертів;*

В словнику сучасного англійського сленгу вираз “gimmick” трактується як: “A method of gaining customers or attracting attention by accentuating a certain trait/quality” [58]. Автор перекладу використовує додавання «рекламний трюк» з метою донести до читача перекладу те, що носії мови розуміють без уточнення.

- *Nah, bro.* – О, ні, чувак;

В даному прикладі демонструється граматичне додавання, що використовується в мові перекладу, коли відсутня смислова схожість з граматичною формою та лексемою оригіналу.

- *He's doing it now, in his Gucci pants, Dior blazer and Reeboks. – Він робить це прямо зараз, сидючи переді мною у штанах Guccі, блейзері Dior та кросівках Reebok;*

В американському сленгу частим явищем є використання назви всього бренду, як позначення кросівок, наприклад: “Reebok”- це кросівки від фірми Рібок, “Nikes” – пара взуття від Найк.

- *I was expecting a rap crew, I guess. – Напевно, я чекав, що Рокі прийде з компанією типових галасливих реперів;*

Декомпресія присутня в описі реп-команди Асапа Рокі, яка також прийшла взяти участь в інтерв'ю, задля передачі реципієнту атмосфери у студії.

- *We was chillin' getting money. – Ми просто відпочивали, тусили та заробляли гроші.*

Слово “Chillin” має дефініцію: “relaxing doing nothing special” [58], що в перекладі можна замінити багатьма синонімами, як це і зробив автор перекладу: «відпочивати», «тусити». Також в даному прикладі простежується спосіб творення сленгової одиниці за допомогою усічення.

Тож існує два види декомпресії: введення у текст додаткової інформації з метою донести до читача перекладу еквівалентний контекст та граматичне додавання.

б) Компресія

Опущенням або компресією називають прийом, під час якого семантично і лексично надлишкові слова вилучаються з тексту.

Приклади:

- *He asked if Scott could maybe, possibly push back his headlining set? – Він запитав, чи не може Тревіс Скотт почати свій сет трохи пізніше?;*

Здійснено опущення прикметника “headlining”: “a word to describe people who make a good night out”. Автор вдався до компресії, адже це не впливає на оригінальний контекст речення.

- *“And shit got rough,” Scott recalls, his tone matter-of-fact. “Can’t afford shit”.* – «Нам довелося несолодко», – сухо констатує Тревіс Скотт.
— «Ми нічого не могли собі дозволити»;

В даному випадку прослідковується граматична компресія у виразі “tone matter-of-fact”, в мові перекладу цей вираз можна замінити на прикметник «сухо», який має еквівалентне значення.

- *No matter: The Kardashian fame machine had bestowed on him enough juice to permit him to enact his creative vision.* – Так чи так, кузня слави Кардаш’ян надала йому імпульсу;

Сленгова одиниця “juice”, що означає: “Slang for overwhelmingly good” [58], була вилучена з тексту перекладу, щоб читачу було простіше зрозуміти загальний зміст речення.

- *I’ll have kids – three or four of ’em. У мене будуть діти, троє чи четверо.*

Опущення особового займенника “them”, задля уникнення повторень. Зміст речення у мові перекладу збережено.

Тож, використання компресії може бути доречним лише в тому випадку, коли зміст речення повністю зберігається у тексті перекладу.

7) Компенсація

Прийом перекладацької компенсації відноситься до лексичних трансформацій, за допомогою яких досягається смислова еквівалентність. Під час перекладу сленгової лексики найчастіше вдаються до заміни слів оригіналу, що належать до нейтрального стилю на мову перекладу, що перебувають у реєстрі розмовних слів.

Наприклад:

- *Out in the crowd, kids screamed and thrashed* – Молодь кричала і веселилася в натовпі;

Даний переклад вважається не зовсім доречним адже слово «веселитися» не передає того стилістичного забарвлення слова “trashed”: “drunk, under the influence of alcohol. Usually to a large extent. Unable to think correctly, move correctly, or act normaly because of the influence of the alcohol” [URL: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=trashed>], що означає бути в дикому стані, зазвичай алкогольного оп’яніння.

- *She’s a Tim Burton fan, which is fire.* – Вона шанувальниця Тіма Бертона, це дуже круто;
- *“Un-unh,” he replies, shaking his head. “That sounds fire!”* – “Не-а”, – відповідає він, хитаючи головою. – «Але звучить круто!»;

У даних двох прикладах використовується вираз “to be fire”: “something that is really good, amazing, crazy(in a good way)”. В українській мові цей сленговий вираз компенсується словом «круто» та зберігає його смисловий об’єм.

- *Dude we were blasted! Like tripping balls.* – Як же нас накрило! Просто дахознос;

Переклад вище можна вважати цілком адекватним, тому що було передано стилістичне забарвлення мови.

- *It’s jiggy. It’s lit.* – Альбом буде класним. Він буде крутим;

Сленговий елемент “jiggy” замінюється на одиницю з більш нейтральною та загальною конотацією «класний», адже в словнику сучасного сленгу, це поняття трактується як: “unusual, weird / describing a song that relies on catchy phrases or beats, particularly in hip-hop (sometimes carrying a negative connotation, sometimes positive, sometimes neutral), тобто щось особливе, опис власного ексцентричного стилю в музиці.

- *He was always fussy about clothes, even when he was broke.* – *В одязі Рокі завжди був розбірливим, навіть коли був на міліні.*

“To be broke” перекладається як «бути без грошей», тож автор перекладу зберіг еквівалентне значення даного сленгового виразу.

У перекладі сленгу компенсація використовується для передачі змісту та забарвлення тексту повністю. Часто зустрічаються ситуації, коли передати забарвлення і сенс кожного слова не порушуючи принципів адекватності та еквівалентності не можна, тобто неможливо знайти безпосереднє значення кожної одиниці оригіналу у перекладі. У такій ситуації адекватність реалізується не на рівні одиниць, а на рівні тексту загалом.

8) Антонімічний переклад

Англійська негативна конструкція передається українською в ствердній формі або навпаки.

Наприклад:

- *That TV shit is out.* – *Жодного телевізора не буде;*

В даному випадку ствердна конструкція замінюється на негативну, адже слово “out” має переклад як «поза», тобто перебувати поза чогось, в цьому прикладі йде мова про телевізор, який, як зрозуміло з контексту реп-виконавець не дозволяє дивитися своїй дочці.

- *Because I'm a gentleman. I wasn't so much of a douche to girls.* – *А все тому що я джентльмен і завжди поводився чемно з дівчатами;*

Вираз “I wasn't so much of a douche” дослівно перекладається як «я не був таким дурнем». Тут відбувається заміна негативної конструкції на ствердну і заміна виразу “wasn't so much douche” на його антонімом «поводитися чемно».

- *Grew up under the toxic pressures.* – *Жила у нездоровій атмосфері;*

Як і в першому випадку, заміна відбувається на негативну конструкцію. “Toxic” used to describe a person who is tainted by a subconscious malevolence or psychosis that affects the lives of those who come into contact with them [58], тобто у цьому прикладі характеризуються нездорові відносини у сім’ї виконавиці.

9) Описовий переклад

Така багатофункціональна заміна застосовується в основному для роз’яснення невідомих реципієнту понять та слів, які потребують роз’яснення, або коли незвичні читачеві слова замінюють звичнішими під час перекладу.

Приклади:

- *He pulls over, and a fiftyish-looking white couple – I’ll call them Mr. and Mrs. – Він з’їжджає на узбіччя, і з гаража показуються дві білі люди, на вигляд їм років п’ятдесят – я називатиму їх містер і місіс А;*

Метою описового перекладу в цьому реченні є занурити реципієнта в атмосферу інтерв’ю, ніби читач є свідком подій та спостерігає за дійством як виконавець «з’їжджає на узбіччя», а «з гаража показуються дві білі людини».

- *As he toured to promote these albums, his performances garnered a reputation for their manic mosh pits. – Гастрольне турне із просування цих альбомів супроводжувалося божевільними танцями фанатів біля сцени;*

В даному випадку автор перекладу описує значення сленгового виразу “mosh pits”, яке дуже часто використовується в американському сленгу, як опис того, яка атмосфера панує на концертах впливових виконавців: “Jumping around, punching, kicking, and generally being violent to music, usually heavy metal, punk rock, hardcore or anything fast and hard” [58]. На українську мову цей вираз можна було перекласти транслітерацією, але перекладач вирішив деталізувати цей елемент для легшого розуміння читача мови перекладу.

- *A bunch of his "Awgies" are here today. – Рокі також привів кількох «Awgies» із собою на інтерв'ю (так репер називає хлопців зі свого агентства. — Esquire);*

При внутрішньому поясненні елементу перекладач зберігає це слово, але у транскрибованому вигляді і робить додаткові конструкції задля розуміння лексичної одиниці.

- *I go and give her a hug, and she looks grateful for the icebreaker. – Ріанна явно вдячна, що перший крок до зближення зробила я.*

Значення сленгового слова “icebreaker” можна розуміти як: “Someone who breaks the awkward silence. Someone who mentions something that has a lot of tension around it” [58], тобто людина, яка знімає напругу перед бесідою, в нашому випадку мова йде про початок інтерв'ю, це може бути як жест поваги, так і просте запитання, щоб розпочати розмову.

Тож описовий переклад, як правило, представляється лексичною заміною з генералізацією, що супроводжується лексичними додаваннями.

10) Евфемістичний переклад

Евфемістичний переклад ґрунтується на заміні слів оригіналу, що мають грубу або сильну експресію на менш сильні слова у перекладі.

Приклади:

- *She takes medicine that fucks with her whole state. – Вона приймає ліки, які сильно впливають на її стан;*
- *At first, Scott says, “we was just two kids, fucking around. – Тревіс Скотт каже, спочатку вони були «простими дітьми, які просто веселилися разом»;*
- *This is fucking terrible. – О, Господи, це жахливо;*

Найбільш популярним прикладом цього явища виявилось слово “fuck” і безліч однокорінних йому слів. У цих трьох прикладах нецензурне для носія мови

висловлювання “fuck” замінено на «м'якшу» експресію у просторіччі, хоча в англійському сленгу цей вираз може описувати будь-які дії та стан з негативною, позитивною та нейтральною конотацією.

- *These niggas were always doing some weird shit.* – *Ці чуваки постійно щось дике витворяли;*
- *Who the fuck is these boarding-school-looking, fucking bitch-ass niggas?* – *Це ще що за відмінники підвалили?*

Як відомо слово “nigga” може використовувати тільки представник афроамериканської культури, тож перекладач уникає використання прямого перекладу за допомогою евфемістичної заміни та таких вульгаризмів як “fucking bitch-ass”, “shit, останній з яких широко використовується в англійському сленгу, та може позначати як емоції, так і будь-яку річ.

11) Дисфемістичний переклад

Протилежністю евфемістичного перекладу є дисфемістичний, який є заміною слова з оригіналу тексту на грубіше:

- *The women that I'm around are into that free-spirited shit like me.* – *Дівчата, з якими я спілкуюся, теж пруться на тему свободи духу та подібного лайна;*
- *I'm very well, you old bastard. Are you in Detroit?* – *Я? Дуже добре, старий ублюдок. Ти у Детройті?;*
- *“Oh, shit!”* – *«Твою ж мати!»*

Отже, такі способи використовують у текстах, де у вихідному матеріалі зустрічаються нецензурна лексика та вульгаризми. Але подібні прийоми не слід використовувати часто, це потрібно лише в тому випадку, якщо схожі слова підходять до інших мовних характеристик героя, тобто, підходять за контекстом або природні для нього.

12) Відповідник

Зазвичай під час перекладу одиниць за допомогою такого прийома пояснюють лише їхній загальний зміст, тобто еквівалентний опис однієї й тієї ж ситуації різними стилістичними, лексичними, образними та структурними засобами:

- *“You at the house, Granny? I’m about to pull up.” – «Бабусю, ти вдома? Я скоро заїду»;*
- *It’s hard to turn a blind eye. – Тому я не можу просто заплющити очі;*
- *The notorious party girl is a little less committed these days – Уславлена тусовщиця, вона тепер рідше виходить у світ;*
- *I go hang with the people I would never hang with. – Я йду кудись із людьми, з якими б ніколи не стала тусити;*
- *You put so much on your plate. – Ми беремо на себе дуже багато всього;*
- *Who, when she was a child, she would watch apply make-up. – За якою вона спостерігала у дитинстві, коли та наносила макіяж.*

Тож у таких випадках перекладач повинен підшукати рідною мовою сленгове або жаргонне вираження з однаковим змістом, але іншим чином, таким, що є природним для носіїв мови.

На основі перекладу 262 (що становить 100%) прикладів сленгу з англійських медіатекстів можна зробити кількісний аналіз використання перекладацьких трансформацій. За даними аналізу найбільш вживаними способами перекладу сленгу є конкретизація (35 одиниць з 262, 13.4%), компенсація (34 одиниці з 262, 13%), компресія (32 з 262 одиниць, 12.2%), відповідник (27 одиниць з 262, 10.3%), описовий переклад (25 одиниць з 262, 9.5%) та генералізація (22 з 262 одиниць, 8.4%). Менш вживаними трансформаціями при перекладі сленгової лексики є декомпресія (20 з 262 одиниць, 7.6%), транслітерація (18 з 262 одиниць, 6.9%), евфемістичний переклад (17 з 262 одиниць, 6.5%) та заміна слідства причиною або навпаки (14 з 262 одиниць, 5.3%). Не є поширеними способи дисфемістичного перекладу (10 з 262 одиниць, 3.8%) та антонімічний переклад (8 одиниць з 262, 3.1%).

Проаналізувавши всі приклади перекладу за аналогічними джерелами українських видань, можна зробити висновок, що перекладач, перед тим як перекласти текст, в якому є сленгова лексика, повинен уважно вивчити не тільки зміст оригіналу, але і його особливості, і систему образів. Лише у разі правильного способу перекладу, заснованого на стилістичному аналізі прийомів автора з можливими прийомами у мові перекладу, перекладач може адекватно передати рівень комунікативного впливу, що виробляється на носії мови під час читання оригіналу.

3.4 Порівняльний перекладацький аналіз лінгвокультурних особливостей британського та американського сленгу (на основі текстів субтитрів)

Насамперед, нами було використано метод довільної вибірки. Було проаналізовано субтитри до британських серіалів «Гострі Картузи» та «Скінс», щодо американського, було обрано серіал «Рівердейл». Вибір серіалу обумовлений його сучасністю та наявністю великої кількості сленгізмів. У ході дослідження було відібрано 100 прикладів вживання британського сленгу та 50 одиниць американського сленгу. Також на основі відібраних сленгових виразів було детально розглянуто, які прийоми виявилися найбільш продуктивними в перекладі британського та американського сленгу.

Тож під час аналізу було проведено не тільки пошук лексичних одиниць, що належать до шару сленгової лексики англійської мови, але й зроблено спробу класифікації обраних одиниць за використаним перекладачем методом лексичної трансформації.

Англійська мова багата на діалекти. Британська та американська англійська розрізняються нормами орфографії, лексикою і навіть трохи граматиною. Але і на території самої Великої Британії можна знайти цілу палітру діалектів. Саме тому

для аналізу британського сленгу нами було обрано тексти серіалу «Гострі Картузи» [64], адже мова героїв насичена не тільки яскравими сленговими виразами, а й бірмінгемським діалектом (бруммі) та кокні. Також було розглянуто одиниці сленгу з тексту британського молодіжного серіалу «Скінс» [67] та американського серіалу «Рівердейл» [66], щоб детальніше проаналізувати саме особливості функціонування молодіжного сленгу в Британії та США.

Як було зазначено вище, для аналізу було обрано 100 сленгових одиниць британської англійської мови та 50 одиниць американського варіанта англійської мови. Тож розглянемо та прокоментуємо дані приклади:

1) Конкретизація

Приклади в британському сленгу:

- *Cheers, Thomas.* – *Будьмо, Томасе;*

Зазвичай вираз “Cheers” в бірмінгемському діалекті означає “thank you”, але автор перекладу вирішив уточнити значення.

