

## КЛАСИФІКАЦІЯ СУЧАСНОГО АМЕРИКАНСЬКОГО СЛЕНГУ ТА ПІДХОДИ ДО ЙОГО ПЕРЕКЛАДУ

**Багацька Олена Вікторівна,**

кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри англійської філології та лінгводидактики  
Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка  
ORCID ID: 0000-0002-4443-1385

**Посна Альона Сергіївна,**

магістрантка  
Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка  
ORCID ID: 0009-0006-1462-7738

*У статті поставлено за мету дослідження класифікації та аналізу сучасного американського сленгу з урахуванням його лексико-семантичних особливостей, а також розгляд основних підходів до його перекладу. Дослідження класифікації американського сленгу є актуальним питанням з декількох причин. По-перше, сленг виконує не тільки комунікативну функцію, але й виражає та формує певні соціокультурні та ідентифікаційні аспекти, які характеризують групи осіб або підкультури в межах суспільства. Завдяки постійним трансформаціям сленг є важливим об'єктом дослідження, оскільки він сприяє розумінню динаміки мовної еволюції та соціокультурних трансформацій у сучасному суспільстві. Сленгові терміни, якими часто користуються в розмовній мові, можуть пройти процес асиміляції в загальнонаціональну мову та, внаслідок цього, втратити свою первинну експресивність. Тому терміни виходять з активного вжитку, або ж їхнє значення поступово забувається в лексичному арсеналі мови. Перетворення, що спостерігаються в сфері сленгу, представляють собою аспект, який залишається недостатньо дослідженим у науковій літературі. Нами було вивчено корпус сленгізмів загального американського сленгу за такими групами: стосунки між людьми; фізична діяльність; захоплення; людина та навколишній світ, при цьому в кожній групі, розглянуто окремі тематичні підгрупи; також було розглянуто класифікацію спеціального сленгу, який включає такі категорії: студентський сленг, підлітковий, військовий, футбольний сленг, морський та сленг автолюбителів. До кожної з цих категорій було підбрано відповідні сленгові одиниці та запропоновано найбільш ефективні способи їх перекладу. З'ясовано, що найпоширенішим способом перекладу є використання описового методу та еквівалентних відповідників, а саме застосування прийому простої підстановки (повний еквівалент) чи вибіркової підстановки (аналог).*

**Ключові слова:** сленг, класифікація, метод, переклад, еквівалент.

### ***Bahatska Olena, Posna Alona. Classification of modern American slang and approaches to its translation***

*The article aims at studying the classification and analysis of modern American slang, taking into account its lexical and semantic features, as well as at considering the main approaches to its translation. The study of the classification of American slang is an important issue for several reasons. Firstly, slang performs not only a communicative function, but also expresses and shapes certain socio-cultural and identification aspects that characterise groups of people or subcultures within society. Due to its constant transformation, slang is an important object of study, as it contributes to the understanding of the dynamics of linguistic evolution and socio-cultural transformations in modern society. Slang terms, which are often used in colloquial speech, can undergo the process of assimilation into the national language and, as a result, lose their original expressiveness. As a result, the terms fall out of active use, or their meaning is gradually forgotten in the lexical arsenal of the language. The transformations observed in the field of slang represent an aspect that remains insufficiently studied in the scientific literature. We have studied the corpus of slangisms of the general American slang in the following groups: relations between people; physical activity; hobbies; a man and the world around, with separate thematic subgroups in each group; we have also considered the classification of special slang, which includes the following categories: student slang, teenage slang, military slang, football slang, nautical slang, and motorist slang. For each of these categories, appropriate slang units were selected and the most effective methods of translation were offered. The most common methods of translation were found to be the descriptive one and that of equivalent correspondences, namely the use of simple substitution (full equivalent) or selective substitution (analogue).*

**Key words:** slang, classification, method, translation, equivalent.

**Вступ.** Сучасний американський сленг представляє собою різноманітний та живий лінгвістичний феномен, який відображає культурні, соціальні та технологічні зміни в сучасному суспільстві. Його розуміння та класифікація мають велике значення для лінгвістичних та культурологічних досліджень, а також для практичного перекладу та комунікації між різними культурними середовищами. Проте існує декілька значущих проблем, пов'язаних із сучасним американським слен-

