УДК 811.22.96:183

Ю. В. Нестеренко

МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ ЯК ЗАСІБ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ЯВИЩ БУТТЯ АНГЛІЙЦІВ

У статті досліджено поняття молодіжного сленгу як засіб самореалізації та відображення світосприйняття англійців. Визначено роль сленгу в повсякденному житті молоді. Розглянуто погляди дослідників щодо визначення терміна "сленг". Наведено основні причини вживання молоддю сленгізмів і досліджено основні джерела поповнення англійського молодіжного сленгу. Визначено перекладацькі труднощі при перекладі молодіжного сленгового соціолекту англійців та описано основні способи його перекладу українською мовою.

Ключові слова: *молодіжний сленг, сленгізм, інтернет-сленг, соціолект, самоідентифікація.*

Молодіжний сленг – це найдинамічніший пласт мови, який визначається експресивністю, швидкістю формування та поширення, а також виходу з ужитку нових сленгізмів. Дослідження молодіжного сленгу дає перекладачеві можливість пізнати культурні особливості нації з метою винайдення найбільш відповідних аналогів та створення перекладу, який максимально передаватиме емоційну забарвленість тексту оригіналу.

Актуальність теми полягає в тому, що молодіжний сленг є віддзеркаленням самобутності молоді. Через вживання сленгу молоді люди намагаються досягти поваги серед однолітків, самовиразитися, а також відокремитися від дорослих – батьків, викладачів тощо. Формування сленгізмів також зумовлене потребою молоді в показі власного світосприйняття та емоційного стану. Таким чином, сленговий соціолект є засобом вербалізації буття молодих людей. Аналіз вживання молодіжного сленгу, джерел його поповнення, а також способів перекладу українською мовою зумовлює потребу в цьому дослідженні.

Дослідженням ролі сленгу в житті молоді, його використанням з метою самоідентифікації та джерел його поповнення займалися багато українських і зарубіжних учених, серед яких К. Еблє, А. Коваль, Т. Миколенко, Е. Партридж, Л. Ставицька, Ч. Фріз, В. Хомяков та ін. Огляд наукових публікацій з цих питань дав змогу зробити висновки про їх недостатню вирішеність, що зумовило доцільність подальшого дослідження цієї теми з метою визначення специфіки мовного відображення світобачення молодих англійців через вживання сленгізмів.

Метою статті є визначення потреби молоді у формуванні сленгізмів, у вживанні сленгу в повсякденному житті для вираження емоційного стану, ставлення до предметів, явищ тощо, а також основних способів перекладу молодіжного сленгу.

На жаль, єдиного визначення поняття "сленг" на сьогодні не існує, і кожен учений має своє бачення сленгу. Так, серед іноземних учених необхідно відзначити дефініцію Е. Партриджа. Провідний сленголог світу вбачає в сленгу наявні в розмовній сфері досить неміцні, нестійкі й некодифіковані, а іноді взагалі безладні й випадкові сукупності лексем, які відображають суспільну свідомість людей, що належать до певного професійного чи соціального середовища [6, с. 3]. Американський лінгвіст Ч. Фріз дотримується думки, що сучасний сленг має настільки широкі межі й використовується для позначення такої кількості понять, що майже неможливо достеменно визначити, що є сленгом, а що ні. Сленгізми часто визначають як ефемерні лексеми, які використовують певні соціальні групи (субгрупи), і яким притаманна швидка змінюваність [5, с. 52].

Одним із перших в англістиці до цього питання комплексно підійшов В. Хомяков, який визначає сленг як відносно стійкий у певний період, широко вживаний, стилістично маркований лексичний пласт (іменники, прикметники та дієслова, які позначають різноманітні побутові явища, предмети, процеси й ознаки), компонент експресивного просторіччя, який входить до літературної мови та є доволі неоднорідним за джерелами, ступенем наближення до літературного стандарту та має експресію [2, с. 43–44]. Не завжди повно пояснює значення терміна й українська довідкова література. Зокрема, дослідниця Л. Ставицька пропонує таке визначення: «Мовне середовище спілкування великої кількості людей, яке відрізняється від мовної норми, отримало найменування "сленг"» [1, с. 40].