- *Right, lads, what'll it be? Two?* – *Гаразд, друзі, чого вам? Дві?;*

Сленгове слово “lads” за словником сучасного сленгу має дефініцію: “In Britain this word generally means a young male. However in modern Britain this word has come to mean someone who engages in typical testosterone-driven behaviour such as drinking, sport and having a laugh with mates” [58], тобто описує чоловіка, який полюбляє випивати або проводити час зі своїми товаришами.

- *My frands think you're really cool, yah?* – *Ти подобаєшся моїм подругам;*

Слово “frand” має визначення: “Extreme friend. Best of the best” [58], але перекладач вирішив акцентувати саме на жіночому роді.

Приклади в американському сленгу:

- *Now brace yourself.* – *Тримайся;*

Ідіома “Brace yourself” використовується задля слів підтримки та висловлення переживання за людину, яка не байдужа.

- *Why the long face?* – Чого такий кислий?

Значення сленгового виразу “long face”: “looking completely sad / term of endearment”, мова йдеться про людину, яка виглядає засмученою.

З проаналізованих одиниць британського сленгу конкретизація використовується в 20 одиницях зі 100, щодо американського сленгу – 12 одиниць з 50-ти.

2) Компресія

Приклади в британській сленговій лексиці:

- *Come on, lad.* – Хутчіш;
- *Holy sweet baby of Mary!* – Свята Діва Марія!;
- *Oh, Jesus wept.* – О, Господи;
- *Come on, hurry up!* – Нуржбо!

Приклади в американській сленговій лексиці:

- *Oh, you are a sight for sore eyes.* – Ти втіха для моїх очей;
- *It's going to be nuts.* – Божевілля;
- *At Spence, I sat at the top of the Elites' pyramid.* – У своїй школі я була найкращою.

В британському сленгу в 15 одиницях зі 100 проаналізованих використовується прийом компресії, а в американському 10 з 50-ти.

3) Відповідник

Приклади з британського сленгу:

- *The girl who tells fortunes?* – Дівчина, що наводить удачу?;
- *Arthur's mad as hell.* – Артур злий як чорт;
- *Jesus, Tommy!* – Господи, Томмі!;

- *Hey, sweetheart.* – Любий.

Приклади з американського сленгу:

- *I'm not kidding you, dude.* – Я не жартую, чувак;
- *I'm in.* – Я за;
- *But Betty's already got so much on her plate right now.* – Але Бетті зараз дуже зайнята;

4) Компенсація

Британський сленг:

- *And in that pub, there was a copper.* – А у Пабі я зустрів лягавого;

Сленгова одиниця “copper” має дефініцію: ‘The term Copper was the original, unshortened word, originally used in Britain to mean someone who captures / term used for police officers’ [58], тож це термін використовується для позначення поліції.

- *Fix bayonets* – навуки!;

Вираз “fix bayonets” перекладено некоректно, адже в словнику сучасного сленгу цей термін має таке визначення: “i'll fight. ancestrally molecularly, and physically to the death.” [58]. Тож в даному прикладі краще було б використати описовий переклад для пояснення, що герой збирається «битися до смерті».

- *Little geek guy here!* – До тебе якийсь намаханий;

Американський сленг:

- *Make sure those two turtledoves come to my after-party.* – Хочу, щоб ці голубки прийшли на мою вечірку;

Сленгова одиниця “turtledoves” має визначення: “an affectionate name for someone you truly care about and would take bullets for” [58]. Цей термін використовують, щоб позначити закохану пару.

- *Betty and Archie aren't dating, but they are endgame.* – Вони ще не пара, але от от стануть;
- *And now, a reversal of fortune.* – Фортуна мінлива.

Прийом компенсації було виявлено в 7 одиницях зі 100 британського сленгу та в 8 одиницях з 50-ти в американському сленгу.

З менш вживаних перекладацьких прийомів було виділено: генералізацію (12 одиниць зі 150), евфемістичний (12 одиниць зі 150), дисфемістичний переклад (9 одиниць зі 150) та декомпресія (8 одиниць зі 150).

5) Генералізація

Приклади британського сленгу:

- *For christ's sake, Tony! Заради всього святого, Тоні!;*
- *Let's chizzle on this dizzle.* – Повеселимося;
- *What a blush!* – Було весело.

Приклади американського сленгу:

- *So, what was the highlight?* – Тож що хорошого?;
- *Peace out, brother.* – Бувай, бро;

Вираз “peace out” в англійському сленгу використовується як побажання добра та посил доброї енергетики: “sends good, positive vibrations” [58].

- *To grab a drink.* – Вунути;
- *Well, you're a total smoke show now.* – О, а зараз ти просто вау.

Сленгова одиниця “smoke show” має таку дефініцію: “A word to describe someone so hot that you basically see the smoke coming off them” [58], тобто так кажуть про привабливу людину.

Генералізація використовується в 8-ми прикладах зі 100 британського сленгу та в 4-ох прикладах американського сленгу.

6) Евфемістичний переклад

Британський сленг:

- *I've seen a few nipples.* – Я бачив достатньо дівок;

В даному випадку одиниця “nipples” перекладається як жіночі груди, але перекладач вдався до евфемістичного перекладу та використав менш грубе слово та зберіг зміст речення.

- *Jesus, dozy fuckers.* – От же ж придурок;

Вилучення нецензурного англійського слова “fuck”.

- *Wake up you lazy, bone-idle fucker!* – Прокитайся, годі протирати ліжко, ледащо.

Американський сленг:

- *Whatever you've been dying to spew about Jason* – Що ти хотіла сказати про Джейсона;

Прямий переклад слова “blew” є «блювати», яке було замінено на слово з більш м'якшим значення «сказати».

- *Because you couldn't bully Betty into being a bitch?* – Бо вона не послала тебе куди подалі?

З проаналізованих прикладів прийом евфемістичного перекладу використовується в 10-ти випадках зі 100 у британському сленгу та в 2-ох випадках з 50 в американському.

7) Дисфемістичний переклад

Варіанти британського сленгу:

- *Billy's got a bloody army!* – У Біллі срана армія!;
- *How do you know so bloody much?* – І з якої сраки ти це вилупав?;

В цих двох прикладах викривується британське нецензурне слово “bloody”, яке виражає здивування або гнів та має визначення: “A phrase used by the British, to portray anger or sudden shock. It can also be used to emphasise words” [58].

- *If I let the Italians do this, Danny. – Якщо я дозволю Макаронникам зробити це, Денні.*

В даному випадку спостерігається негативне ставлення та зневага до італійського народу.

Варіант американського сленгу:

- *Did you tap some cougar ass this summer? – Тр*хнув якусь мамцю цим літом?*

Перекладачі вживають дисфемістичний переклад в 8-ми випадках зі 100 у британському сленгу та в 1-му випадку в американському сленгу.

8) Декомпресія

Приклади британського сленгу:

- *Bollocks. – Боже мій, ідіоти;*
- *Cheers, Tony. My uncle wants to stone me to death now. – Ну дякую тобі, Тоні, тепер мій дядько мене вб’є;*
- *I think so. I dunno. – Думаю так, хоча не знаю.*

Приклад американського сленгу:

- *I don't want anything jeopardizing that. – Я не хочу, щоб все пішло димом.*

Прийом декомпресії вживається в 7-ми зі 100 прикладах в британській лексиці та тільки в 1-му з 50 в американській.

Перекладацькі прийоми, які були найменш вживані при перекладі британського та американському сленгу: описовий переклад (6 одиниць зі 150), антонімічний переклад (5 одиниць зі 150), заміна слідства причиною та навпаки (5

одиниць зі 150) та транслітерація, яка була виявлена тільки в американському сленгу (3 одиниці з 50).

9) Описовий переклад

Британський варіант:

- *Blacker hearts still.* – *Заколотники з чорними серцями;*
- *They'll cut off your manhood and let you drain.* – *Вони відріжуть тобі прутні і будуть дивитися як ти істичеш кров'ю;*
- *So next time we do the powder trick it won't just be The Garrison.* – *Тож наступного разу на цього коня поставлять не тільки місцеві пральки;*

Значення виразу “the powder trick”: “a magic spell which will encourage the locals to bet on a horse”. Герой серіалу Томас влаштовує «порошковий трюк», який спонукає місцевих жителів зробити ставку на коня.

- *The town is awash.* – *Все місто стирчить, наче всі разом обкурились.*

Американський варіант:

- *My mom was a clueless socialite* – *Моя мама не бачила нічого крім тусовок.*

Під час аналізу британського сленгу описовим прийомом було перекладено 4 зі 100 одиниць, щодо перекладу американського було виявлено тільки 1 одиниця з 50-ти.

10) Антонімічний переклад

Приклади з британського сленгу:

- *I'm crap in the morning.* – *Вранці я не привабливий;*
- *Why you messin` my flow?* – *Не зв'язуйся зі мною;*
- *That would be so safe.* – *Було б непогано.*

Приклад з американського сленгу:

- *Hey, maybe we can un-fill you with dread.* – *Можже ми трохи тебе розвеселимо.*

Антонімічний переклад вживається у 4 випадках зі 100 британського сленгу та тільки в 1 випадку з 50-ти в британському.

11) Заміна слідства причиною та навпаки

Англійський сленг:

- *I gotta dash.* – *Мені час;*

Логічний зв'язок між тим, що «мені час», тому «мені потрібно бігти».

- *I look shaggable.* – *На мене дивляться всі чоловіки;*

Чоловіки дивляться на героїню, тому що вона виглядає мило та привабливо.

- *Hazy days.* – *Погано пам'ятаю ці дні.*

Американський сленг:

- *I'll rock his world.* – *Він мене не забуде;*
- *I know the crowd you ran with in New York.* – *У Нью-Йорку ти була інша.*

Вживання прийому заміни слідства причиною та навпаки було виявлено у 3-ох прикладах зі 100 в британській сленговій лексиці та 2 приклади з 50-ти в американській сленговій лексиці.

12) Транслітерація

Прийом транслітерації було використано лише в 3-ох з 50 прикладів американського сленгу:

- *Bro, you are ready for football.* – *Бро, ти готовий до гри;*
- *Is he your boyfriend?* – *Він твій бойфренд?;*

- *Follow me on Twitter and I'll do the same.* – Фоллов мене у Твіттері, і я також.

Проаналізувавши способи перекладу, можна зробити висновок, що при перекладі сленгової лексики найбільш уживанішими були прийом конкретизації в британських серіалах (20 одиниць зі 100, 20%), а в американських (12 з 50-ти одиниць, 24%), можна виділити компресію, в британському сленгу (15 зі 100 одиниць, 15%), в американському (10 з 50-ти одиниць, 20%) та відповідник в британському варіанті (13 зі 100 одиниць, 13%) та американському (5 з 50-ти одиниць, 10%). Компенсація займає друге місце: в британському тексті (7 зі 100 одиниць, 7%), в американському тексті (8 з 50-ти одиниць, 16%). Евфемістичний переклад також часто зустрічається при перекладі: в британській лексиці (10 одиниць зі 100, 10%) та в американській (2 одиниці з 50-ти, 4%). Прийом генералізації було виявлено в британському тексті (8 зі 100 одиниць, 8%) та в американському (4 з 50-ти одиниць, 8%), дисфемістичний переклад британського сленгу (8 зі 100 одиниць, 8%), американського (1 одиниця з 50, 2%) та декомпресія в британському (7 зі 100 одиниць, 7%), американському (1 одиниця з 50, 2%). Найменш уживанішими є описовий переклад в британському сленгу (5 одиниць зі 100, 5%), в американському (1 одиниця з 50, 2%), антонімічний переклад в британському варіанті (4 зі 100 одиниць, 4%) та в американському (1 одиниця з 50, 2%), заміна слідства причиною в британському сленгу (3 зі 100 одиниць, 3%), в американському (2 з 50, 4%) та транслітерація, яка використовується тільки в американській лексиці (3 з 50 одиниць, 6%).

Можна помітити, що найбільш уживаними прийомами в обох варіантах є конкретизація (32 одиниці зі 150), компресія (25 одиниць зі 150), відповідник (18 одиниць зі 150) та компенсація (15 одиниць зі 150).

Щодо лінгвокультурних характеристик британського та американського сленгу можна виділити певні якості. Порівнюючи сленг американський та британський сленг, можна помітити, що лексичний склад багато в чому відрізняється.

Найпопулярніші сленгізми в британському серіалі:

- *For Christ Sakes!*;
- *Jesus wept!*;
- *Cheers*;
- *Lad*;
- *Safe*;
- *Bollocks*;
- *Bugger*;
- *Bloody*;
- *Fuck*.

Найбільш популярні сленгізми в американському серіалі:

- *Shit*;
- *Hot*;
- *Crap*;
- *Bro*;
- *Kid*;
- *Awesome*;
- *It sucks*.

Було помічено, що сленг американської англійської носить жартівливіший характер, тоді як у британському варіанті переважають вульгаризми, сварки, і перекладач робив спробу найбільш адекватної передачі таких слів. Сюди ж можна віднести недостатній облік ситуаційних факторів мови, що також призводить до необґрунтованого заниження чи завищення стилістичної експресії. В цілому, можна сказати, що сленгова лексика залишається маловивченим пластом англійської мови і несе в собі складності при перекладі, тому що в українській літературній традиції мало розвинений переклад сленгових одиниць.

Обидва серіали насичені сленговими одиницями, проте американський відрізняється великою різноманітністю сленгу, тоді як британський – насичений

більш вульгарною лексикою, а також частою згадкою Бога та церковною тематикою поряд із нецензурною лексикою:

- *Jesus christ, Tony!;*
- *Jesus, come on!;*
- *For christ's sake, Tony!;*
- *God! The second your balls are empty it's back onto politics.;*
- *Those fucking guns blew God right out of my head.;*
- *Holy sweet baby of Mary!;*
- *Oh, jesus wept.;*
- *Jesus, dozy fuckers.*

Також можна виділити, що на відміну від звичного вставного нецензурного слова “fuck” в британській культурі часто використовують синонім “bloody”, який має таку ж саму емоційну забарвленість.

Тому виявляється не випадковим той факт, що перекладач частіше звертався до евфемістичного перекладу під час роботи з британським серіалом ніж з американськм. Також вдалося помітити, що британський сленг частіше перекладається прийомом еквівалентної лексичної заміни, що може говорити про небуквальну передачу слів на українську мову, еквівалентність двох мов, у той час як з американського сленгу в українську мову все ж таки переходять сленгові вирази такі як: «бойфренд», «фоллов», «бро».

Таким чином, при перекладі сленгу слід звернути увагу на ситуативний фактор, вікові, соціальні та індивідуальні особливості героїв. Головна задача полягає у пошуку семантично та стилістично рівноцінно прийнятних одиниць в оригіналі зі спрямованістю на ту аудиторію, на яку розрахований сам текст. Тому особливо важливим є знання самих сленгових лексем, їх значень в іншій мові, так само, як і їх семантичних та стилістичних особливостей, стилю та образної системи перекладеного тексти загалом.

Висновки до розділу III

Нами були розглянуті особливості перекладу англомовної сленгової лексики та способи перекладу такого шару лексики, адже перекладацькі трансформації мають бути спрямовані на досягнення максимального рівня еквівалентності та адекватності, на найбільш точну передачу змісту, стилю та функції у перекладному тексті.

Було здійснено детальний аналіз сленгових виразів за матеріалами англомовних періодичних видань, а саме медіатекстів інтерв'ю (262 приклади, що становить 100%), з метою визначення найбільш частотних способів перекладу сленгізмів. Тож, на першому місці є використання конкретизації (13.4%), компенсації (13%), компресії (12.2%), відповідника (10.3%), описового перекладу (9.5%) та генералізації (8.4%). На другому місці за вживанням при перекладі сленгової лексики є декомпресія (7.6%), транслітерація (6.9%), евфемістичний переклад (6.5%) та заміна слідства причиною або навпаки (5.3%). Найменш поширеними виявилися дисфемістичний переклад (3.8%) та антонімічний переклад (3.1%).