гом: сленг є надзвичайно різноманітним та піддається швидким змінам. Ця динаміка створює проблему для класифікації та збереження актуальної лексики та фраз. Завдяки інтернету та глобалізації сленг легко поширюється по всьому світу. Ця глобальна відкритість створює нові виклики для класифікації та перекладу сленгових виразів у різних мовних середовищах. Деякі сленгові вирази тісно пов'язані із конкретними соціокультурними групами та підконтекстами. Розуміння цих зв'яз-

ків важливе для точного класифікування та перекладу сленгу. Вибір підходу до перекладу американського сленгу може бути проблематичним завдяки існуючим культурним та лінгвістичним відмінностям. Важливо визначити оптимальні стратегії перекладу та адаптації сленгу на українську мову.

Е. Партридж, видатний британський лінгвіст та фахівець у галузі дослідження сленгу, залишив глибокий слід у розумінні цього лінгвістичного явища. Він розглядав сленг як невід'ємну частину мови, визнаючи, що він існував протягом довгого часу і завжди відображав особливості та статус мови [9, с. 9]. Партридж, будучи одним із перших учених, які висвітлювали важливість сленгу, вивчав його коріння та культурно-історичний контекст, що підкріплювали динаміку розвитку цього неформального мовлення. Його спеціалізована праця *«A Dictionary of Slang and Unconventional English»*, опублікована в 1937 році, стала фундаментальним джерелом для дослідження сленгу. У наукових розвідках цілої низки авторів розкриваються підходи до визначення поняття сленгу та його основні характеристики [1; 2; 6; 8]. Вагомий внесок у дослідження сленгу внесли вітчизняні лінгвісти та науковці, зокрема, С. Мірошник та О. Панченко [3; 5], які вивчали лексичний склад та типологію сленгу, І. Онушкевич [4] розглянув підходи до перекладу сленгових одиниць.

**Мета** нашої статті полягає у дослідженні методик класифікації та аналізу сучасного американського сленгу з урахуванням його лексико-семантичних особливостей, а також у контексті сучасних підходів до його перекладу. Вказана мета передбачає виконання таких завдань: дослідити особливості та еволюцію зазначеного лінгвістичного феномену, визначити різні аспекти класифікації сучасного американського сленгу, а також розглянути практичні підходи до перекладу сленгових виразів та фраз на матеріалі *«The Routledge Dictionary of Modern American Slang and Unconventional English»*.

**Матеріали та методи.** Для класифікації сучасного американського сленгу та дослідження підходів до його перекладу був використаний корпус сленгових одиниць із словника *«The Routledge Dictionary of Modern American Slang and Unconventional English»*. Для класифікації сленгових виразів були визначені критерії, такі як тематичні групи, використання в певних соціокультурних контекстах, та інші лінгвістичні характеристики. Класифікація сучасного американського сленгу була здійснена на основі аналізу відібраних сленгових виразів та слів. Під час аналізу вирази були відсортовані за визначеними критеріями.

Для дослідження підходів до перекладу сучасного американського сленгу були використані методи еквівалентних відповідників, переклад з використанням стилістично-нейтральних варіантів, прийом генералізації, описовий метод, буквальный переклад, калькування.

**Результати.** Термін «сленг» має цікаву еволюцію свого значення протягом історії англійської мови. Перші джерела, де зустрічається цей термін у значенні *«language of a low or vulgar type»*, сягають 1756 року.

У цей період сленг асоціювався з мовою, яка використовувалася в маргінальних чи низьких групах суспільства, а також мала схильність до використання грубих або низькопристойних висловів [5, с. 190]. Згодом, у 1802 році, термін «сленг» набув інших відтінків значення і почав асоціюватися з «cant» (жаргоном) певного класу або періоду. Це означало, що сленг відображав особливий мовний код чи специфічний лексичний запас, який був характерним для певної групи або соціокультурного контексту [5, с. 191].

З 1818 року поняття сленг стало асоціюватися з *«language of a highly colloquial type»*, що розглядалася як нижчий рівень стандартної мови. В такому визначенні, сленг може включати як нові слова, які ще не стали частиною загальної мови, так і використання існуючих слів у спеціальному, нестандартному значенні [5, с. 191]. Ця еволюція терміна свідчить про поступове розширення його значення та визнання важливості цього явища у мові та культурі.