Дослідження способів вираження буття молодих людей сприяють певною мірою поглибленню уявлень про природу сленгізмів. Молодь використовує сленгізми як спеціальну мову, яка дає можливість виокремити своє покоління. Сленг, особливо молодіжний, – доволі складна лексична категорія, яка зазвичай асоціюється з певними особливостями: неформальністю й нелітературністю, винахідливістю, ефемерністю, а також ототожненням зі специфічними групами.

Одна з основних особливостей молодіжного сленгу (slang із норв. sleng – лаятися), яку визначила К. Еблє під час аналізу студентського сленгу, є сприяння комунікації. Роль, яку сленг

© Нестеренко Ю. В., 2016

відіграє в стимулюванні комунікативної функції, позначається на його неформальності й подекуди жартівливості. Варто відзначити ще одну характеристику молодіжного сленгу – бунтарство, тобто завдяки сленгу молодь протидіє, стає в опозицію до фундаментальних соціальних цінностей, висловлює власну життєву позицію, яка може суттєво відрізнятися від загальноприйнятих правил [4, с. 36]. Як відзначає М. Баколц у дослідженні сленгового соціолекту, молодіжний сленг формується й уживається не стільки з метою протистояння дорослому світу та моральним цінностям старших поколінь, скільки з метою самоідентифікації й відокремлення себе від дорослих [3, с. 274–303].

У процесі дослідження молодіжного сленгу варто також приділяти увагу меті, яку переслідує молодь, вживаючи сленгові слова та вирази. Отже, насамперед, вживання сленгу молоддю націлене на самоідентифікацію. Певні соціальні чи професійні групи мають свій особливий сленг. Концепція відомого американського вченого П. Робертса визначає, що однією з основних причин вживання сленгу є бажання людей показати, що вони є членами певної групи, спільноти [7, с. 157–167]. Під час комунікації відбувається не тільки передача безпосередньо основного меседжу, а й внутрішнього світу й самосприйняття мовця. Через використання сленгу в мовленні молодь намагається виділитися з натовпу або, навпаки, підкреслити свою приналежність до певної групи, субкультури тощо. У цьому випадку можна провести аналогію з жаргоном окремої сім'ї, компанії, який дуже цінується носіями й робить групу людей згуртованішими, дає змогу відрізняти "своїх" від "чужих". "Спілкуючись одне з одним, ми виробляємо особливий субкод, який об'єднує нас, відокремлює від інших і є розпізнавальним знаком: ми – свої, ми належимо до одного середовища", – пояснює Л. Ставицька [1, с. 53].

Ще однією причиною, чому молодь використовує сленг, є вираження емоційного стану чи ставлення до предметів, явищ. Сленг відображає переживання, цінності й погляди молоді. На сьогодні в будь-якій країні світу молодіжний сленг не є повноцінною мовою, однак молодь постійно створює нові сленгізми для найменування або позначення свого ставлення до предметів, емоцій, явищ, станів тощо. Експресивна функція молодіжного сленгового соціолекту – одна з найважливіших, адже дає можливість впливати на емоційний стан співрозмовників. Таким чином, сленг являє собою не тільки засіб самоідентифікації, а й засіб віддзеркалення внутрішнього емоційного стану чи ставлення до чогось.