Аналіз лінгвокультурних особливостей дозволив виявити, що порівняно з британським сленгом, американський сленг визначається великою синонімією, більш широкою тематикою та розвиненою полісемією. Американський сленг відрізняється великою різноманітністю, тоді як британський – насичений більш вульгарною лексикою, а також частою згадкою Бога та церковною тематикою поряд із нецензурною лексикою.

Користуючись отриманими даними кількісного аналізу варіантів перекладу сленгізмів в британській (100 прикладів, що становить 100%) та американській лексиці (50 прикладів, що становить 100%) на основі тексту субтитрів до серіалів, ми зіставили два варіанти для виявлення найбільш частотного та ефективного способу перекладу. За результатами зіставлення ми можемо виділити найбільш

вживані способами перекладу британського та американського сленгу. За даними аналізу найбільш вживаними способами перекладу сленгу, як в британському (20%), так і в американському (24%) є конкретизація, компресія в британському сленгу (15%), в американському (20%), відповідник в британському тексті (13%), в американському (10%) та компенсація в британському варіанті (7%), в американському (16%). Також вживаються такі прийоми як: генералізація в британському варіанті (8%), в американському (8%), евфемістичний переклад в британському (10%), а в американському (4%), дисфемістичний переклад британського сленгу (8%), американського (2%) та декомпресія в британському (7%), американському (2%). Найменш уживаними є описовий переклад в британському сленгу (5%), в американському (2%), антонімічний переклад в британському варіанті (4%) та в американському (2%), заміна слідства причиною в британському сленгу (3%), в американському (4%) та транслітерація, яка використовується тільки в американській лексиці (6%).

Отже, прийоми перекладу сленгу в медіатекстах мають бути спрямовані на досягнення максимального рівня еквівалентності та адекватності та найбільш точну передачу змісту, стилю та функції у перекладному тексті.

ВИСНОВКИ

На підставі проаналізованого матеріалу можна зробити висновки, що поняття «сленг» у сучасній лінгвістиці неоднозначне та досить складне визначення, у зв'язку з цим погляд серед вітчизняних і зарубіжних дослідників щодо сленгу значно розходяться. Розглянувши деякі з численних наукових визначень, було узагальнено їх основні ідеї: сленг – це історично сформований нестандартний, розмовний, нелітературний, стилістично маркований, недовговічний, рухливий та експресивно забарвлений шар лексики, а також форма розмовної мови. Володіє смисловою прагматичною навантажкою, яскраво вираженим емоційнооцінним забарвленням, гумором, образністю та мовною грою. У сучасній мові сленг виконує такі функції: номінативну, когнітивну, експресивну, ідентифікаційну та функцію економії часу. Було також проаналізовано основні види молодіжного сленгу: римований, мобільний, студентський сленг, скорочення і аббревіатури. Основні механізми утворення одиниць сленгу: зворотний словотвір, запозичення з інших мов, афіксація, стягнення, аббревіація, словоскладення, метафоризація та редуплікація. Щодо прагмастилістичних властивостей сленгізмів, їхня експресивність і жартівлива образність відрізняє їх від синонімічних літературних слів та допомагає надати мовленню експресивного забарвлення.

Нині всі медіа активно беруть участь у формуванні думок та свідомості в аудиторії. Медіа мова є свого роду основою культурних міжособистісних взаємин, що не завжди дотримується правил і норм літературної мови та цілком осмислено вживає сленгові вислови в медійному дискурсі з метою бути ближче до аудиторії. Тож медіатекст – це текст, який базується на принципі інтеграції різних знакових систем (вербальних, невербальних), що представляє собою єдине комунікативне ціле і призначене для споживання масовою аудиторією. Щодо особливостей медіатексту можна виділити такі: медійність, масовість, інтегративність (полікодовість), та відкритість. До ключових параметрів класифікації відносяться: спосіб виробництва, форма, канали поширення, функціонально-жанровий тип

тексту та тематична домінанта. Щодо прагмастилістичних особливостей, використання сленгізмів в медіатекстах дослідження сленгу в мові сучасних ЗМІ виявило, що медіатексти впливають на молоду людину, його мислення та світосприйняття. Щоб визначити лінгвокультурні особливості сленгу були проаналізовані відмінності британського та американського сленгу в медіатекстах, тож було зазначено, що американський сленг є більш поширеним та широковідомим порівняно з британським, який в свою чергу характеризується яскраво вираженою локальністю.

Одним із важливих завдань перекладача є збереження стилістичних засобів та фігур мови як важливої складової медіатексту, що перекладається, а також специфіку індивідуального стилю автора цього тексту. Перекладацькі трансформації мають бути спрямовані на досягнення максимального рівня еквівалентності та адекватності, на найбільш точну передачу змісту, стилю та функції у перекладному тексті. З найпоширеніших при перекладі сленгу можна виділити два способи, що відносяться до прямого перекладу: транскрипція (транслітерація) та калькування. До лексичних трансформацій належать: конкретизація, генералізація та заміна, заснована на причинно-наслідкових відносинах. До граматичних трансформацій відносяться додавання, опущення, компенсація. До лексико-граматичних: антонімічний та описовий переклад (експлікація).

Було обрано 262 (що становить 100%) одиниці сленгу та здійснено детальний аналіз перекладу таких виразів за матеріалами англomовних медіатекстів, а саме інтерв'ю з періодичних видань. Тож, найуживанішими при перекладі сленгу в медіатекстах є конкретизація (13.4%), компенсація (13%), компресія (12.2%), відповідник (10.3%), описовий переклад (9.5%) та генералізація (8.4%). Менш вживаними трансформаціями при перекладі сленгової лексики є декомпресія (7.6%), транслітерація (6.9%), евфемістичний переклад (6.5%) та заміна слідства причиною або навпаки (5.3%). Не є поширеними способи дисфемістичного перекладу (3.8%) та антонімічний переклад (3.1%).

Аналіз особливостей британського та американського сленгу, а також порівняльний та кількісний аналіз варіантів перекладу сленгізмів в британській та американській лексиці на основі тексту субтитрів до серіалів, дозволив зробити висновки, що найбільш уживаними прийомами в обох варіантах, як в британському, так і в американському є конкретизація (32 одиниці зі 150), компресія (25 одиниць зі 150), відповідник (18 одиниць зі 150) та компенсація (15 одиниць зі 150). Порівнюючи сленг американський та британський сленг, можна помітити, що лексичний склад багато в чому відрізняється. Американський відрізняється великою різноманітністю сленгу, тоді як британський – насичений більш вульгарною лексикою, а також частою згадкою Бога та церковною тематикою поряд із нецензурною лексикою.

Таким чином, зроблений аналіз доводить, що при перекладі сленгової лексики слід використовувати диференційований підхід з огляду на соціальні, вікові та індивідуальні особливості реципієнтів. Завдання перекладача ускладнюється ще тим, що йому потрібно знайти такі виразні засоби, які були стилістично та семантично рівноцінно прийнятними в оригіналі, знайомими основній масі читачів, на яких розрахований переклад, але водночас достовірні та семантично еквівалентні до тексту оригіналу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык: учебник. Москва: Флинта наука, 2002. 384 с.
2. Артамонова Ю. Д., Кузнецов В. Г. Герменевтический аспект языка СМИ. Москва. 2008. С.99-117.
3. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов: словарь. Москва: Едиториал УРСС, 2004. 571 с.
4. Бархударов Л. С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода. Москва: Международные отношения. 1975. 237с.
5. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества: сборник. Москва: Искусство, 1979. 424 с.
6. Беляева Т. М., Хомяков В. А. Нестандартна лексика англійської мови. Луцьк, 1985. 234 с.
7. Бондаренко К. Л. Лінгвокультурні особливості українського та англійського сленгу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.17 «Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство». Донецьк, 2007. 19 с.
8. Верещагин Е. М. В поисках новых путей развития лингвострановедения: концепция речеповеденческих тактик: библиография. Москва: Ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина, 1999. 84 с.
9. Вилюман В. Г. О способах образования слов сленга в современном английском языке. Л.: ЛГПИ им. А. И. Герцена, 1955. № 3. С. 47 – 50.
10. Вилюман В. Г. О способах образования слов сленга в современном языке. Вопросы языкознания. 1960. № 6. С. 137–140.
11. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы): пособие. Москва: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. 162 с.
12. Ворошилова М. Б. Креолізованного текст: аспекти вивчення. Політична лінгвістика. Єкатеринбург. 2006. Вип.20. С.180-189.

13. Гальперін І. Р. Про термін «сленг». Питання мовознавства. 1956. № 6. с.107–114.
14. Гальперін І. Р. Стилїстика англійської мови: підручник. Москва: Вища школа, 1981. 316 с.
15. Голденков М. А. Ази англійської ділової переписки й англійського сленгу: підручник. Вид. 2-ге, випр. і доповн. Дубна: Феникс, 2005. 256 с.
16. Горшунов Ю. В. Типи смислових відносин між компонентами складноскорочених слів (на матеріалі англійської мови). Санкт-Петербург: Ленінград, 2012. 410 с.
17. Грабовий П. М. Український молодіжний сленг: сучасна картина світу: автореферат. Київ; Умань: ПП Жовтий, 2010. 221 с. URL: <http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/73121/21Tyshchenko.pdf?sequence=1>.
18. Грачев М. А. Арготизмы в молодежном жаргоне. 1996. №1. С.78 -85.
19. Грачев М. А. Механизм перехода арготизмов в общенародный язык .1996. № 5. С. 34 – 37.
20. Гусякова А. В. Особенности современного американского сленга: на материале прессы США за последнее десятилетие: дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2008. 171 с.
21. Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ. Материалы методического семинара. МГУ, 22.06.2009. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-traditsionnyh-publitsisticheskikh-zhanrov-v-sovremennyh-massmedia>.
22. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению язык СМИ (Современная английская медиаречь): библиография. Москва: Флинта: Наука, 2008. 263 с. URL: <http://www.twirpx.com>.
23. Енциклопедія Сучасної України: електронна версія: енциклопедія / гол. редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк та ін.. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2006. URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=55509.

24. Захарченко В. К. Современная повседневная речь: пособие. Москва: Издательство ЛКИ, 2010. 184 с.
25. Иванов В. В. Лингвистика третьего тысячелетия: Вопросы к будущему: монография. Москва: Языки славянской культуры, 2004. 208 с.
26. Казак М. Ю. Медиатекст: сущностные и типологические свойства. Глобальный медиажурнал. Российское издание. URL: http://test.gmj.sfedu.ru/v2i1/v2i1_kazak.htm.
27. Козак М. Ю. Специфіка сучасного медіатексту: Сучасний дискурс-аналіз. Науковий журнал. URL: <http://discourseanalysis.org/ada6/st42.shtml>.
28. Комиссаров, В.Н. Современное переводоведение: учебное пособие. Москва: ЭТС, 2002. 138 с.
29. Крысин Л. П. Социолингвистические аспекты изучения современного русского языка: пособие. Москва: Наука, 1989. 188 с.
30. Лаптева Ю. В. Функции молодежного сленга. Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». 2012. № 1. С.158-160.
31. Леонтьев А. А. Психология воздействия в массовой коммуникации. Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов / под ред. М.Н. Володиной. Москва: Академический проект: Альма Матер, 2008. 270 с.
32. Лотман Ю. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – истории: пособие. Москва: Языки русской культуры, 1996. 464 с.
33. Луканина М. В. Текст средств массовой информации и конвергенция. Политическая лингвистика. Екатеринбург. 2006. Вып. 20. С. 205-214. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/lukanina-06.htm>.
34. Лукьянова Н. А. Экспрессивная лексика разговорного употребления. Воронеж: Радуга, 2006. 205 с.
35. Маслов Ю. С. Введение в языкознание: учебник. Москва: Высшая школа, 1987. 231 с.
36. Орлов Г. А. Сучасна англійська мова: посібник. Москва: Наука, 2001. 274 с.
37. Пильгун М. А. Мультимедійний текст: особливості функціонування та перспективи розвитку. 2015. Т.157. № 5.

- 38.Потятиник У. О. Соціолінгвістичні та прагмастилістичні аспекти функціонування сленгової лексики (на матеріалах періодики США): автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04. Львів, 2003. 246 с.
- 39.Рецкер, Я. И. Теория перевода и переводческая практика: монография. Москва: ИМО, 1974. 132 с.
- 40.Словник іншомовних слів: словник / за ред. О. С. Мельничука. Київ: Головна редакція української радянської енциклопедії, 1977. 776 с.
- 41.Словник сучасного українського сленгу: словник / уклад. Т. М. Кондратюк. Харків: Фоліо, 2006. 350 с.
- 42.Судзиловский Г. А. Сленг – что это такое?: англо-русский словарь военного сленга. Москва: Военное издательство, 1973. 182 с.
- 43.Сучасний тлумачний словник української мови: 65 000 слів: словник / За заг. ред. д-ра філолог. наук, проф. В. В. Дубічинського. Харків: ВД «ШКОЛА», 2006. 1008 с.
- 44.Шеремета К. Ю. Англomовний сленг: перекладацький аспект. Наукові записки. Філологічні науки. 2016. Кн. 2. С. 92-95. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzfn_2016_2_19.
- 45.Шиліна М. Г. Медіатекст Інтернеті: теоретико-методологічні підходи до дослідження. URL: http://www.ncfu.ru/uploads/doc/shilina_konfmt.pdf.
- 46.Харліцкій М. С. Нові явища в лексиці сучасної мас-медіа. Мова і соціум. Ч. 1.: посібник. Мінськ, 2003. 289 с.
- 47.Химик В. В. Язык современной молодёжи. Современная русская речь: состояние и функционирование. Санкт-Петербург: СПбГУ, 2004. С. 7-66.
- 48.Хомяков, В. А. Введение в изучение сленга – основного компонента английского просторечия: Монография. Вологда: Областная типография, 1971. 103 с.
- 49.Хомяков В. А. Структурно-семантические и социально-стилистические особенности английского экспрессивного просторечия: пособие. Вологда: М-во просвещения РСФСР, 1974.104 с.

50. Яцимирська М. Г., Драган М. Медіатекст як продукт журналістської творчості (психолінгвістичний аналіз логічного сприйняття та емоцій). Львів: Вісник Львів. 2007. Вип.30, С. 267-276.
51. Bradley H. Slang. The Encyclopedia Britannica, Eleventh Edition. England: Cambridge, 2001.
52. Dobrosklonskaya T. G. Media Linguistics: theory and methods of studying language in the media: Медіалінгвістика. Міжнародний науковий журнал. 2014. №2 (5). 144 с. URL http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1419031673_9233.pdf.
53. Flexner S. B., Wentworth H. Dictionary of American Slang. New York: T.Y. Crowell, 1967. 718 p.
54. Hickey L. Stylistics, Pragmatics and Pragmastylistics: Revue belge de philologie et d'histoire. fasc. 3, Langues et littératures modernes, 1993. 586 p.
55. Nørgaard N., Busse B., Montoro K. Key terms in stylistics. Chennai, India: Replika Press Pvt Ltd, 2010. 269 p.
56. Partridge E. Slang Today and Yesterday. London: Routledge, 2007. 488 p.
57. Redkozubova E. A. Word-building Fields of Nouns and Verbs Of Modern English Slang. Dissertation paper. Rostov-on-Don, 2001.
58. Urban Dictionary. URL: <https://www.urbandictionary.com/>.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

59. Тревіс Скотт перевернув рекламну індустрію з ніг на голову. Абрам Браун. Журнал Форбс Україна. URL: <https://forbes.ua/richest/trevis-skott-perevernul-reklamnuyu-industriyu-s-nog-na-golovu-reper-uveren-cto-luchshe-vsekh-znaet-kak-prodavat-molodezhi-cto-ugodno-19032021-1063>.
60. ASAP Rocky: Mr Dynamical by Sanjiv Bhattacharya 16/10/18 Esquire Magazine. URL: <https://www.esquire.com/uk/culture/a23733912/asap-rocky-interview/>.

