

*Пасекова Н.В.,  
кандидат филологических наук, доцент  
доцент кафедры теории и практики перевода  
Института иностранной филологии ТА ФГАОУ ВО «Крымский  
федеральный университет имени В.И. Вернадского»,  
Россия, г. Симферополь  
Варламова Ю.А.,  
студент магистратуры  
2 курс, Институт иностранной филологии  
ТА ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И.  
Вернадского»  
Россия, г. Симферополь*

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПЕРЕВОДУ  
СЛЕНГА (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕВОДА С АНГЛИЙСКОГО НА  
РУССКИЙ ЯЗЫК СЕРИАЛА “GOSSIP GIRL”)**

***Аннотация:** В данной статье рассматривается проблема определения сленга и взгляд на данное языковое явление разными лингвистами. Особое внимание уделяется американскому сленгу и его переводу, учитывая экстралингвистическую ситуацию. Целью данной работы является вычленение теоретико-методологических подходов к переводу сленга на материале исследуемого аудиовизуального текста.*

***Ключевые слова:** сленг, экстралингвистическая ситуация, сленговые слова, речевая общность, языковая ситуация.*

***Summary:** This article presents the problem of slang definition and the view of this linguistic phenomenon by different linguists. The specific attention is paid to American slang and its translation given the extralinguistic situation. The purpose of*

*this paper is the division into the theoretical and methodological approaches to the translation of slang on the material of the studied audiovisual text.*

**Key words:** *slang, extralinguistic situation, slang words, speech community, language situation.*

Понятие сленга, которое в современной лингвистике в последнее время встречается довольно часто в самых разных контекстах, вошло в научный обиход ещё в середине XVII ст. Изначально оно употреблялось на обозначение лексики воров и бродяг. Со временем этот термин расширил своё значение, выходя за грани определения на обозначение речи маргинальных слоёв населения. Однако до сих пор сленг рассматривается как социальный диалект, который характеризует тот или иной языковой коллектив. Лингвист А.Д. Швейцер [7] внёс ясность в данный вопрос. По его мнению, «речевая общность» – это группа индивидов, чья общность происходит из демографического и/или социального фактора и выявляет единый комплекс речевых особенностей. В свою очередь, «языковой коллектив» – это социально обусловленное взаимодействие особ, которые выявляют подобие языковых признаков. К тому же языковой коллектив отличается от других не набором языковых единиц, а потреблением их в речи.

Эрик Партридж [8], который долгое время занимался изучением специфики такого языкового явления как сленг, предложил собственное определение. Он считает, что сленг – это набор непрочных и некодифицированных систем, которые зачастую являются бессистемными. Вместе с тем, они презентуют ментальные особенности людей из одной социальной или профессиональной сферы. Также лингвист утверждает, что сленгизмы в повседневной жизни употребляются, чтобы стилистически окрасить высказывание.

В современных словарях встречается как минимум два определения сленга:

- 1) широко используемая лексика для неформального общения;
- 2) специфический язык субкультур.

Что касается американского сленга, стоит отметить, что в лексикографии США этот термин получил признание только в начале XX ст. Как и отечественные языковеды, зарубежные лингвисты до сих пор не сошлись в едином мнении относительно определения анализируемого понятия. Нередко в современной лексикографии понятия «жаргонизм», «вульгаризм», «социальный диалект», «просторечие» и «сленг» отождествляются. Этот факт демонстрируют многие словари зарубежных авторов, где с отметкой «сленг» подаются слова, которые нужно относиться к другим лексическим категориям. Например, лексема *needle*, перекочевало в военную сферу для обозначения сабли. Представители театра стали употреблять «*dark*» (букв. «тёмный») в значении «закрытый».

Что касается современной языковой ситуации, в публицистическом и художественном стилях сленговые слова и словосочетания употребляется без определённых обозначений, пометок. Такая вариативность и универсальность употребления усложняет процедуру разграничения сленга и других лексико-семантических категорий слов. В сложившейся ситуации следует брать во внимание экстралингвистическую ситуацию (факторы общения, участников, предмет коммуникации) и контекст.

На начальном этапе перевода сленга с исходного на родной язык необходимо заняться поиском сленговых аналогов в языке перевода. Аналог – это результат перевода по аналогии путём выбора одного из нескольких синонимов, подходящих по смыслу и стилистике. Эффективность этой методики заключается в том, что такими аналогами обладает каждый язык. Поэтому зачастую заимствованный из другого языка сленгизм воспринимается как иностранное слово.

*«... Five percent of some corporation's million bucks was worth more in a week than 500 percent of street-level shit» [6].*

*«... Пять процентов от корпорации, которая стоит миллион баксов, дадут ему в неделю больше, чем пятьсот процентов в год от какой-нибудь мелкой операции на улице» [6].*

Сленговое слово «*bucks*» означает «*dollars*». В русском языке лексема

«баксы» в значении «доллары» давно закрепились и не вызывает каких-либо трудностей восприятия.

Однако перевод сленга с английского на русский язык усложнён ещё и тем, что рамки определения этого понятия до сих пор остаются размытыми, то есть не всегда удаётся точно определить, к какому именно разряду сниженной лексики относится то или иное слово.

Наряду с методом аналогов популярен также приём переводческих трансформаций, который заключается в использовании непрямых способов перевода. Их основная функция заключается в создании лексически точного, адекватного перевода в том случае, если регулярные языковые соответствия отсутствуют.

При переводе сленгизмов и сленговых выражений переводчик принимает во внимание характер образа, цель его использования, чтобы понять, нужно ли его сохранять, или правильнее подобрать его адекватный эквивалент. Образная замена однозначно необходима в том случае, если наблюдается ассоциативное и/или лексическое несоответствие между переводом и оригиналом. В данном контексте переводчик обязан владеть художественно-литературными навыками и языковым чутьём, чтобы отыскать в русском языке такой образ, который бы не уступал исходному.

Однако использование этого метода оправдано только в тех случаях, когда в тексте оригинала присутствуют фразеологизмы шутливо-фривольного характера, которыми сейчас наполнена речь носителей английского языка.

*«Your nose is bleeding, lower, lower, lower...».*

*«Ваш магазин открыт час, другой, третий...».*

Презентуемое выражение («*Your nose is bleeding*») используется зачастую, когда кто-то хочет намекнуть, что у кого-то растёгнуты брюки. Как видим, в русскоязычной версии перевода фразеологизма образ носа заменяется образом длительное время открытого магазина.

Таким образом, становится ясно, что перевод художественных и кинопроизведений различается, однако для наглядного примера стратегий перевода

сленга используются литературные тексты.

### **ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ**

1. Бархударов Л.С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода. М.: Международные отношения, 1975. 190 с.
2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. 167 с.
3. Московцев Н. Вашу мать, сэр! Иллюстрированный словарь американского сленга. СПб.: Питер СПб, 2012. 384 с.
4. Хафизова А. А. Перевод разговорной и стилистически сниженной лексики на русский язык: семантико-стилистические аспекты // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Калининград. 2014. № 2. С. 90-98.
5. Хомяков В.А. Три лекции о сленге. М-во просвещения РСФСР, Вологод. гос. пед. ин-т. Вологда, 1970. 62 с.
6. Чайлд Л. Ловушка. - М.: Эксмо, 2009. - 480 с.
7. Швейцер А.Д. Современная социолингвистика. Теория, проблемы, методы. М.: Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2012.176 с.
8. Partridge E. Slang: Today and Yesterday. Prineville: Bonanza, 1961. 484 p.