Партридж підкреслював, що використання сленгу завжди відображало прагнення робити мову більш живою та виразною. Однією з ключових мотивацій для використання сленгу було прагнення замінити складні та наукові терміни більш доступними та зрозумілими виразами [9, с. 20]. Це сприяло не тільки зближенню різних соціальних груп, але й зробило мову більш доступною для всіх верств суспільства.

В. Балабін, дослідник американського сленгу, зазначає, що «сленг – це ненормативна, неформальна, стилістично знижена мова, порівняно великого прошарку населення, яка використовується з метою здійснення певних мовленнєвих функцій, таких як експресивна, корпоративна, оціночна, евфімістична, і складається з одиниць сленгізмів, що мають різну лексико-графічну маркованість» [1, с. 37].

Сленг може бути розглянутий як рефлексія і відображення складного лексико-семантичного спектру мовної системи, який включає периферійні шари [2, с. 150]. Важливо відзначити, що ці периферійні шари є областями, де активність та варіативність мови досягають свого вищого рівня. Сленг являє собою лінгвістичний феномен, що відображає особливості комунікації та виразності, і втілює цей комплекс лексичних і семантичних рис, що є характерними для цих периферійних шарів мови.

За спостереженнями Л. Ставицької, сучасний сленг можна розглядати як своєрідного посередника між двома важливими аспектами мовної практики: інтержаргоном та розмовно-побутовою мовою, якою користуються широкі верстви населення [2, с. 75]. Сленг відзначається властивістю використовувати та втілювати лексичні засоби, які характеризуються стилістичним зниженням, іронією та гротеском.

На думку І. Аллена, сленг має кілька характеристик, які відрізняють його від загальної лексики та стандартної мови [6, с. 211]: 1) специфічність аудиторії: сленг є специфічним для певних груп або підкультур; 2) неформальність: сленг часто є менш офіційним і більш неформальним у порівнянні із стандартною мовою.

Він може містити в собі вирази та фрази, які вважаються грубими в загальному мовленні; 3) ідентифікація та приналежність: використання сленгу може вказувати на приналежність до певної групи або підкультури. Він допомагає встановити ідентичність та спільність серед членів групи; 4) експресивність: сленг може бути дуже експресивним та виразним у вираженні емоцій, відчуттів та ідей; 5) змінність: сленг є динамічним і постійно змінюється. Нові слова та вирази постійно виникають, а деякі стають застарілими або виходять з вжитку; 6) функціональність: сленг може виконувати різні функції, включаючи створення образів, підсилення спілкування в межах групи, або навіть вираження протесту чи антиконформізму.

Лексичне значення слова, включаючи денотацію та конотацію, грає важливу роль у формуванні і розумінні сленгу, вони допомагають розкрити багатогранність та виразність сленгових виразів [5, с. 192]. Денотація – це основне, буквальне значення слова, яке відображає його об'єктивну сутність. У контексті сленгу денотація визначає, які предмети, явища або концепції позначаються конкретними сленговими термінами. Наприклад, сленгове слово «*wheels*» має денотацію «автомобіль», і це є його об'єктивним значенням. Конотація, натомість, вказує на суб'єктивні асоціації, емоції та додаткові значення, пов'язані з словом [5, с. 192]. У сленговому вживанні конотація може бути більш важливою, оскільки вона дозволяє виразити відчуття, атмосферу, чи культурну ідентичність, які пов'язані з певними сленговими виразами. Наприклад, «*wheels*» може мати конотації, пов'язані зі статусом, свободою або автомобільною культурою, що виходить за межі його денотативного значення. Специфічні конотації сленгових слів можуть бути розпізнані та зрозумілі лише членами певних груп, що використовують цей сленг. Ці розмовні вирази мають сенс для тих, хто використовує їх у своїй рідній мові; але вони можуть становити справжні труднощі для тих, хто намагається перекласти їх іншою мовою.

Для перекладача, що має на меті досягнути максимальної адекватності перекладу, виникає завдання вдало впровадити різноманітні перекладацькі трансформації, щоб текст перекладу як можна точніше відтворював всю інформацію, що містить текст оригіналу, при цьому дотримуючись відповідних норм мови перекладу [4, с. 297]. Перекладач виступає посередником між автором тексту та читачем і має завдання передати намір автора та контекст написання. Використання сленгу може посилити стиль і тон написання, а його вилучення або пом'якшення може змінити сприйняття тексту читачем. Тому перекладач повинен знайти спосіб передати те, що мав на увазі автор, не змінюючи при цьому контекст і семантику тексту.