61. ASAP Rocky interview by Complex Magazine. URL: <https://www.complex.com/music/asap-rocky-interview-2018-cover-story>.
62. Eminem by Elton John. 7/12/17 Interview Magazine. URL: <https://www.interviewmagazine.com/music/eminem-elton-john-december-2017-interview>.
63. Bella Hadid on Her Fame: "I Just Want to Be Myself" by Abby Haglage 2/08/16 Glamour Magazine. URL: <https://www.glamour.com/story/bella-hadid-on-fame-and-family>.
64. Peaky Blinders All English Subtitles. URL: <https://wtfdetective.com/peaky-blinders-all-english-subtitles-download-all-seasons/>.
65. Rihanna Talks New Music, Fenty Skincare & Her Plans To Have "3 Or 4 Kids" by Afua Hirsch. 30/03/20 Vogue Magazine. URL: <https://www.vogue.co.uk/news/article/rihanna-new-album-vogue-interview>.
66. Riverdale Season 1-5 Subtitles. English Subtitles. URL: <https://wtfdetective.com/riverdale-season-1-5-subtitles/>.
67. Subtitle Details. Skins First Season. URL: https://subdl.com/subtitle_details.php?p=skins-first-season.
68. Travis Scott In Orbit With Rap's Newest Superstar by Jonah Weiner. 20/12/18 Rolling Stone Magazine. URL: <https://www.rollingstone.com/music/music-features/travis-scott-hip-hop-superstar-cover-story-767906/>
69. Travis Scott interview by Abram Brown. 30/11/20 Forbes Magazine. URL: <https://www.forbes.com/sites/abrambrown/2020/11/30/how-hip-hop-superstar-travis-scott-has-become-corporate-americas-brand-whisperer/?sh=6fdcf3574e7>.

Способи перекладу сленгу в медіатекстах

№	Оригінал	Переклад	Спосіб перекладу	Джерело
1	<i>In tribute, he rented a Ferris wheel and the chair-o-planes, and he filled two stages with sets from some hitmaking friends.</i>	<i>На згадку про парк він взяв в оренду оглядове колесо і каруселі, а також наповнив дві сцени сетами своїх знаменитих друзів.</i>	Транслітерація	Періодичне видання «Rolling Stone», інтерв'ю Тревіса Скотта.
2	<i>“The merch sold out too,” Scott says.</i>	<i>Весь мерч також розкупили», - говорить Скотт.</i>	Транслітерація	
3	<i>Out in the crowd, kids screamed and thrashed, got bloody noses in mosh pits and hung out in a “planetarium”.</i>	<i>Молодь кричала і веселилася в натовпі, розбивала носи в мошпітах і тусили в «планетарії».</i>	Транслітерація	
4	<i>“Sicko Mode,” the biggest single of Scott’s career, had been at Number Two on the pop charts for weeks</i>	<i>«Sicko Mode», головний сингл за всю кар’єру Скотта, довгий час тримався на другому місці в різних поп-чартах</i>	Транслітерація	
5	<i>A feat all the more remarkable given that it bears no resemblance to a single.</i>	<i>Це можна вважати ще більш видатним досягненням, враховуючи, що на звичні сингли він зовсім не схожий</i>	Транслітерація	
6	<i>The song contains zero choruses, nothing like a traditional hook and three different beats</i>	<i>У пісні немає жодного приспіву, нічого, що нагадує традиційні хуки, зате є три різних біта.</i>	Транслітерація	
7	<i>Freestyling, clowning, roasting on everybody at the cafeteria lunch tables. He was the outspoken funny guy.</i>	<i>Фрістайл, клоунада, роаст усіх, хто обідає за столиками в кафетерії. Він був відверто смішним хлопцем.</i>	Транслітерація	

8	<i>Scott tells me, "I get my whole swag from Pop Dukes."</i>	<i>Скотт каже, що зараз у них гарні стосунки: «Весь мій свег від тата»</i>	Транслітерація	
9	<i>The larger story here is that brands historically have told celebrities how to say their message.</i>	<i>Бренди традиційно диктували знаменитостям, як їм доносити рекламні меседжі.</i>	Транслітерація	
10	<i>A pair of Travis Scott Nikes.</i>	<i>Пара «найків» від Тревіса Скотта.</i>	Транслітерація	Періодичне видання «Forbes», інтерв'ю Тревіса Скотта. Періодичне видання «Esquire», інтерв'ю Асапа Рокі.
11	<i>At that time, I wasn't the biggest guy, but come on, cut me some slack.</i>	<i>Я тоді був малечею, але камон, дайте мені шанс.</i>	Транслітерація	
12	<i>There are all sorts of rappers out there — gangsta rappers, tumble rappers, hardcore, trap and boom-bap rappers.</i>	<i>Яких тільки жанрів зараз немає: і гангста-реп, і мамбл-реп, і хардкор, і треп, і бум-беп реп.</i>	Транслітерація	
13	<i>Starring in a music video with -Grammy-winning boyfriend The Weeknd</i>	<i>Знімається у відеокліні свого бойфренда The Weeknd, який отримав «Греммі».</i>	Транслітерація	Періодичне видання «Glamour», інтерв'ю Белли Хадід.
14	<i>5.3 million Instagram followers.</i>	<i>5,3 мільйона фоловерів.</i>	Транслітерація	
15	<i>Every artist these days is on Instagram or Facebook, is taking selfies.</i>	<i>Усі артисти сьогодні в Інстаграмі та Фейсбуці роблять селфі.</i>	Транслітерація	Періодичне видання «Interview Magazine», інтерв'ю Емінама.
16	<i>RIP to A\$AP Yams.</i>	<i>Pin A\$AP Yams.</i>	Транслітерація	Періодичне видання «Complex», інтерв'ю Асапа Рокі.
17	<i>It's just, for a lack of better words, a ghetto Google.</i>	<i>Через брак кращого терміну я називаю це «Гетто-гуглом».</i>	Транслітерація	
18	<i>He met the hook maestro in person.</i>	<i>Він зустрів майстра хуків наживо.</i>	Транслітерація	
19	<i>The festival was a hit; 40,000 people came.</i>	<i>Фестиваль вдався на славу: прийшло 40 тисяч осіб.</i>	Конкретизація	Періодичне видання «Rolling Stone», інтерв'ю Тревіса Скотта.
20	<i>And shit got rough," Scott recalls, his tone matter-of-fact. "Can't afford shit.</i>	<i>Нам довелося несолодко», – сухо констатує Тревіс Скотт. — Ми нічого не могли собі дозволити.</i>	Конкретизація	

21	<i>Down there, she gay now; that's her girlfriend. . .</i>	<i>Ось ця, вона тепер лесбіянка; це її дівчина...</i>	Конкретизація		
22	<i>Man, you got kids looking up to you, feel me?</i>	<i>Чувак, на тебе діти дивляться, розумієш?</i>	Конкретизація		
23	<i>Down Melrose Avenue, the thudding beats of his friend, fellow rapper Don Toliver</i>	<i>За вікнами Мелроуз-авеню в Лос-Анджелесі. Потужний біт репера Дона Толівера, приятеля Скотта</i>	Конкретизація		
24	<i>He has made us look smart</i>	<i>Скотт довів, що у редакції є передчуття.</i>	Конкретизація		
25	<i>Either way, he's not interested solely in spiffed-up TV ads.</i>	<i>Що з одними, що і з іншими Скоттові не цікаво тільки з'являтися в яскравій рекламі.</i>	Конкретизація		
26	<i>Kilhoffer arranged a production gig for Scott at Kanye West's G.O.O.D. Music.</i>	<i>Він влаштував Скотта на продюсерську посаду в музичний лейбл G.O.O.D. Music Каньє Веста.</i>	Конкретизація		
27	<i>At the time, Scott didn't have the clout to release Rodeo.</i>	<i>Скотт був ще не настільки знаменитий, аби наполягти на своєму – випустити Rodeo.</i>	Конкретизація		
28	<i>One night at a show in Arkansas, this won him the attention of the cops.</i>	<i>Одного вечора на шоу в Арканзасі його заарештувала поліція.</i>	Конкретизація		
29	<i>Within days of their first meeting, Jenner reportedly joined Scott on the road.</i>	<i>За кілька днів після першої зустрічі Дженнер уже супроводжувала Скотта в турне.</i>	Конкретизація		
30	<i>He pauses and calls to one of several large guys.</i>	<i>Репер звертається до одного з кремезних хлопців зі своєї постійної світи.</i>	Конкретизація		
31	<i>Man, you did your research!</i>	<i>Чувак, та ти вивчив питання!</i>	Конкретизація		Періодичне видання «Esquire», інтерв'ю Асапа Рокі.
32	<i>Nah man. I love those guys.</i>	<i>Нє, чел, люблю я цих чуваків!</i>	Конкретизація		
33	<i>There was all these kids high off their minds.</i>	<i>Вечірка була люта.</i>	Конкретизація		
34	<i>And all the top guys there had a ring that said 'Vice'.</i>	<i>Усі нормальні чуваки мали кільця з написом Vice».</i>	Конкретизація		

35	<i>He got into a scrape in New York.</i>	<i>Він вплутався в поножовщину в Нью-Йорку</i>	Конкретизація	
36	<i>That's real talk.</i>	<i>Ось це я розумію одяг.</i>	Конкретизація	
37	<i>His sister Erika B died in the same fashion</i>	<i>Від передозування померла сестра Рокі Еріка Бі.</i>	Конкретизація	
38	<i>I was going to sell 'em, too.</i>	<i>Взагалі, я думав запустити ці ліжка у продаж.</i>	Конкретизація	
39	<i>You can't kiss 'em.</i>	<i>Ти навіть не можеш поцілувати партнера.</i>	Конкретизація	
40	<i>Name one guy that was a magnificent player who just hung it up and started going out with some random girl?</i>	<i>Назви хоч одного бабника, якому в якийсь момент це набридло і він знайшов собі одне дівчисько, з яким жив довго і щасливо?</i>	Конкретизація	
41	<i>Hey man, this was a really great experience. You get it because you're a trippy person.</i>	<i>Гей, це було чудове інтерв'ю! Все тому, що з тобою спілкуватись по кайфу.</i>	Конкретизація	
42	<i>Rather than a traditional sleep pattern she prefers to take "pockets"</i>	<i>Звичайний графік - не для неї, і спить Ріанна інтервалами</i>	Конкретизація	Періодичне видання «Vogue», інтерв'ю Ріанни.
43	<i>"Being on camera, being in a room full of celebrities is still not normal for me, by the way."</i>	<i>«Перед камерою або в кімнаті, повній знаменитостей, я все одно не у своїй тарілці»</i>	Конкретизація	
44	<i>In all these endeavours, she is utterly nomadic, juggling her business concerns while living between London.</i>	<i>Всіми своїми проектами Ріанна займається на бігу, кочуючи між Лондоном.</i>	Конкретизація	
45	<i>Being the first black woman to lead a luxury house.</i>	<i>Я перша темношкіра жінка на чолі модного Будинку.</i>	Конкретизація	
46	<i>I turned into a savage.</i>	<i>Я ж у якийсь момент почала перетворюватися на цинічну нігілістку.</i>	Конкретизація	
47	<i>She's walking runways (Chanel, Fendi).</i>	<i>Вона бере участь у показах Chanel та Fendi.</i>	Конкретизація	
48	<i>I get sick of myself.</i>	<i>Мене почне нудити від себе.</i>	Конкретизація	

49	<i>But he put me up in the Oakwood apartments</i>	<i>Але він поселив мене у квартирі в Оквуді.</i>	Конкретизація	«Interview Magazine», інтерв'ю Емінама.
50	<i>I stayed up writing for 48 hours straight and ended up crashing at.</i>	<i>У той період я міг не спати 48 годин, писати, а потім завалитися спати.</i>	Конкретизація	
51	<i>Let me ask you, was that totally off the cuff or did you write all that down and memorize it?</i>	<i>Дозволь запитати, чи це було імпровізацією, чи ти все це написав задалегідь і вивчив?</i>	Конкретизація	
52	<i>Have you ever cheated on your boyfriend?</i>	<i>Ти коли-небудь зраджувала свого хлопця?</i>	Конкретизація	Періодичне видання «Complex», інтерв'ю Асапа Рокі.
53	<i>Put his homies on and do things for his family.</i>	<i>Допомагати своїм друзям і робити все для своєї сім'ї</i>	Конкретизація	
54	<i>In tribute, he rented a Ferris wheel and the chair-o-planes, and he filled two stages with sets from some hitmaking friends.</i>	<i>На згадку про парк він взяв в оренду оглядове колесо і каруселі, а також наповнив дві сцени сетами своїх знаменитих друзів.</i>	Генералізація	Періодичне видання «Rolling Stone», інтерв'ю Тревіса Скотта.
55	<i>But we just walk out the crib.</i>	<i>Але ми просто спокійно виходили з дому.</i>	Генералізація	
56	<i>There's no such thing as a mundane moment when it comes to Travis Scott.</i>	<i>Коли справа доходить до Тревіса Скотта, тут немає таких речей, як «повсякденне життя».</i>	Генералізація	
57	<i>"Hey, Travis, I could get a picture? I make music too, bro," says a dude standing in a puddle in a pair of house slippers.</i>	<i>«Агов, Тревісе, можна з тобою сфотографуватися? Бро, я теж займаюся музикою», — каже хлопець, що стоїть у калюжі в домашніх капцях.</i>	Генералізація	
58	<i>With his friend Jason Eric, who today raps as OG Chess.</i>	<i>Разом зі своїм другом Джейсоном Еріком, який тепер виступає під псевдонімом OG Chess.</i>	Генералізація	
59	<i>That's a bummer, I say.</i>	<i>"Шкода", - кажу я.</i>	Генералізація	
60	<i>I ask what he made of it when his onetime mentor — and, if all goes to plan, soon-to-be brother-in-law — Kanye West came out in</i>	<i>Я питаю, що Тревіс Скотт подумав, коли побачив, що Канье Вест — людина, яка колись була його наставником (і якщо все піде за планом, то</i>	Генералізація	

	<i>support of President Trump.</i>	<i>скоро вони будуть практично родичами) — висловився за підтримку президента США Дональда Трампа.</i>		
61	<i>But he's definitely hit me up about it.</i>	<i>Але він говорив зі мною про це.</i>	Генералізація	
62	<i>"Damn, his truck's still out here," Scott says.</i>	<i>"Нічого собі, його тачка досі тут стоїть", - каже Скотт.</i>	Генералізація	
63	<i>The guy who could turn flash-frozen beef patties into zeitgeist fodder</i>	<i>Хлопець, здатний вивести в тренд заморожені яловичі котлети</i>	Генералізація	Періодичне видання «Forbes», інтерв'ю Тревіса Скотта.
64	<i>They know I don't want to break their hearts or nothing.</i>	<i>Вони знають, що я їх не ображу.</i>	Генералізація	Періодичне видання «Esquire», інтерв'ю Асапа Рокі.
65	<i>The seventh-grade lothario began his rap career at 22.</i>	<i>Шкільний повіса почав свою кар'єру в 22 роки.</i>	Генералізація	
66	<i>The A\$AP Mob, maybe, full of rowdy machismo.</i>	<i>Наприклад, брутальних мужиків з A\$AP Mob</i>	Генералізація	
67	<i>I meet Kamil Abbas, an elfin Middle Eastern guy who helped design the Awgie ring.</i>	<i>Я познайомився з Камілем Аббасом, витонченим хлопцем із Близького Сходу.</i>	Генералізація	
68	<i>Because I made it out of that shit, man.</i>	<i>Все тому, що мені захотілося змінити все.</i>	Генералізація	
69	<i>And with strangers you gotta use a condom.</i>	<i>Потрібно захищатися.</i>	Генералізація	
70	<i>An open-minded chick.</i>	<i>Дівчина вільних поглядів.</i>	Генералізація	
71	<i>I like it because they're too bougie to give a shit about me.</i>	<i>Вони надто шикарні, щоб звертати на мене увагу.</i>	Генералізація	Періодичне видання «Vogue», інтерв'ю Ріанни.
72	<i>Rihanna's plate is full and spinning</i>	<i>Ріанна і правда звалила на себе дуже багато.</i>	Генералізація	
73	<i>It's a completely different ballgame.</i>	<i>Це зовсім інша історія.</i>	Генералізація	Періодичне видання «Interview Magazine», інтерв'ю Емінема.
74	<i>He knows how to roll out the red carpet.</i>	<i>Він знає, як зробити все на найвищому рівні.</i>	Генералізація	Періодичне видання «Complex», інтерв'ю Асапа Рокі.
75	<i>"I'm always gon' do what I want when it</i>	<i>«Я завжди робитиму те, що мені хочеться, коли справа доходить</i>	Генералізація	