Спробуємо дослідити основні джерела поповнення молодіжного сленгу, серед яких можна виділити такі:

1. Однією з особливих рис молодіжного сленгу є його схильність до мовної гри, адже молодь часто використовує гру слів для формування нових сленгізмів. Схильність до каламбуру також відображає потребу молодих людей у самовираженні. Сленг, заснований на каламбурі, переріс в окремий вид, що має назву "римований сленг Кокні" – *Cockney rhyming slang.* Він з'явився в східній частині Лондона (*East End of London)*. Римований сленг – це форма сленгу, в якій слово заміщується римою, а в словосполученнях зазвичай заміщується друге слово. Наприклад, вираз "*use your loaf*" – походить від *loaf of bread* (буханка хліба), де *bread* римується із *head* (голова), тобто вираз можна перекласти, як "думай сам, вирішуй сам, воруши шарнірами" тощо. Римування є одним з найпоширеніших методів формування сленгізмів серед молоді в Англії. Наприклад, *trouble and strife = wife* – дружина; *dog and bone = phone* – телефон; *skin and blister = sister* – сестра; *Adam and Eve = believe* – вірити. Отже, речення "*Would you Adam it! My trouble's been on the dog 5 hours rabbiting to her skin!" (Would you believe it! My wife's been on the phone 5 hours talking to her sister!)* – "Уявляєш! Моя дружина щойно теревенила із сестрою 5 годин поспіль!" [8].
2. Ще одним прикладом сленгізму, який заснований на грі слів, є слово *brickberry,* яке є поєднанням двох слів *brick* (цеглина) і *berry* (ягода). Цей термін використовується молоддю як назва старого немодного телефону, який є тимчасовою заміною поламаному смартфону. Наприклад: *"It takes me ten minutes to type a text message on this brickberry now that my iPhone broke, but at least i get to play snake"* – "З цим горіхоколом/цією цеглиною змушений витрачати по десять хвилин, щоб написати смс. Айфон поламаний, ну хоч у змійку порублюсь" [8].
3. Сленгізмом *Brofessional (a professional bro)* називають друга, який дуже добре знається на тусовках і молодіжних розвагах. *We played the beerpong game and Brad just walked up, looked at the cup, and sank it in one shot. A true brofessional.* – "Ми грали в бірпонг, коли Бред просто підійшов і маханув цілий кухоль. Ото патімейкер!" [8].
4. Надання нового значення словам, які вже існують, їх гіперболізація чи надання комічного змісту. Наприклад, слово *banger* в стандартній англійській мові означає "сосиска", однак у сленговому лексиконі цим словом позначають авто, яке дуже старе й майже поламане, тобто "колимага, розвалюха".
5. Сленговий вираз *Bachelor Wash* – холостяцьке миття посуду – використовується для опису надшвидкого миття посуду без мийного засобу. Наприклад: *Since we were out of coffee cups, I bachelor washed the ones from breakfast and filled them up.* – "Оскільки у нас не було чистих чашок, я швиденько сполоснув ті, що залишились зі сніданку, і накаламутив кави" [8].
6. Інтернет також є потужним джерелом поповнення молодіжного сленгу. Глобальна комп'ютеризація і гаджетізація призводять до поширення текстового спілкування. Комунікація че-

рез Інтернет шляхом посилання текстового смс чи ведення бесід через спеціальні мобільні додатки сприяє формуванню інтернет-сленгу, який широко використовують у всьому світі. Основними цілями використання молоддю сленгового соціолекту в Інтернеті є такі:

а) вираз емоцій. Передача емоцій через текстові повідомлення – досить складне завдання. Саме тому молодь використовує спеціальні інтернет-сленгізми, акроніми, емотикони, які допомагають надати тексту емоційно-експресивного забарвлення та передати радість, сум, злість, збентеження тощо;

б) для прискорення комунікації. Спілкування в соціальних мережах або через смс вимагає більше часу, ніж звичайна розмова. Пришвидшення ритму сучасного життя також зумовлює появу інтернет-сленгізмів, за допомогою яких суттєво скорочується час на написання текстового повідомлення.

Молодь використовує значну кількість різноманітних сленгізмів у процесі комунікації через соціальні мережі, спеціальні мобільні додатки, електронну пошту або звичайні смс. Серед найбільш відомих і широко розповсюджених інтернет-сленгізмів:

– *ASAP (As Soon As Possible). This work has to be made asap.* – Ця робота потрібна якнайшвидше.
– *FYI (For your information)* – шоб ти знав. Наприклад:

Homer Simpson: "FYI, while you two were arguing i ate your breakfasts".