Переклад сленгу українською мовою може бути надзвичайно складним завданням із ряду причин: 1) багато сленгових виразів мають сильну контекстуальну залежність, і їхнє значення може варіюватися залежно від ситуації та співрозмовника. Це ускладнює точний переклад, оскільки перекладач повинен врахо-

увати контекст; 2) сленгові вирази відображають культурні особливості, стиль життя та цінності певної групи людей. Перекладач повинен враховувати ці аспекти та намагатися передати їх в перекладі; 3) сленг часто використовується для вираження тону та емоцій, і переклад таких виразів може втратити цей аспект. Перекладач повинен вміти відтворити емоційний відтінок у перекладі; 4) оскільки англійська мова та українська мова мають різні мовні структури та граматичні правила, деякі сленгові вирази важко адаптувати для українського контексту.

На думку І. Онушканича, переклад сленгу в найбільшому обсязі зазвичай виконується шляхом використання *еквівалентних відповідників*, стилістично нейтральних варіантів або просторічної лексики [4, с. 296]. Такий переклад вважається найвищим рівнем лінгвістичного збереження змісту оригіналу в перекладі. Ці лексеми, як перекладацькі одиниці, відіграють визначальну роль у формуванні сприйняття та розуміння тексту перекладачем. Вони стають основою і вихідним пунктом для подальшого перекладацького процесу. Проілюструємо це такими варіантами перекладів: *party animal* – завзятий гуляка; *conk out* – вибиватися із сил; *bug out* – списувати; *cram* – зубрити; *hang out* – тусити; *guy, dude, bro* – чувак, братан.

У випадках, коли вихідний текст містить сленгові вирази, для яких відсутні прямі еквіваленти в мові перекладу, перекладач зазвичай шукає *стилістично нейтральні варіанти*, які можуть передати загальний сенс сленгової одиниці [4, с. 297]. Цей метод ще можна назвати стилістичною компенсацією, яка зберігає контекст і значення, як в оригінальному тексті. Наприклад: *gig* – робота; *wallflower* – тишко, плохута; *lit* – весело, захоплює, класно.

У перекладі сленгу однією з характерних особливостей є використання *прийому генералізації*. Цей метод передбачає перетворення лексеми мови джерела, яка має вузьке чи специфічне семантичне поле, на лексему мови перекладу з більш широким семантичним спектром. У лексичному аспекті це проявляється як заміна часткового поняття загальним, а видового – родовим [4, с. 298]. Такий підхід дозволяє більш точно відтворити смисловий спектр оригіналу та забезпечити більш повне розкриття контексту та ідіоматичності сленгових виразів у перекладі. Наприклад: *pad* – житло, квартира; *bucks* – гроші; *threads* – одяг; *chow* – їжа.

Не менш важливим є *описовий метод* перекладу сленгізмів (прийом експлікації). Цей метод передбачає надання докладного пояснення та контексту для сленгового виразу, і особливо корисний у випадках, коли сленговий вираз не має прямого або точного еквіваленту в цільовій мові, або коли переклад націлений на аудиторію, яка може бути не знайома з оригінальним сленгом [4, с. 299]. Прикладами цього методу перекладу можуть бути такі одиниці: *binge-watching* – переглядання декількох серіалів чи фільмів підряд; *culture vulture* – людина, яка дуже цікавиться мистецтвом і культурою; *jetsetter* – людина, яка часто літає літаками в інші країни; *do-gooder* – людина, яка завжди готова допомогти іншим.



Інший метод перекладу сленгу, який заслуговує на увагу, – це буквальный переклад, що передбачає відтворення буквенного або фонематичного складу оригінальних виразів. Цей метод перекладу особливо ефективний у відношенні власних назв, географічних назв, імен та реалій, які відображаються на фонетичному та лексичному рівнях [5, с. 192]. До буквального перекладу входять такі підходи: 1) транслітерування, яке передбачає відтворення буквенного складу оригіналу з використанням літер цільової мови, що зберігають фонетичну структуру слова або виразу. Наприклад: *Roadster* – Родстер (легкий спортивний автомобіль з відкритим верхом); 2) транскрибування, при цьому підходить акцент робиться на збереженні фонематичної структури оригіналу, зокрема на звуках та їх послідовності, що дозволяє зберегти оригінальний звучання виразу. Наприклад: *loser* – лузер; *drama queen* – драмаквін; *punk* – панк.