	<i>comes to making music and shit," he says.</i>	<i>до створення музики і всього такого», – каже він.</i>		
76	<i>Out in the crowd, kids screamed and thrashed, got bloody noses in mosh pits and hung out in a "planetarium".</i>	<i>Молодь кричала і веселилася в натовпі, розбивала носи в мошпітах і тусили в «планетарії».</i>	Заміна сліdstва причиною	Періодичне видання «Rolling Stone», інтерв'ю Тревіса Скотта.
77	<i>"That's my OG," Scott says. He points at a house nearby and laughs.</i>	<i>"Це мій братан", - каже Скотт. Він вказує на будинок неподалік і сміється.</i>	Заміна	
78	<i>"Pull up the gang way, man!" Sealie smiles. "What gang way?"</i>	<i>«Чому ти мені не віриш, ми ж сім'я!» - Усміхається Сілі. "Яка сім'я?"</i>	Заміна	
79	<i>But what really impressed him about Jenner was how "chill" she is.</i>	<i>Але що його справді вразило в Дженнер, то це те, наскільки вона спокійна.</i>	Заміна	
80	<i>Sparks yet another blunt.</i>	<i>Затягується черговим блантом.</i>	Заміна сліdstва причиною	Періодичне видання «Forbes», інтерв'ю Тревіса Скотта.
81	<i>The latter is key: Scott is a famously raucous MC.</i>	<i>Турне – коник Скотта, він славиться своїм драйвом.</i>	Заміна сліdstва причиною	
82	<i>Not that the company minded much.</i>	<i>Компанія, здається, не образилася.</i>	Заміна сліdstва причиною	
83	<i>With Scott's marketing strategy turning heads.</i>	<i>Стратегія Скотта привернула загальну увагу.</i>	Заміна сліdstва причиною	
84	<i>Quest-worthy must-haves for sneakerheads.</i>	<i>Обов'язковий аксесуар, за яким доведеться полювати.</i>	Заміна сліdstва причиною	
85	<i>I have a vape pen in my bag. So we're all good.</i>	<i>Я взяв із собою вейп, так що все гаразд.</i>	Заміна сліdstва причиною	Періодичне видання «Esquire», інтерв'ю Асапа Рокі.
86	<i>Cut me some slack.</i>	<i>Дайте мені шанс.</i>	Заміна сліdstва причиною	
87	<i>He's the rapper who drops acid like a hippie and stage-dives like a punk.</i>	<i>Він розуміється на кислоті як хіпі, але стрибає зі сцени як справжній панк.</i>	Заміна сліdstва причиною	
88	<i>I'm the reason Guess is throbbing hard right now.</i>	<i>Тільки завдяки мені Guess зараз такі популярні.</i>	Заміна сліdstва причиною	
89	<i>And to "drop" new pieces directly to consumers on the Fenty website</i>	<i>Та продавати речі на сайті Fenty відразу ж після показу</i>	Заміна сліdstва причиною	Періодичне видання «Vogue», інтерв'ю Ріанни.
90	<i>He hops in with her, and a bodyguard passes</i>	<i>Вони сідають у машину, і охоронець</i>	Декомпресія	Періодичне видання

	<i>them two boxes of pepperoni pizza through a tinted window.</i>	<i>передає їм через тоноване вікно дві коробки піци Пепероні.</i>		«Rolling Stone», інтерв'ю Тревіса Скотта.
91	<i>Scott steps inside for cigars — his blunt stash is depleted, so it's time for a re-up.</i>	<i>Скотт заходить за сигарами - його заличка з косяками закінчилася, а отже, настав час знову поповнити запаси.</i>	Декомпресія	
92	<i>He tried to persuade industry types to give him a shot.</i>	<i>Він намагався переконати великих шишок індустрії дати йому шанс.</i>	Декомпресія	
93	<i>Nah, bro.</i>	<i>О, ні, чувак.</i>	Декомпресія	
94	<i>His shoes' popularity has granted him tastemaker status.</i>	<i>Популярність його кросівок вивела Скотта в ранг законодавця моди.</i>	Декомпресія	Періодичне видання «Forbes», інтерв'ю Тревіса Скотта.
95	<i>It showed that a virtual performance, once dismissed as a gimmick, could be as much an act of artistry as an old-fashioned live show.</i>	<i>Він показав, що віртуальні перформанси, які колись вважали рекламним трюком, можуть стати проявом творчості подібно до старомодних живих концертів.</i>	Декомпресія	
96	<i>In fact, they have an additional purpose: "Can I get some Backwoods?" he asks.</i>	<i>Але в них явно є й інший обов'язок – забезпечувати Скотта припасами для набивання блантів. «Можеш дати ще Backwoods?» – запитує Скотт.</i>	Декомпресія	
97	<i>Scott says, keeping matters intentionally vague</i>	<i>Каже Скотт, навмисно напускаючи туману.</i>	Декомпресія	
98	<i>For Esquire, the rapper talks about tripping with Skepta.</i>	<i>У своєму інтерв'ю для Esquire репер розповів про ЛСД-тріпи зі Скептою.</i>	Декомпресія	Періодичне видання «Esquire», інтерв'ю Асапа Рокі.
99	<i>He's doing it now, in his Gucci pants, Dior blazer and Reeboks.</i>	<i>Він робить це прямо зараз, сидячи переді мною у штанах Gucci, блейзері Dior та кросівках Reebok.</i>	Декомпресія	
100	<i>I was expecting a rap crew, I guess.</i>	<i>Напевно, я чекав, що Рокі прийде з</i>	Декомпресія	

		<i>компанією типових галасливих реперів.</i>		
101	<i>He's up and acting out this thuggish pastiche.</i>	<i>Роки встає і починає зображати одного з таких гопуватих «чуваків із району»</i>	Декомпресія	
102	<i>He was off.</i>	<i>Справи Рокі пішли вгору.</i>	Декомпресія	
103	<i>He describes groupies as "animal cats".</i>	<i>Роки називає фанаток-групі «дикими кішками»</i>	Декомпресія	
104	<i>Kai-Isaiah Jamal, a trans model.</i>	<i>Трансгендерного активіста та модель Кай-Ісайю Джамала</i>	Декомпресія	Періодичне видання «Vogue», інтерв'ю Ріанни.
105	<i>Hell, yeah.</i>	<i>Чорт би його побрав, я і сама спораюсь.</i>	Декомпресія	
106	<i>We was chillin' getting money.</i>	<i>Ми просто відпочивали, тусили та заробляли гроші»</i>	Декомпресія	Періодичне видання «Complex», інтерв'ю Асапа Рокі.
107	<i>Damn. That was crazy.</i>	<i>Дідька лисого. Це було щось.</i>	Декомпресія	
108	<i>Tyler's new shit is crazy.</i>	<i>Нова музика Тайлера просто приголомшлива.</i>	Декомпресія	
109	<i>U want names?</i>	<i>Ви хочете знати їхні імена?</i>	Декомпресія	
110	<i>Sixty seconds in, an opening guest verse from Drake cuts off abruptly in something like the pop-music-flex equivalent of Alfred Hitchcock offering Janet Leigh early in Psycho</i>	<i>Через хвилину після початку пісні вступний куплет Drake раптово обривається, що нагадує поп-музичний еквівалент того, як якщо б Альберт Хічкок вбив Джанет Лі в самому початку «Психо»</i>	Компресія	Періодичне видання «Rolling Stone», інтерв'ю Тревіса Скотта.
111	<i>He asked if Scott could maybe, possibly push back his headlining set so that Harden could catch it?</i>	<i>Він запитав, чи не може Тревіс Скотт почати свій сет трохи пізніше, щоб Харден на нього встиг.</i>	Компресія	
112	<i>A feat all the more remarkable given that it bears no resemblance to a single.</i>	<i>Це можна вважати ще більш видатним досягненням, враховуючи, що на звичні сингли він зовсім не схожий</i>	Компресія	
113	<i>And shit got rough," Scott recalls, his tone matter-of-fact. "Can't afford shit.</i>	<i>Нам довелося несолодко», – сухо констатує Тревіс</i>	Компресія	

		<i>Скотт. — Ми нічого не могли собі дозволити.</i>		
114	<i>And then T.I. caught wind of Scott and signed him.</i>	<i>А потім про Скотта дізнався Т.І., який теж захотів з ним співпрацювати.</i>	Компресія	
115	<i>Moved in, probably selling crack, all types of shit out that ho.</i>	<i>Переїхали сюди, мабуть, щоб продавати крек, таке лайно.</i>	Компресія	
116	<i>“Are you gonna be here for Thanksgiving?”</i>	<i>Ти приїдеш на День Подяки?</i>	Компресія	
117	<i>Oh, man.</i>	<i>О, так.</i>	Компресія	
118	<i>I don’t know if that nigga just liked the hat or what, dog.</i>	<i>Я не знаю, може, йому просто сподобалася кепка чи ще щось.</i>	Компресія	
119	<i>You don’t wanna desert your bro.</i>	<i>Своїх братів не кидають.</i>	Компресія	
120	<i>“I fucking love movies,” Scott says.</i>	<i>“Я обожнюю кіно”, - говорить Скотт.</i>	Компресія	
121	<i>Arriving at a recording studio, Scott seeks to clear his mind before getting to work.</i>	<i>Під’їхавши до студії звукозапису, Скотт хоче струснутися перед роботою.</i>	Компресія	Періодичне видання «Forbes», інтерв’ю Тревіса Скотта.
122	<i>I was actually just trying it. I kinda like it.</i>	<i>Я саме перед цим спробував. Начебто непогано.</i>	Компресія	
123	<i>Once he takes the stage, fans are “ragers” (his term), and he is “La Flame” (ditto), the spark that sets it all off.</i>	<i>Варто йому вийти на сцену, фанати, за його власним визначенням, «звіріють», а сам він «запалює».</i>	Компресія	
124	<i>No matter: The Kardashian fame machine had bestowed on him enough juice to permit him to enact his creative vision.</i>	<i>Так чи так, кузня слави Кардаш’ян надала йому імпульсу</i>	Компресія	
125	<i>How he got so damn stylish.</i>	<i>Як йому вдалося стати іконою стилю.</i>	Компресія	Періодичне видання «Esquire», інтерв’ю Асапа Рокі.
126	<i>Let’s smoke some good weed in the teepee and have a fun time!</i>	<i>Ми просто чудово проведемо час разом, покуримо гарної травки і повеселимося.</i>	Компресія	
125	<i>Once you’re compassionate about some shit then all these stupid things are secondary, like money or success.</i>	<i>Як тільки в тебе в житті з’являється пристрасть до чогось, решта втрачає значення — і гроші, і влада, і успіх.</i>	Компресія	

126	<i>And launched several original pop-up events.</i>	<i>Та організував кілька більш несподіваних проєктів.</i>	Компресія	
127	<i>And then here we are, these little slim kids, with these pants, all preppy and shit.</i>	<i>А тут з'являємося ми — дріці у вузках.</i>	Компресія	
128	<i>OK I'm-a tell you something.</i>	<i>Скажу тобі так.</i>	Компресія	
129	<i>And I had these jelly beans in my hand, but I was so high, they were like Jack and the Beanstalk, glowy and magical.</i>	<i>Ведмедики-гаммі у мене в руці, я дивлюся на них.</i>	Компресія	
130	<i>Rock, man, you're mad, bruv, you're mad!</i>	<i>Рокі, брате, ти просто чума, чума-а-а!</i>	Компресія	
131	<i>He recently announced, with typical swagger, that his ability to function under the influence of LSD was a sign of genius.</i>	<i>Нещодавно Рокі заявив, що вживання ЛСД ставить його в один ряд із геніями людства</i>	Компресія	
132	<i>I'm kinda cautious about new people in my life right now.</i>	<i>Останнім часом я з обережністю спілкуюсь із новими знайомими.</i>	Компресія	
133	<i>Eventually, she peels off the coat to reveal a black Balenciaga tracksuit, her imposing presence rendering it somehow majestic.</i>	<i>Під парком знаходиться спортивний костюм Balenciaga</i>	Компресія	Періодичне видання «Vogue», інтерв'ю Ріанни.
134	<i>"Er, no," she says, as if that's a stupid question. "I like tequila."</i>	<i>"Ні, мені подобається текіла".</i>	Компресія	
135	<i>OK, we need to pick it up.</i>	<i>Продовжуємо працювати.</i>	Компресія	
136	<i>I'll have kids – three or four of 'em.</i>	<i>У мене будуть діти, троє чи четверо.</i>	Компресія	
137	<i>You're a one-hit wonder</i>	<i>Автор хіта</i>	Компресія	
138	<i>It's hard to tell if he was bored, tired, irritated, or high off the blunts he'd been hitting.</i>	<i>Важко сказати, чи було йому нудно, чи втомився він, був роздратований чи просто накурений.</i>	Компресія	Періодичне видання «Complex», інтерв'ю Асапа Рокі.

139	<i>He makes us work harder, y'know what I'm saying?</i>	<i>Він змушує нас більше працювати, розумієш, про що я?</i>	Компресія	
140	<i>Space sounds mixed with trap traditional music.</i>	<i>Це суміш космічного звучання із традиційною музикою.</i>	Компресія	
141	<i>He can't be bothered by all the other silly shit.</i>	<i>Його не хвилюють такі дурниці.</i>	Компресія	
142	<i>In tribute, he rented a Ferris wheel and the chair-o-planes, and he filled two stages with sets from some hitmaking friends.</i>	<i>На згадку про парк він взяв в оренду оглядове колесо і каруселі, а також наповнив дві сцени сетами своїх знаменитих друзів.</i>	Компенсація	Періодичне видання «Rolling Stone», інтерв'ю Тревіса Скотта.
143	<i>Out in the crowd, kids screamed and thrashed, got bloody noses in mosh pits and hung out in a "planetarium".</i>	<i>Молодь кричала і веселилася в натовпі, розбивала носи в мошпітах і тусили в «планетарії».</i>	Компенсація	
144	<i>"You at the house, Granny? I'm about to pull up."</i>	<i>«Бабусю, ти вдома? Я скоро заїду».</i>	Компенсація	
145	<i>Scott steps inside for cigars — his blunt stash is depleted, so it's time for a re-up.</i>	<i>Скотт заходить за сигарами - його заначка з косяками закінчилася, а отже, настав час знову поповнити запаси.</i>	Компенсація	
146	<i>He spent much of the money on music equipment and airfare to New York and Los Angeles, where he crashed with friends, slept in cars.</i>	<i>Він витратився на музичне обладнання та авіаквитки в Нью-Йорк і Лос-Анджелес, де він ночував у друзів та спав у машині.</i>	Компенсація	
147	<i>This block right here was crazy.</i>	<i>Цей квартал був просто божевільним.</i>	Компенсація	
148	<i>Extreme dope.</i>	<i>Мегакруто.</i>	Компенсація	
149	<i>She used to have more flowers out back, but "after Harvey, a lot of stuff got messed up," she says.</i>	<i>Раніше вона мала більше квітів, але «після Харві багато зіпсувалося», каже вона.</i>	Компенсація	
150	<i>Maybe, like, the first week, you don't know if it's real or a fling.</i>	<i>Ну десь перший тиждень, може, ти ще не знаєш, це щось серйозне чи проста інтрижка.</i>	Компенсація	