Lisa and Bart Simpson: "D'oh!"

Гомер Сімпсон: "Шоб ви знали, поки ви тут лаялись, я з'їв ваш сніданок."

Ліса і Барт Сімпсони: "Доу!".

– *KTHX (OK, Thanks)* – спасибі, спс. Цей сленгізм часто використовують для завершення нецікавої бесіди. Наприклад:

A: Hey, sup' bro?

B: KTHX.

А: Як життя, чувак?

В: Все норм, спс.

– *GR8* (скорочена форма слова *Great*) – чудово. Наприклад: *That looks gr8* – виглядає чудово.
– *OTOH (*акронім від *On the Other Hand)* – з іншого боку. Наприклад: *I don't really like chocolate. OTOH, it can really cheer me up when I'm feeling down.* – Я взагалі не люблю шоколад. З іншого боку, він піднімає мені настрій, коли я прижурюсь.
– *ROFL (*акронім від *Roll On the Floor Laughing)* – ржу не можу, бугага, піцстолом. Наприклад: *That joke left me ROFL!* – Я валявся з цього жарту [8].

Як бачимо, молодь вживає багато слегізмів для опису різних життєвих ситуацій, станів тощо. Їх адекватний переклад українською мовою дає змогу досягти того ж ефекту на цільову аудиторію, який здійснює текст оригіналу. З огляду на це завдання постає необхідність у формуванні коректного перекладу, який можливий тільки за умови правильно підібраного способу перекладу. Одним із основних і найефективніших способів перекладу молодіжного сленгу є пошук функціональних аналогів. Однак, зважаючи на територіальні, культурні та національні відмінності між англійцями та українцями, аналоговий переклад більшості сленгізмів суттєво ускладнюється. Ще однією перепоною при перекладі за допомогою функціонального аналога є те, що український молодіжний сленг перебуває на шляху становлення й потребує дослідження. У разі відсутності функціонального аналога перекладач може вдатися до описового перекладу. Однак сленг, особливо молодіжний, відзначається емоційно-експресивним забарвленням, яке при описовому перекладі втрачається.

Знайомство з доволі розлогим переліком наукової перекладацької літератури дає підстави визначити серед основних труднощів, з якими стикається перекладач у процесі перекладу молодіжного сленгу, такі:

– складність правильного декодування значення сленгізмів;
– відсутність функціональних аналогів до багатьох англійських сленгізмів, що призводить до потреби описового перекладу або формування нових слів для збереження стилістичної забарвленості;
– потреба в обізнаності щодо культурних, історичних, територіальних особливостей країни походження сленгу;
– швидкість заміщення одних сленгізмів іншими. Постійна поява нових сленгізмів призводить до швидкої популяризації одних слів і виходу з ужитку інших, через що ускладнюється можливість формування сленгового словника, який би містив актуальні вживані сленгізми.

Стосовно ж сучасного українського сленгу, то тут, попри значну його "зросійщеність", спостерігаємо процес "українізації", використання притаманних українській мові методів словотвору та адаптації іноземних слів до української вимови.

Висновки. Отже, підбиваючи підсумки вищесказаного, необхідно зазначити, що сленг – це невіддільна частина будь-якої мови. За результатами дослідження було зроблено такі висновки:

– по-перше, молодіжний сленговий соціолект являє собою найбільш рухливий мовний пласт, який змінюється під впливом сучасних технологій, кіноіндустрії, ЗМІ, діяльності популярних осіб тощо. Вживання сленгових слів молодими людьми відбувається внаслідок потреби в самовираженні й самоідентифікації. За допомогою сленгу молодь визначає свою приналежність до певної групи людей чи субкультури, а також відокремлює молоду людину від світу дорослих. Зважаючи на те, що останні схильні до емоційнішого вираження ставлення до чогось або опису власного стану, постає необхідність у вживанні сленгу для надання експресивності під час комунікації;

– по-друге, переклад англійського молодіжного сленгу українською мовою супроводжується певними труднощами, які здебільшого характеризуються складністю окреслення значення сленгізму, відсутністю функціонального аналога для перекладу, а також швидкістю появи в ужитку нових сленгізмів і зникнення інших.