Такий метод – калькування передбачає збереження буквенного або фонетичного складу оригіналу. Використовуються літери цільової мови, що зберігають фонетичну структуру сленгового виразу [5, с. 192]. Калькування допомагає зберегти фонетичну оригінальність, але може не завжди передавати точне значення сленгу. Приклади такого перекладу: *air head* – пуста голова; *bookworm* – книжковий черв'як; *free spirit* – вільний дух; *white privilege* – «білі привілеї»; *lone wolf* – «самотній вовк».

Класифікація сленгу, в свою чергу, є проблематичною та відзначається великою неоднозначністю. Порівнюючи класифікації сленгу та інших мовних варіацій, стає очевидним, що сленг виявляється більш імпліцитним через концептуальні та термінологічні перекриття, що характеризують його сутність. Передусім, сленг є складним лінгвістичним феноменом, який спільно існує з іншими мовними явищами, такими як жаргон та арго, з якими він має спільні риси та особливості. Поняття сленгу та його граничні межі є предметом дискусій, оскільки вони не завжди чітко визначені та інтерпретовані лінгвістами. Такі фактори як швидкі зміни в сленговому словниковому запасі, вплив різноманітних субкультур і соціокультурних факторів, а також міжмовні взаємодії, ускладнюють розробку універсальної класифікації сленгу.

На думку Елізи Маттіелло, існують два основних типи сленгу: спеціальний та загальний. При детальному аналізі загального сленгу можна запропонувати таке його визначення: це тип сленгу, який легко розуміється всіма шарами населення та не супроводжується складнощами у тлумаченні семантики конкретних лексичних одиниць [8]. Загальний сленг не підкреслює приналежності до конкретної групи. Слова загального сленгу представляють собою лексичні одиниці, що відзначаються образністю та вираженою емоційно-оцінною спрямованістю. Вони виходять за межі традиційної літературної мови та мають тенденцію до створення нових та оригінальних виразів. Ці слова здатні виступати у ролі синонімів для слів і фраз літературної мови, а також виражати унікальні відтінки смислу, які можуть бути недоступні в звичайній лексиці.

Сленг виступає як важливий засіб відображення способу життя та специфіки мовного колективу. У цьому контексті загальний сленг може бути класифікований на різні тематичні групи, відповідно до систематизації, запропонованої С. Мірошником [3, с. 134].

Нами були опрацьовані одиниці американського сленгу з «*The Routledge Dictionary of Modern American Slang and Unconventional English*» [7], які були поділені на певні лексико-семантичні групи, а кожна група на окремі підгрупи.

Тематична група «*стосунки між людьми*»: в цій групі сленг використовується для вираження та опису взаємодії, відносин і комунікації між людьми. У межах цієї групи ми виокремлюємо такі підгрупи:

– повсякденні взаємини між людьми [5, с. 192]: *hang out* – спілкуватись, перебувати разом, зустрічатись; *frenemy* – несправжній друг; *beat your chops* – розмовляти, говорити з кимось; *to snow* – дурити; *bromance* – міцна дружба між чоловіками; *blow off* – ігнорувати когось; *third wheel* – третя особа в компанії, яка заважає парі (третій зайвий); *squad* – компанія, банда друзів; *wingwoman* – сваха; *guy, dude, bro* і – чувак, братан;

– закоханість та романтика: *lovey-dovey* – сюсі-пусі; *heartthrob* – серцеїд; *puppy love* – дитяче кохання;

– конфлікти та розлучення: *breakup* – розлучення; *ghosting* – перестати відповідати на повідомлення без попередження; *It's complicated* – «Все складно» (складна ситуація в стосунках); *drama queen* – драмаквін; королева драми, людина, яка завжди створює драму; *make amends* – загладити провину, помиритися; *ex* – експартнер, колишній;

– відносини, побудовані на расовій дискримінації [5, с. 192]: *white privilege* – «білі привілеї» (переваги, які мають білі люди через свій колір шкіри); *chink* – жовтолиций (образливий термін щодо людей азійського походження); *white trash* – «білий непотріб» (буквально «біле сміття») – це принизлива расова і класова образа, що використовується в американській англійській для позначення бідних білих людей, особливо в сільських районах на півдні Сполучених Штатів; *Spic* – іспанець або мексиканець; *Honky* – білий; *bean-choker* – мексиканець, латино-американець.