151	<i>She's a Tim Burton fan, which is fire.</i>	<i>Вона шанувальниця Тіма Бертона, це дуже круто.</i>	Компенсація	
152	<i>"Damn, his truck's still out here," Scott says.</i>	<i>"Нічого собі, його тачка досі тут стоїть", - каже Скотт.</i>	Компенсація	
153	<i>There are vintage movie posters everywhere that bespeak good taste in sci-fi.</i>	<i>Всюди вінтажні постери з фільмами, які видають його добрий смак у науковій фантастиці.</i>	Компенсація	
154	<i>"Un-unh," he replies, shaking his head. "That sounds fire!"</i>	<i>"Не-а", - відповідає він, хитаючи головою. - «Але звучить круто!»</i>	Компенсація	
155	<i>Scott's big break came via a cold email to music manager Anthony Kilhoffer.</i>	<i>Прорив стався, коли Скотт надіслав листа музичному менеджерові Ентоні Кілхофферу.</i>	Компенсація	Періодичне видання «Forbes», інтерв'ю Тревіса Скотта.
156	<i>In "Sicko Mode," he rhapsodizes about Jenner's success—and a profile we wrote about her: "Baby mama cover Forbes, got these other bitches shook."</i>	<i>У хімі Sicko Mode він оспівує успіх Дженнер рядками «Молода мама на обкладинці Forbes змушує погань від заздрості трястися».</i>	Компенсація	
157	<i>Scott's kicks now outperform even Yeezys, albeit at a far smaller volume.</i>	<i>Його кросівки пропонують дорожче, ніж Yeezy, хоч і в менших кількостях.</i>	Компенсація	
158	<i>And, to be fair, the comment threads under his videos are mostly girls swooning over his big boyish smile.</i>	<i>Заради справедливості, більшість коментарів під відеокліпами Рокі і справді складають захоплені відгуки дівчат про його чарівну хлопчачу посмішку.</i>	Компенсація	Періодичне видання «Esquire», інтерв'ю Асапа Рокі.
159	<i>He cracks up laughing, and the chains around his neck start to jangle.</i>	<i>Рокі заходиться сміхом, і ланцюги, що висять на його шиї, починають побрякувати.</i>	Компенсація	
160	<i>He was always fussy about clothes, even when he was broke.</i>	<i>В одязі Рокі завжди був розбірливим, навіть коли був на міліні.</i>	Компенсація	
161	<i>The hood dudes thought I was gay, but their girls loved it.</i>	<i>Чуваки з району думали, що я гей, але їхнім дівчаткам я подобався.</i>	Компенсація	

162	<i>Can I hit that vape again?</i>	<i>Дай мені ще раз затагнути твій вейпом!</i>	Компенсація	
163	<i>Dude we were blasted! Like tripping balls.</i>	<i>Як же нас накрило! Просто дахознос.</i>	Компенсація	
164	<i>They did a couple of gigs along the way, to prep for the tour.</i>	<i>Вони встигли дати пару концертів як підготовку до турне.</i>	Компенсація	
165	<i>And then we get to this plateau and we're like, 'OK, we're either going to bed or we could keep working.</i>	<i>Потім настає втома, і ми кажемо: ну все - або спати, або продовжуємо.</i>	Компенсація	Періодичне видання «Vogue», інтерв'ю Ріанни.
166	<i>Nah, do it again.</i>	<i>Ні, давай ще раз.</i>	Компенсація	Періодичне видання «Interview Magazine», інтерв'ю Емінама.
167	<i>Sometimes it's kismet.</i>	<i>Іноді це доля.</i>	Компенсація	
168	<i>Do you think it needs a bridge?</i>	<i>Як вважаєш, чи не треба додати перехід?</i>	Компенсація	
169	<i>He asked if I was "working with the feds.</i>	<i>Він спитав, «чи не працюю я на ФБР.</i>	Компенсація	Періодичне видання «Complex», інтерв'ю Асапа Рокі.
170	<i>Yo what up?</i>	<i>Йоу, як справи?</i>	Компенсація	
171	<i>LVMH might have to holla at ya boy Flacko one time.</i>	<i>Колись LVMH може звернутися до вашого улюбленого Флако (нікнейм Rocky).</i>	Компенсація	
172	<i>Posted on the corner like a trapper.</i>	<i>Стоїть на розі, як наркоторговець.</i>	Компенсація	
173	<i>It's jiggy. It's lit.</i>	<i>Альбом буде класним. Він буде крутим.</i>	Компенсація	
174	<i>And I wanna mess with some dope females, if you know any.</i>	<i>І я хочу потусити з якимись крутими дівчатами, якщо ти таких знаєш.</i>	Компенсація	
175	<i>I'm talking to you, stoned, happy as ever.</i>	<i>Але я тут і я розмовляю з тобою, обдובаний і щасливий, як ніколи.</i>	Компенсація	
176	<i>That TV shit is out.</i>	<i>Жодного телевізора не буде.</i>	Антонімічний переклад	Періодичне видання «Rolling Stone», інтерв'ю Тревіса Скотта.
177	<i>How ill she is.</i>	<i>Наскільки вона класна.</i>	Антонімічний переклад	
178	<i>But that figure belies its true worth.</i>	<i>Але справа не в сумі.</i>	Антонімічний переклад	Періодичне видання «Forbes», інтерв'ю Тревіса Скотта.
179	<i>It doesn't fucking matter!</i>	<i>Плювати!</i>	Антонімічний переклад	Періодичне видання

180	<i>Because I'm a gentleman. I wasn't so much of a douche to girls.</i>	<i>А все тому що я джентльмен і завжди поводився чемно з дівчатами.</i>	Антонімічний переклад	«Esquire», інтерв'ю Асапа Рокі.
181	<i>Grew up under the toxic pressures.</i>	<i>Жила у нездоровій атмосфері.</i>	Антонімічний переклад	Періодичне видання «Vogue», інтерв'ю Ріанни.
182	<i>I've always searched for what I can hold on to in terms of sanity and loyalty.</i>	<i>Я завжди шукала спосіб не втратити свідомість, завжди шукала справжнє.</i>	Антонімічний переклад	
183	<i>I feel like to an extent, you gotta give a fuck.</i>	<i>Мені здається, що якоюсь мірою тобі має бути не начхати</i>	Антонімічний переклад	Періодичне видання «Complex», інтерв'ю Асапа Рокі.
184	<i>It is a melancholy LP — a nostalgic, narcotized mix of despair and hedonism.</i>	<i>Це меланхолійна платівка — ностальгічно-наркотична суміш відчаю і гедонізму.</i>	Описовий переклад	Періодичне видання «Rolling Stone», інтерв'ю Тревіса Скотта.
185	<i>Back out front, Backwoods in hand, Scott takes a photo with the house-slippers guy</i>	<i>На задньому дворі Скотт із пачкою Backwoods у руці фотографується з хлопцем у тапках</i>	Описовий переклад	
186	<i>And still she looked after me, putting up with my bullshit.</i>	<i>Але вона все одно дивилася за мною і терпіла мою лайнову поведінку.</i>	Описовий переклад	
187	<i>Kanye West liked his sound, and wanted him to pitch in on the G.O.O.D. Music showcase album Cruel Summer.</i>	<i>Каньє Весту сподобалися його треки, і він хотів, щоб Скотт взяв участь у альбомі-компіляції G.O.O.D. Music "Cruel Summer".</i>	Описовий переклад	
188	<i>A young guy in cornrows, khakis and shower slides joins us</i>	<i>До нас приєднується молодий хлопець з африканськими косичками, одягнений у штани кольору хакі та шльопанці</i>	Описовий переклад	
189	<i>Back in Scott's SUV, we approach Southeast Community Church.</i>	<i>Знов опинившись у позашляховику Скотта, ми наближаємось до Південно-Східної громадської церкви.</i>	Описовий переклад	
190	<i>Але якщо Йє за щось взявся, то він уже не відступить.</i>	<i>Ye get on some shit, he on some shit.</i>	Описовий переклад	

191	<i>He pulls over, and a fiftyish-looking white couple — I'll call them Mr. and Mrs.</i>	<i>Він з'їжджає на узбіччя, і з гаража показуються дві білі люди, на вигляд їм років п'ятдесят — я називатиму їх містер і місіс А.</i>	Описовий переклад	
192	<i>"Ha — no, thank you," he replies. "I'm sturdy, I'm sturdy."</i>	<i>"Ха-ха, ні, дякую", - відповідає він. - "Мені і так добре".</i>	Описовий переклад	
193	<i>"It's been 'Fuck Ted Cruz,' " he says. "This guy Beto, he on some shit. He pulled up on me."</i>	<i>"Це був протест проти Теда Круза", - говорить він. — Цей хлопець Бето знає, що робить. Він мені подобається".</i>	Описовий переклад	
194	<i>Travis Scott pilots his Lamborghini SUV, a rolling hotbox.</i>	<i>Тревіс Скотт за кермом позаляховика Lamborghini — своєї пересувної капсули для куріння трави.</i>	Описовий переклад	Періодичне видання «Forbes», інтерв'ю Тревіса Скотта.
195	<i>He grabs a basketball to avail himself of the hoop in the parking lot, sparks yet another blunt (a regular activity for him).</i>	<i>Він бере м'яча, йде до баскетбольного кільця на парковці й затягується черговим блантом — самокруткою з листа сигарного тютюну, набитого канабісом. Для нього це звична річ.</i>	Описовий переклад	
196	<i>As he toured to promote these albums, his performances garnered a reputation for their manic mosh pits.</i>	<i>Гастрольне турне із просування цих альбомів супроводжувалося божевільними танцями фанатів біля сцени.</i>	Описовий переклад	
197	<i>Scott's shoes have quickly become grails.</i>	<i>Для шанувальників кросівок взуття Скотта швидко перетворилася на предмет жадання.</i>	Описовий переклад	
198	<i>He and Epic spent months going back and forth.</i>	<i>Переговори затяглися на кілька місяців.</i>	Описовий переклад	
199	<i>Back in Hollywood on the basketball court, a half-stoned Scott is no more forthcoming.</i>	<i>Стоячи на голлівудській парковці біля баскетбольного щита, Скотт, явно під дією трави.</i>	Описовий переклад	
200	<i>Hard seltzer</i>	<i>Слабоалкогольні газовані напої популярні</i>	Описовий переклад	

201	<i>Who also dig Travis Scott and his music.</i>	<i>Яка аж розум втрачає від Тревіса Скотта і його музики.</i>	Описовий переклад	
202	<i>A bunch of his "Awgies" are here today.</i>	<i>Рокі також привів кількох «Awgies» із собою на інтерв'ю (так репер називає хлопців зі свого агентства. — Esquire).</i>	Описовий переклад	Періодичне видання «Esquire», інтерв'ю Асапа Рокі.
203	<i>I go and give her a hug, and she looks grateful for the icebreaker.</i>	<i>Ріанна явно вдячна, що перший крок до зближення зробила я.</i>	Описовий переклад	Періодичне видання «Vogue», інтерв'ю Ріанни.
204	<i>By her army of stans, The Navy.</i>	<i>Армії найшаленіших фанатів співачки, або, як вона кличе їх, її «флоту» (The Navy)</i>	Описовий переклад	
205	<i>When Dre walked in, it was like an out-of-body experience.</i>	<i>Коли Дре увійшов, я практично відокремився від свого тіла.</i>	Описовий переклад	Періодичне видання «Interview Magazine», інтерв'ю Емінама.
206	<i>Early on in my career when I was more in grind mode.</i>	<i>На початку моєї кар'єри, коли я був сповнений сил.</i>	Описовий переклад	
207	<i>Rocky was Skyping Matt Williams.</i>	<i>Під час розмови у скайпі з Меттом Вільямсом.</i>	Описовий переклад	Періодичне видання «Complex», інтерв'ю Асапа Рокі.
208	<i>Like his idols, Rocky's never been a one-trick pony.</i>	<i>Як і його кумири, Rocky завжди захоплювався багатьма речами одночасно.</i>	Описовий переклад	
209	<i>She takes medicine that fucks with her whole state.</i>	<i>Вона приймає ліки, які сильно впливають на її стан.</i>	Евфемістичний переклад	Періодичне видання «Rolling Stone», інтерв'ю Тревіса Скотта.
210	<i>He had all this fire equipment he wouldn't let me fuck with.</i>	<i>Він мав дуже круте обладнання, яким він не давав мені користуватися.</i>	Евфемістичний переклад	
211	<i>And shit got rough," Scott recalls, his tone matter-of-fact. "Can't afford shit.</i>	<i>Нам довелося несолодко», – сухо констатує Тревіс Скотт. — Ми нічого не могли собі дозволити.</i>	Евфемістичний переклад	
212	<i>These niggas were always doing some weird shit.</i>	<i>Ці чуваки постійно щось дике витворяли.</i>	Евфемістичний переклад	
213	<i>I know my brother would freak the fuck out if one of his favorite artists invited him up.</i>	<i>Я знаю, що якби хтось із улюблених виконавців мого брата покликав його, він би збожеволів від щастя.</i>	Евфемістичний переклад	

214	<i>At first, Scott says, "we was just two kids, fucking around.</i>	<i>Тревіс Скотт каже, спочатку вони були «простими дітьми, які просто веселилися разом».</i>	Евфемістичний переклад	
215	<i>She's the coolest motherfucker of all time.</i>	<i>Вона найкрутіша людина у світі.</i>	Евфемістичний переклад	
216	<i>"I interior-decorated the whole fucking thing," he says.</i>	<i>«Я сам займався інтер'єром цього будинку, — каже Рокі.</i>	Евфемістичний переклад	Періодичне видання «Esquire», інтерв'ю Асапа Рокі.
217	<i>I was in the seventh grade! Fucking bullies!</i>	<i>Я ж був у сьомому класі! Довбані придурки!</i>	Евфемістичний переклад	
218	<i>Who the fuck is these boarding-school-looking, fucking bitch-ass niggas?</i>	<i>Це ще що за відмінники підвалили?</i>	Евфемістичний переклад	
219	<i>If Nikola Tesla didn't do it, then fuck it!</i>	<i>Якщо і Тесла не приймав ЛСД?!, то взагалі на ***</i>	Евфемістичний переклад	
220	<i>It was that his close-cropped, platinum hair felt as defiant as his smart-ass swagger.</i>	<i>Його коротке платинове волосся здавалося таким самим викликом, як його розв'язне самолюбвання.</i>	Евфемістичний переклад	
221	<i>How are you doing, cunt?</i>	<i>Як справи, пі****?</i>	Евфемістичний переклад.	
222	<i>This is fucking terrible.</i>	<i>О, Господи, це жахливо.</i>	Евфемістичний переклад	
223	<i>As long as he's got his base, he does not give a fuck about anybody else in America.</i>	<i>Поки він має підтримку, йому начхати на решту Америки.</i>	Евфемістичний переклад	
224	<i>Why are you asking me about fur in 2018 knowing them PETA motherfuckers are gonna come looking for me.</i>	<i>Чому ти запитуєш мене про хутро в 2018 році, знаючи, що ці виродки з PETA будуть шукати мене.</i>	Евфемістичний переклад	Періодичне видання «Complex», інтерв'ю Асапа Рокі.
225	<i>He's dope as fuck.</i>	<i>Він неймовірно крутий.</i>	Евфемістичний переклад	
226	<i>"Oh, shit!"</i>	<i>«Твою ж мати!»</i>	Дисфемістичний переклад	Періодичне видання «Rolling Stone», інтерв'ю Тревіса Скотта.
227	<i>The women that I'm around are into that</i>	<i>Дівчата, з якими я спілкуюся, теж пруться на тему</i>	Дисфемістичний переклад	Періодичне видання «Esquire»,