Список використаної літератури

1. Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг. Соціальна диференціація української мови / Л. О. Ставицька ; [відп. ред. В. В. Німчук]. – Київ : Критика, 2005. – 464 с.
2. Хомяков В. А. Нестандартная лексика английского языка / В. А. Хомяков. – Москва : Либроком, 2010. – 138 с.
3. Bucholtz M. Word-Up: Social meanings of slang in California youth culture / M. Bucholtz // A cultural approach to interpersonal communication: essential readings. – Chichester : Wiley-Blackwell, 2012. – P. 274–303.
4. Eble C. Slang and Sociability / C. Eble. – London ; Chapel Hill : University of North Carolina Press, 1996. – 228 p.
5. Fries Ch. Introduction to American College Dictionary / Ch. Fries. – New York, 1947. – 358 p.
6. Partrige E. Slang To-Day And Yesterday / E. Partrige. – London : Routledge and Kegan Paul, 1970. – 484 p.
7. Roberts P. Slang and its relatives / P. Roberts // Aspects of American English / [ed. by E. M. Kerr, R. M. Aderman]. – New York : Harcourt, Brace & World, 1963. – P. 157–167.
8. Urban Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.urbandictionary.com/.

Стаття надійшла до редакції 04.11.2016.

Нестеренко Ю. В. Молодежный сленг как способ вербализации явлений жизни англичан

В статье исследовано понятие молодежного сленга как способ самореализации и отображения мировосприятия англичан. Определена роль сленга в повседневной жизни молодежи. Изучены научные взгляды исследователей относительно природы термина “слена”. Приведены причины употребления молодежью сленгизмов и исследованы основные источники пополнения английского молодежного сленга. Определены проблемы перевода молодежного сленгового социолекта англичан и описаны основные способы перевода на украинский язык.

Ключевые слова: *молодежный сленг, сленгизм, интернет-сленг, социолект, самоидентификация.*

Nesterenko Yu. Youth Slang as a Mean of Verbalizing British Life Phenomena

The article is concerned with the research of the term of youth slang as a method of self-actualization and representation of English’s personal world perception. The term of youth slang and its role in everyday life of young people is defined. The views of the researchers regarding the definition of the term “slang” are presented. The main reasons of the slang usage by youth are mentioned and the main sources of English youth slang enrichment are examined. The translation difficulties of English youth slang sociolect are determined and the main methods of its Ukrainian translation are described.

In this article, slang is examined as a method of the verbalization of English youth’s life being. Slang represents the most flexible language segment; however, so far there is no generally accepted definition of the term “slang” among researchers. Young people are notable for the evocative and emotional expression of their attitude. The necessity of slang formation and usage in routine life of youth is determined by the desire of self-actualization, respect among peers and separation from adults. Slang in youth speech is also used with the purpose of verbalization of personal’s world perception and emotional condition.

Slang is constantly developing and changing under the influence of modern technologies, film industry, media, famous people’s behaviour etc. The main sources of youth slang are described in this article. They include inclination of young people to word-play due to which the need in self-actualization is realized. The provision of existing words with the new slang meaning is also one of the methods of slang formation. Internet is another one of the slang formation sources. The usage of slang expressions in social media, mobile applications and during the SMS communication is determined by the necessity for conveying the emotions and attitude toward the subject matter and for the shortening of the typing time.

The main difficulties of youth slang translation are determined in the article. Among them is the complexity of slang decoding, the lack of functional analogs in the Ukrainian language, the necessity for reviewing the cultural, territorial and national peculiarities of the country, the ephemerality of slang. The research of slang, especially, youth slang, gives translators and interpreters an opportunity to become acquainted with the cultural peculiarities of the nation and, thus, to find the proper functional analog with the purpose of the adequate slang translation.

Key words: *youth slang, slangism, internet-slang, sociolect, self-identification.*