	<i>free-spirited shit like me.</i>	<i>свободи духу та подібного лайна.</i>		інтерв'ю Асапа Рокі.
228	<i>This hidden scene in which neglected career women in fancy zip codes get rappers to bang them silly on \$100,000 beds.</i>	<i>На приховані сцени, в яких бізнес-леді тр*хаються з реперами на ліжку за \$100 тисяч.</i>	Дисфемістичний переклад	
229	<i>I'm not one of those rappers who gets money and fucks it up.</i>	<i>Я не з тих реперів, хто просирає усі зароблені гроші.</i>	Дисфемістичний переклад	
230	<i>Because guys who get all the pussy don't get to see happiness with a family and shit like that.</i>	<i>Адже хлопці, яким дістаються всі кицьки світу, не створені для сімейного затишку.</i>	Дисфемістичний переклад	
231	<i>You don't have a lot of time to tolerate shit.</i>	<i>В тебе не має часу на будь-яку херню.</i>	Дисфемістичний переклад.	Періодичне видання «Vogue», інтерв'ю Ріанни.
232	<i>I'm very well, you old bastard. Are you in Detroit?</i>	<i>Я? Дуже добре, старий ублюдок. Ти у Детройті?</i>	Дисфемістичний переклад	Періодичне видання «Interview Magazine», інтерв'ю Емінама.
233	<i>I fucking hate it!</i>	<i>Я, нахрен, ненавиджу це.</i>	Дисфемістичний переклад	
234	<i>Let's talk about "The Storm," which is an example of someone actually getting off their ass and saying something.</i>	<i>Давай поговоримо про «The Storm», чудовий приклад того, як хтось насправді підняв дупу і сказав щось.</i>	Дисфемістичний переклад	
235	<i>It's just [about] losing people. Like, coping with losing motherfuckers.</i>	<i>Про те, як впоратися зі втратою цих чортових мерзотників</i>	Дисфемістичний переклад.	Періодичне видання «Complex», інтерв'ю Асапа Рокі.
236	<i>Out in the crowd, kids screamed and thrashed,</i>	<i>Молодь кричала і веселилася в натовпі,</i>	Відповідник	Періодичне видання

	<i>got bloody noses in mosh pits and hung out in a "planetarium".</i>	<i>розбивала носи в мошпітах і тусили в «планетарії».</i>		«Rolling Stone», інтерв'ю Тревіса Скотта.
237	<i>James Harden hit him up from the Toyota Center, where the Houston Rockets were playing the Sacramento Kings.</i>	<i>З ним зв'язався баскетболіст Джеймс Харден, що дзвонив з арени Тойота-центр, де «Х'юстон Рокетс» грали з «Сакраменто Кінгз».</i>	Відповідник	
238	<i>"Hiii," Jenner says.</i>	<i>«Привіііт,» - каже Дженнер</i>	Відповідник	
239	<i>"You at the house, Granny? I'm about to pull up."</i>	<i>«Бабусю, ти вдома? Я скоро заїду».</i>	Відповідник	
240	<i>That upbeat attitude notwithstanding, Scott tells me there were hardships at home.</i>	<i>Скотт розповідає мені, що, незважаючи на свій оптимістичний настрій, вдома в нього не все було так гладко.</i>	Відповідник	
241	<i>Nothing stopping me, bro.</i>	<i>Мене нічого не зупиняє, братику.</i>	Відповідник	
242	<i>The rain has lessened to a drizzle, but the street is empty.</i>	<i>Дощ зменшився, але вулиця залишилася порожньою.</i>	Відповідник	
243	<i>I ain't complaining," he says.</i>	<i>"Я не скаржуся", - говорить він.</i>	Відповідник	
244	<i>And after a bit Jenner says "bye-bye" off-screen.</i>	<i>І через якийсь час Дженнер за кадром каже «бувай-бувай».</i>	Відповідник	
245	<i>What's far more interesting, though, is how La Flame lights up the business world.</i>	<i>Ще цікавіше те, як Скотт запалює у світі бізнесу.</i>	Відповідник	Періодичне видання «Forbes», інтерв'ю Тревіса Скотта.
246	<i>To accomplish this, he decided, he needed "to use [my] imagination to the max. Like, the max."</i>	<i>Для цього він вирішив «використовувати свою уяву сповна. Ось просто сповна».</i>	Відповідник	
247	<i>Though Rocky started rapping at nine, life quickly threw him off his game.</i>	<i>Незважаючи на те, що інтерес к рэпу у мальчика появился уже в 9 лет, жизнь вскоре смешала ему все карты.</i>	Відповідник	Періодичне видання «Esquire», інтерв'ю Асапа Рокі.
248	<i>Think about it, bruh.</i>	<i>От і думай, брате.</i>	Відповідник	

249	<i>You become a guy who hits it and quits it.</i>	<i>Я перетворився на хлопця, який "поматросив і бросив".</i>	Відповідник	
250	<i>It's hard to turn a blind eye.</i>	<i>Тому я не можу просто заплющити очі.</i>	Відповідник	Періодичне видання «Vogue», інтерв'ю Ріанни.
251	<i>The notorious party girl is a little less committed these days</i>	<i>Уславлена тусовиця, вона тепер рідше виходить у світ.</i>	Відповідник	
252	<i>I go hang with the people I would never hang with.</i>	<i>Я йду кудись із людьми, з якими б ніколи не стала тусити.</i>	Відповідник	
253	<i>You put so much on your plate.</i>	<i>Ми беремо на себе дуже багато всього.</i>	Відповідник	
254	<i>Who, when she was a child, she would watch apply make-up.</i>	<i>За якою вона спостерігала у дитинстві, коли та наносила макіяж.</i>	Відповідник	
255	<i>I begin to grasp.</i>	<i>І я розумію.</i>	Відповідник	
256	<i>You've been clean for a long time now.</i>	<i>Ти вже давно чистий.</i>	Відповідник	Періодичне видання «Interview Magazine», інтерв'ю Емінема.
257	<i>You've gotta build your house before you can let your friends come in.</i>	<i>Спочатку ти маєш збудувати будинок, а потім запрошувати друзів.</i>	Відповідник	
258	<i>I get so pissed off.</i>	<i>Я так розлютився.</i>	Відповідник	
259	<i>So, listen. Hold on, let me check.</i>	<i>Так, почекай, дозволь мені децю перевірити.</i>	Відповідник	Періодичне видання «Complex», інтерв'ю Асапа Рокі.
260	<i>He wanna do the right things.</i>	<i>Він хоче чинити правильно.</i>	Відповідник	
261	<i>Summer banger "Magnolia".</i>	<i>Трек «Magnolia» став літнім хітом.</i>	Відповідник	
262	<i>We just wanna make dope shit.</i>	<i>Ми просто хочемо робити класні речі.</i>	Відповідник	

ДОДАТОК Б

Способи перекладу сленгу в британських текстах субтитрів

№	Оригінал	Переклад	Спосіб перекладу	Джерело
1	<i>Cheers, Thomas.</i>	<i>Будьмо, Томасе.</i>	Конкретизація	Субтитри до серіалу «Гострі Картузи»
2	<i>We put 'em in the stables.</i>	<i>Вантаж у стайні.</i>	Конкретизація	
3	<i>God damn you for soiling your uniforms!</i>	<i>Ви запаскудили свої мундири і Божя кара вам за це.</i>	Конкретизація	
4	<i>Right, lads, what'll it be? Two?</i>	<i>Гаразд, друзі, чого вам? Дві?</i>	Конкретизація	
5	<i>You're going to bring holy hell down on your head.</i>	<i>Ти тільки халеп на свою голову накличеш.</i>	Конкретизація	
6	<i>Jesus christ, Tony!</i>	<i>Господи помилуй, Тоні!</i>	Конкретизація	Субтитри до серіалу «Скінс»
7	<i>It'd be safe if you did.</i>	<i>Було б класно, якби ти пришов.</i>	Конкретизація	
8	<i>Hot women.</i>	<i>Гарні жінки.</i>	Конкретизація	
9	<i>Pills.</i>	<i>Колеса</i>	Конкретизація	
10	<i>Kid.</i>	<i>Хлопець.</i>	Конкретизація	
11	<i>Isn't that something?</i>	<i>Круто тут?</i>	Конкретизація	
12	<i>Cheers.</i>	<i>До зустрічі.</i>	Конкретизація	
13	<i>Jesus, come on!</i>	<i>Боже, хутчіш!</i>	Конкретизація	
14	<i>We are out.</i>	<i>Ми тусуємося</i>	Конкретизація	
15	<i>You tolling on our sis!</i>	<i>Ти залицявся до нашої сестри!</i>	Конкретизація	
16	<i>Gotcha.</i>	<i>Домовилися.</i>	Конкретизація	
17	<i>You present mr happy with the keys to the furry city.</i>	<i>Ти, містер щасливець, отримає ключі від жіночого міста.</i>	Конкретизація	
18	<i>I've gotta get an ounce of spliff?</i>	<i>Чекай, я буду продавати траву?</i>	Конкретизація	
19	<i>My frands think you're really cool, yah?</i>	<i>Ти подобаєся моїм подругам.</i>	Конкретизація	
20	<i>The neighbours are bitching with the digital cameras.</i>	<i>Сусіди вже дістали зі своїми камерами.</i>	Конкретизація	
21	<i>That'll be six pennies, Nipper.</i>	<i>З тебе 6 пенні, кусако</i>	Генералізація	
22	<i>My boyhood friends.</i>	<i>Друзі дитинства.</i>	Генералізація	

23	<i>If they want them back this bad, they'll have to pay.</i>	<i>Якщо вони захочуть повернути це, нехай платять.</i>	Генералізація	Субтитри до серіалу «Гострі Картузи»
24	<i>For christ's sake, Tony!</i>	<i>Заради всього святого, Тоні!</i>	Генералізація	
25	<i>Spliff.</i>	<i>Наркота</i>	Генералізація	Субтитри до серіалу «Скінс»
26	<i>Do to fickery fick.</i>	<i>Мати справу.</i>	Генералізація	
27	<i>Let's chizzle on this dizzle.</i>	<i>Повеселимося.</i>	Генералізація	
28	<i>What a blush!</i>	<i>Було весело.</i>	Генералізація	
29	<i>I gotta dash.</i>	<i>Мені час.</i>	Заміна слідства причиною	Субтитри до серіалу «Скінс»
30	<i>I look shaggable.</i>	<i>На мене дивляться всі чоловіки.</i>	Заміна слідства причиною	
31	<i>Hazy days.</i>	<i>Погано пам'ятаю ці дні.</i>	Заміна слідства причиною	
32	<i>God! The second your balls are empty it's back onto politics.</i>	<i>На Бога! Не встиг прочистити яйця, як знов всі думку у політику.</i>	Декомпресія	Субтитри до серіалу «Гострі Картузи»
33	<i>Have you lost your fucking mind?</i>	<i>Ти зі сраного дуба впав?</i>	Декомпресія	
34	<i>Those fucking guns blew God right out of my head.</i>	<i>Ці срані батареї вибили Бога з моєї макітри.</i>	Декомпресія	
35	<i>It bloody won!</i>	<i>Цей сраний кінь переміг!</i>	Декомпресія	
36	<i>Bollocks.</i>	<i>Боже мій, ідіоти.</i>	Декомпресія	Субтитри до серіалу «Скінс»
37	<i>Cheers, Tony. My uncle wants to stone me to death now.</i>	<i>Ну дякую тобі, Тоні, тепер мій дядько мене вб'є.</i>	Декомпресія	
38	<i>I think so. I dunno.</i>	<i>Думаю так, хоча не знаю.</i>	Декомпресія	
39	<i>Come on, lad.</i>	<i>Хутчіш.</i>	Компресія	Субтитри до серіалу «Гострі Картузи»
40	<i>Come on, hurry up!</i>	<i>Нужбо!</i>	Компресія	
41	<i>Get up off your arse, you mumping pig!</i>	<i>Підіймай сраку, гівнюк.</i>	Компресія	
42	<i>Cos I asked the coppers on our payroll.</i>	<i>Попитав лягавих, яких ми з руки годуємо.</i>	Компресія	
43	<i>Get off with yer!</i>	<i>Згинь!</i>	Компресія	
44	<i>Holy sweet baby of Mary!</i>	<i>Свята Діва Марія!</i>	Компресія	
45	<i>I don't want to be always sneaking about.</i>	<i>Я не хочу постійно ховатися.</i>	Компресія	
46	<i>Bit of a whistle stop tour.</i>	<i>Маленька зупинка.</i>	Компресія	
47	<i>Oh, jesus wept.</i>	<i>О, Господи.</i>	Компресія	
48	<i>He's gotta pop his cherry and I've nominated you to help out.</i>	<i>Ти обіцяла допомогти Сіду з його незайманістю.</i>	Компресія	Субтитри до серіалу «Скінс»

49	<i>Wanna come to a party?</i>	<i>Підеши на тусу?</i>	Компресія	
50	<i>You get me?</i>	<i>Зрозуміло?</i>	Компресія	
51	<i>Meet us in the caff to plan.</i>	<i>Зустрінемося у кафе.</i>	Компресія	
52	<i>Sorry, bruv.</i>	<i>Вибач.</i>	Компресія	
53	<i>We go to the party and we get a girl catastrophically spliffed up.</i>	<i>Ми йдемо на вечірку, знаходимо накурену дівку.</i>	Компресія	
54	<i>And in that pub, there was a copper.</i>	<i>А у Пабі я зустрів лягавого.</i>	Компенсація	Субтитри до серіалу «Гострі Картузи»
55	<i>Right...I want a blow job off both of you</i>	<i>Я хочу, щоб ви обидві мені відсмоктали.</i>	Компенсація	
56	<i>We've no truck with Fenians or communists.</i>	<i>З Феніціанцями або комуністами ми не водимось.</i>	Компенсація	
57	<i>Fix bayonets!!!</i>	<i>Павуки!</i>	Компенсація	
58	<i>I need a piss!</i>	<i>Мені треба відлиту!</i>	Компенсація	Субтитри до серіалу «Скінс»
59	<i>You take me for a complete james blunt, don't you?</i>	<i>Ти мене за дурня маєш, вилонку?</i>	Компенсація	
60	<i>Little geek guy here!</i>	<i>До тебе якийсь намаханий.</i>	Компенсація	
61	<i>They'd have you up against a wall.</i>	<i>Тебе тут тільки ледар не затискатиме.</i>	Антонімічний переклад	Субтитри до серіалу «Гострі Картузи»
62	<i>I'm crap in the morning.</i>	<i>Вранці я не привабливий.</i>	Антонімічний переклад	Субтитри до серіалу «Скінс»
63	<i>Why you messin` my flow?</i>	<i>Не зв'язуйся зі мною.</i>	Антонімічний переклад	
64	<i>That would be so safe.</i>	<i>Було б непогано.</i>	Антонімічний переклад	
65	<i>The men who you touch your cap to.</i>	<i>Чоловіки, які і вас зіпсували своїм брудом.</i>	Описовий переклад	Субтитри до серіалу «Гострі Картузи»
66	<i>Blacker hearts still.</i>	<i>Заколотники з чорними серцями.</i>	Описовий переклад	
67	<i>They'll cut off your manhood and let you drain.</i>	<i>Вони відріжуть тобі прутні і будуть дивитися як ти істічеш кров'ю.</i>	Описовий переклад	
68	<i>So next time we do the powder trick it won't just be The Garrison.</i>	<i>Тож наступного разу на цього коня поставлять не тільки місцеві пральки.</i>	Описовий переклад	
69	<i>The town is awash.</i>	<i>Все місто стирчить, наче всі разом обкурились.</i>	Описовий переклад	Субтитри до серіалу «Скінс»

70	<i>A fucking cut in your wages!</i>	<i>Скорочують вашу зарплатню!</i>	Евфемістичний переклад	Субтитри до серіалу «Гострі Картузи»
71	<i>I left my fucking brains in the mud.</i>	<i>Я лишив свою голову в тих окопах.</i>	Евфемістичний переклад	
72	<i>Oh, fucking, bollocking, twat, fuck.</i>	<i>Щоб тобі повилазило.</i>	Евфемістичний переклад	Субтитри до серіалу «Скінс»
73	<i>Sodding, fucking, bollocky shit, wank. Where is the twat?</i>	<i>Все понаставляли тут, де моя дріль?</i>	Евфемістичний переклад	
74	<i>Jesus, dozy fuckers.</i>	<i>От же ж придурок.</i>	Евфемістичний переклад	
75	<i>I've seen a few nipples.</i>	<i>Я бачив достатньо дівок.</i>	Евфемістичний переклад	
76	<i>Isn't that bitching?</i>	<i>Хіба не здорово?</i>	Евфемістичний переклад	
77	<i>Wake up you lazy, bone-idle fucker!</i>	<i>Прокидайся, годі протирати ліжко, ледащо.</i>	Евфемістичний переклад.	
78	<i>Up! You complete and total fucking, sodding waste of fucking space!</i>	<i>Вставай, нікчемо, ти тільки повітря дарма псуєш!</i>	Евфемістичний переклад	
79	<i>Fucker.</i>	<i>Козел.</i>	Евфемістичний переклад	
80	<i>Billy's got a bloody army!</i>	<i>У Біллі срана армія!</i>	Дисфемістичний переклад	Субтитри до серіалу «Гострі Картузи»
81	<i>He nearly blew Ada's tits off.</i>	<i>Ледь Аді цицьки не вистелив.</i>	Дисфемістичний переклад	
82	<i>How do you know so bloody much?</i>	<i>І з якої сраки ти це вилупав?</i>	Дисфемістичний переклад	
83	<i>This whole bloody enterprise was women's business while you boys were away at war.</i>	<i>Всім цим сраним бізнесом керували жінки, поки ви, хлопчики, були на війні.</i>	Дисфемістичний переклад.	
84	<i>Bastard!</i>	<i>Мудило!</i>	Дисфемістичний переклад	
85	<i>A brute.</i>	<i>Бидло.</i>	Дисфемістичний переклад.	
86	<i>If I let the Italians do this, Danny.</i>	<i>Якщо я дозволю Макаронникам зробити це, Денні.</i>	Дисфемістичний переклад	
87	<i>And they won't get told to do this shit...</i>	<i>І їм не наказиватимуть робити того гівна...</i>	Дисфемістичний переклад	
88	<i>The girl who tells fortunes?</i>	<i>Дівчина, що наводить удачу?</i>	Відповідник	Субтитри до серіалу «Гострі Картузи»
89	<i>Arthur's mad as hell.</i>	<i>Артур злий як чорт.</i>	Відповідник	
90	<i>You was seen doing the powder trick.</i>	<i>Тебе бачили, як ти робив трюки з порошком.</i>	Відповідник	

91	<i>All right, shut up now. Shut up.</i>	<i>Гаразд, тиша. Тиша.</i>	Відповідник	
92	<i>Who reaps the rewards?</i>	<i>Хто отримав нагороду?</i>	Відповідник	
93	<i>Jesus, Tommy!</i>	<i>Господи, Томмі!</i>	Відповідник	
94	<i>The vicious...merciless gangs</i>	<i>Порочна і безжальна банда.</i>	Відповідник	
95	<i>It is my job to decapitate each one and by God I will do it!</i>	<i>І моя робота – обезголовити його і клянуся Богом, я це зроблю.</i>	Відповідник	
96	<i>Are you a whore?</i>	<i>Ти повія?</i>	Відповідник	
97	<i>That's how those bastards do things.</i>	<i>Бо так це роблять ці виродки.</i>	Відповідник	
98	<i>Don't bury me anywhere where there's mud. OK?</i>	<i>Не ховай мене в місцевому багні, гаразд?</i>	Відповідник	
99	<i>Bugger!</i>	<i>Чорт!</i>	Відповідник	
100	<i>Hey, sweetheart.</i>	<i>Любий.</i>	Відповідник	

Субтитри до серіалу «Скінс»

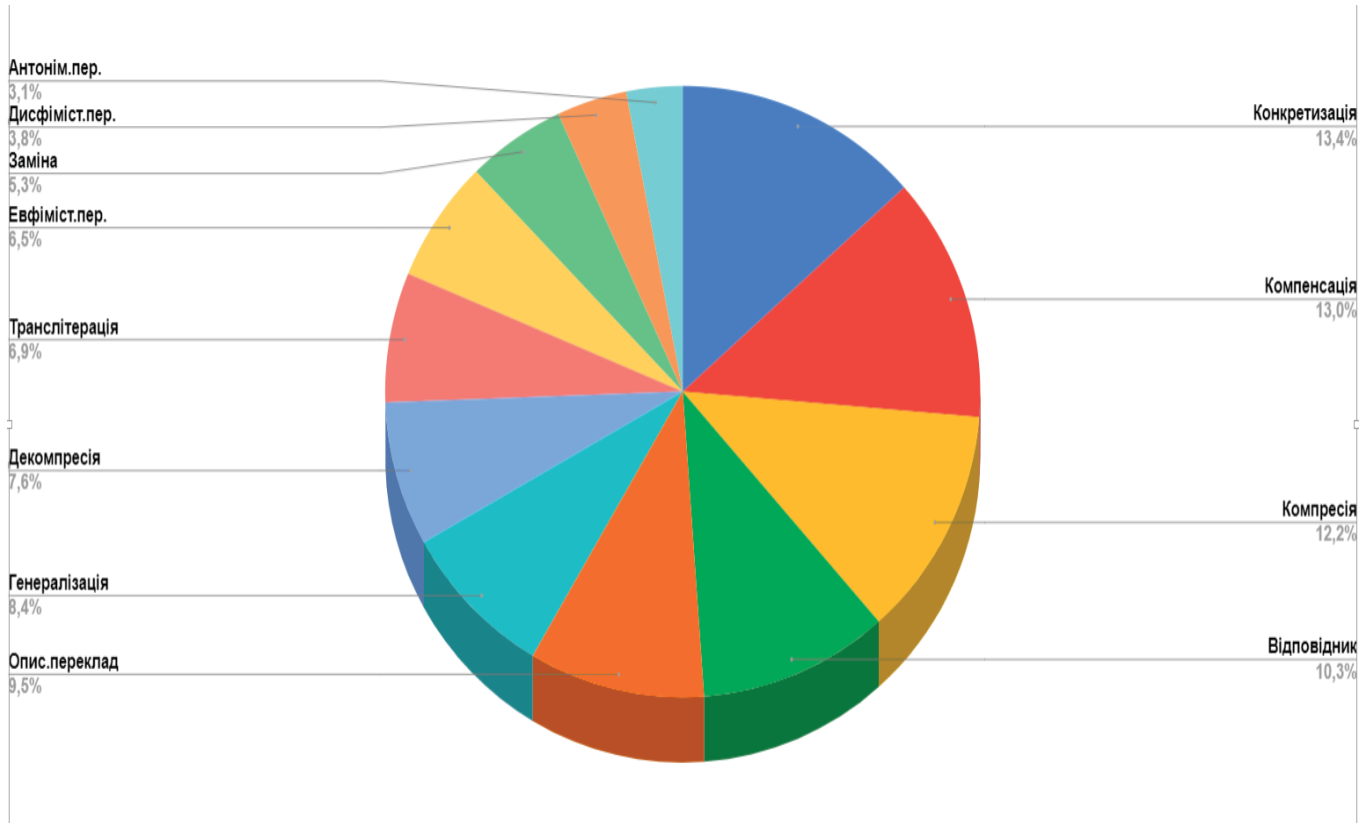
ДОДАТОК В

Способи перекладу сленгу в американських текстах субтитрів

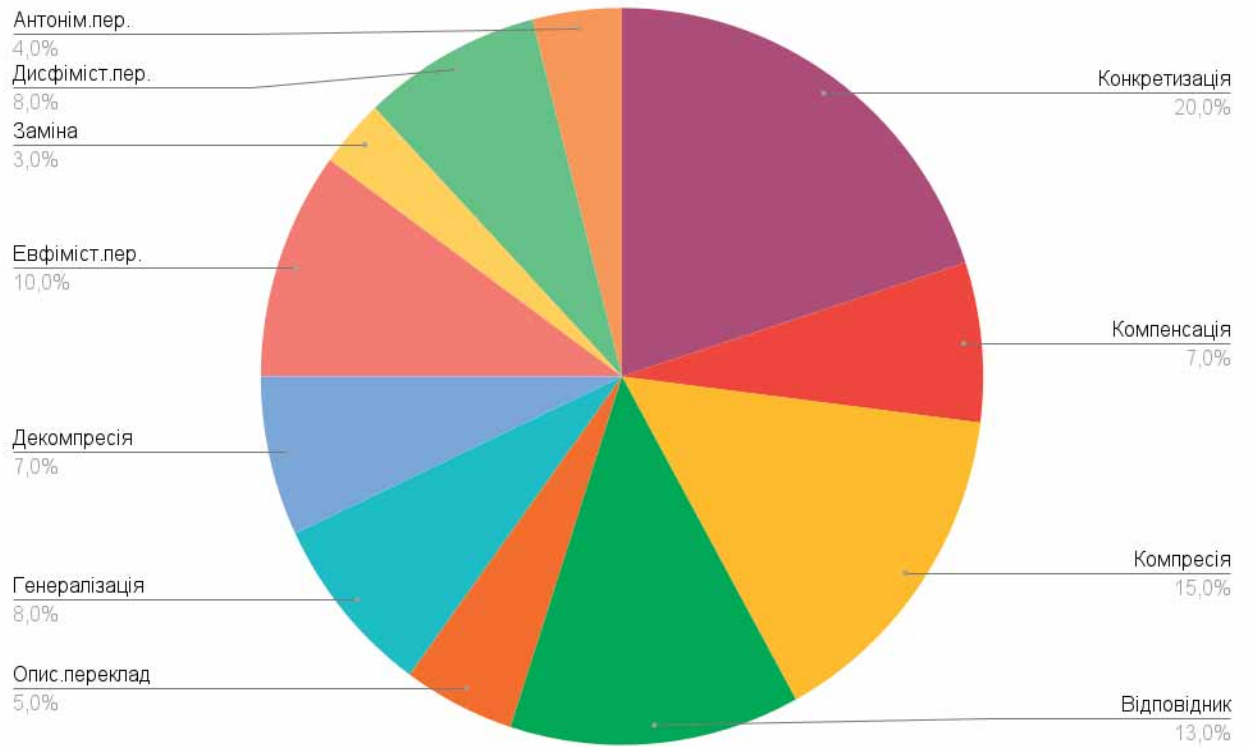
№	Оригінал	Переклад	Спосіб перекладу
1	<i>Bro, you are ready for football.</i>	<i>Бро, ти готовий до гри.</i>	Транслітерація
2	<i>Is he your boyfriend?</i>	<i>Він твій бойфренд?</i>	Транслітерація
3	<i>Follow me on Twitter and I'll do the same.</i>	<i>Фоллов мене у Твіттері, і я також.</i>	Транслітерація
4	<i>I made a pact with myself.</i>	<i>Я дала собі слово.</i>	Конкретизація
5	<i>What the hell is that idiot doing?</i>	<i>Якого біса цей довбень викаблучається?</i>	Конкретизація
6	<i>Are you up to a game?</i>	<i>Суперник не потрібний?</i>	Конкретизація
7	<i>Now brace yourself.</i>	<i>Тримайся</i>	Конкретизація
8	<i>Because Archie's swell.</i>	<i>Тому що Ярчі няшка.</i>	Конкретизація
9	<i>Game-changer. Archie got hot!</i>	<i>Це ве міняє, Ярчі став сексі.</i>	Конкретизація
10	<i>I'm filled with dread.</i>	<i>І це висаджує.</i>	Конкретизація
11	<i>There's the hottie we were with last night.</i>	<i>Отой вчорашній красунчик.</i>	Конкретизація
12	<i>In that case, mind putting in a word?</i>	<i>В такому випадку я йду в атаку?</i>	Конкретизація
13	<i>Well, at least until I...chose the rich kid.</i>	<i>Доки я не вибрала...багатія.</i>	Конкретизація
14	<i>Some people say it's retro, I say it's eternal and iconic.</i>	<i>Хтось думає, що це ретро, а я думаю, що це вічне і святе.</i>	Конкретизація
15	<i>Why the long face?</i>	<i>Чого такий кислий?</i>	Конкретизація
16	<i>So, what was the highlight?</i>	<i>Тож що хорошого?</i>	Генералізація
17	<i>Peace out, brother.</i>	<i>Бувай, бро.</i>	Генералізація
18	<i>To grab a drink.</i>	<i>Випити.</i>	Генералізація
19	<i>Well, you're a total smoke show now.</i>	<i>О, а зараз ти просто вау.</i>	Генералізація
20	<i>I'll rock his world.</i>	<i>Він мене не забуде.</i>	Заміна слідства причиною
21	<i>I know the crowd you ran with in New York.</i>	<i>У Нью-Йорку ти була інша.</i>	Заміна слідства причиною
22	<i>I don't want anything jeopardizing that.</i>	<i>Я не хочу, щоб все пішло димом.</i>	Декомпресія
23	<i>Oh, you are a sight for sore eyes.</i>	<i>Ти втіха для моїх очей.</i>	Компресія
24	<i>Is his Chock'lit Shoppe still open?</i>	<i>Його Шоко-Шоп ще працює?</i>	Компресія
25	<i>Don't rush this time, Betty.</i>	<i>Не поспішай, Бетті.</i>	Компресія
26	<i>I've tried every flavor of boy but orange.</i>	<i>У мене ще не було рудого хлопця.</i>	Компресія

27	<i>At Spence, I sat at the top of the Elites' pyramid.</i>	<i>У своїй школі я була найкращою.</i>	Компресія
28	<i>You should be the Queen Bey of this drab hive.</i>	<i>Ти маєш стати Бейонсе цієї глушини.</i>	Компресія
29	<i>Go ahead, the floor is yours.</i>	<i>Давай, вперед.</i>	Компресія
30	<i>I was the spoiled rich-bitch ice princess.</i>	<i>Я зіпсоване багате стерво.</i>	Компресія
31	<i>I'm not really in the headspace for a dance.</i>	<i>Мені зараз не до танцю.</i>	Компресія
32	<i>It's going to be nuts.</i>	<i>Божевілья.</i>	Компресія
33	<i>Oh, but sweetie, all boys are like Jason Blossom.</i>	<i>Сонце, всі хлопці як Джейсон Блоссом.</i>	Компенсація
34	<i>Betty and Archie aren't dating, but they are endgame.</i>	<i>Вони ще не пара, але от от стануть</i>	Компенсація
35	<i>And now, a reversal of fortune.</i>	<i>Фортуна мінлива.</i>	Компенсація
36	<i>My handle is @cherylbombshell.</i>	<i>Мій нік...</i>	Компенсація
37	<i>Ladies, where's the heat? Where's the sizzle?</i>	<i>Дами, аде пристрасть, де жар?</i>	Компенсація
38	<i>Usually, sophomores, they only play JV.</i>	<i>Зазвичай старшокласники грають у дублі.</i>	Компенсація
39	<i>Totally unacceptable, Archiekins.</i>	<i>Не відмазуйся, Арчику.</i>	Компенсація
40	<i>Make sure those two turtledoves come to my after-party.</i>	<i>Хочу, щоб ці голубки прийшли на мою вечірку.</i>	Компенсація
41	<i>Hey, maybe we can un-fill you with dread.</i>	<i>Може ми трохи тебе розвеселимо.</i>	Антонімічний переклад
42	<i>My mom was a clueless socialite</i>	<i>Моя мама не бачила нічого крім тусовок.</i>	Описовий переклад
43	<i>Whatever you've been dying to spew about Jason</i>	<i>Що ти хотіла сказати про Джейсона.</i>	Евфемістичний переклад
44	<i>Because you couldn't bully Betty into being a bitch?</i>	<i>Бо вона не послала тебе куди подалі?</i>	Евфемістичний переклад.
45	<i>Did you tap some cougar ass this summer?</i>	<i>Тр*хнув якусь мамцю цим літом?</i>	Дисфемістичний переклад
46	<i>I'm not kidding you, dude.</i>	<i>Я не жартую, чувак.</i>	Відповідник
47	<i>I'm in.</i>	<i>Я за.</i>	Відповідник
48	<i>But Betty's already got so much on her plate right now.</i>	<i>Але Бетті зараз дуже зайнята.</i>	Відповідник
49	<i>Rip me to shreds. Annihilate me.</i>	<i>Вбий мене, розірви на шматки.</i>	Відповідник
50	<i>What's up, Coach?</i>	<i>Що таке, тренере?</i>	Відповідник

Кількісний аналіз вживання перекладацьких трансформацій при перекладі сленгу в медіатекстах періодичних видань



**Кількісний аналіз вживання перекладацьких трансформацій при
перекладі сленгу в британських текстах субтитрів**



Кількісний аналіз вживання перекладацьких трансформацій при перекладі сленгу в американських текстах субтитрів