Тематична група «*фізична діяльність*»: тут сленг використовується для позначення діяльності, пов'язаної з фізичними зусиллями та активністю. До цієї групи відносимо такі лексичні одиниці: *hit the gym* – йти в спортзал; *pumped up* – набути м'язової маси; *drag one's feet* – працювати повільно та без бажання; *get ripped* – мати видимі м'язи; *gym rat* – качок (людина, яка постійно проводить час у спортзалі); *fit as a fiddle* – бути в гарній фізичній формі; *conk out* – вибиватися із сил.

Третя група «*захоплення*»: в цій групі сленг відображає хобі людини та всі лексичні вирази, які пов'язані з вільним часом, та які є важливими для мовного колективу. До цієї групи відносимо такі сленгові вирази та слова: *nail it* – відмінно справлятися, досягати успіху; *hit the books* – вчитися, бути захопленим навчанням; *nut about something* – шалено захоплений чимось; *binge*

*watching* – переглядання декількох серіалів чи фільмів підряд; *in the zone* – занурюватися в захоплення чи роботу; *adrenaline junkie* – любитель екстремальних розваг; *culture vulture* – людина, яка дуже цікавиться мистецтвом і культурою; *gung-ho* – дуже енергійно та рішуче віддаватися справі чи захопленню.

Словникова група «людина та навколишній світ»: тут сленг використовується для вираження особистих спостережень, уявлень та сприйняття навколишнього світу. Цю тематичну групу можна також розділити на такі тематичні підгрупи:

– Особистість і характеристики: *cool cat* – крутий хлопець (позитивна характеристика); *bookworm* – книжний черв'як, книгоман (людина, яка багато читає); *party animal* – завзятий гуляка; *wallflower* – тишко, плохута (людина, яка не танцює, бо соромиться) або дівчина, яку не запросили танцювати; *class clown* – гуморист класу (особа, яка завжди розважає інших); *free spirit* – вільний дух (незалежна і свободолобна особистість); *tech geek* – фанат технологій.

– Робота і професії: *white-collar worker* – офісний працівник; *blue-collar worker* – робітник на заводі; *desk jockey* – офісний службовець; *bean counter* – фінансовий аналітик або бухгалтер.

– Споживачі та товари: *foodie* – гурман (любитель смачної їжі); *fashionista* – модниця; *tech-savvy* – особа, яка розуміється на технологіях; *threads* – одяг; *chow* – їжа.

– Відносини та спільнота: *social butterfly* – спільнота, яка легко ладнає з різними людьми; *Renaissance person* – на всі руки майстер (особистість, з широким спектром знань та навичок); *lone wolf* – «самотній вовк» (особа, яка вибирає самотність та незалежність); *jetsetter* – людина, яка часто літає літаками в інші країни; *do-gooder* – людина, яка завжди готова допомогти іншим.

Спеціальний сленг – це мова, якою користуються члени певної обмеженої соціокультурної чи вікової групи [3, с. 135]. Він специфічний для цієї групи та використовується щоб підкреслити приналежність до певної групи чи субкультури, показати соціальний статус, освіту, вік, специфічні інтереси тощо. Специфічний сленг може бути важкозрозумілим для тих, хто не входить в дану групу або не має відповідного контексту. На думку С. Мірошника, через приналежність людей до різних соціальних груп спеціальну сленгову лексику можна поділити на такі категорії [3, с. 135]:

– студентський сленг: *freshman (freshie, fresh meat, scrub)* – першокурсник; *cramming* – навчання в останню мить, судомне зубріння в ніч перед іспитом; *sophomore* – другокурсник; *dorm* – гуртожиток (студентське житло на кампусі); *grunt* – зубрила (студент, якому важливий диплом, а не знання); *Greek life* – університетське життя; *breeze* – легкий курс коледжу; *bursar's office* – фінансовий відділ; *pull an all-nighter* – працювати цілісеньку ніч; *prof* – професор; *bug out* – списувати; *zerology* – «непотрібні предмети»; *air head* – пуста голова;

– підлітковий сленг: *lit* – весело, захоплює, класно; *fam* – компанія або близькі друзі; *bae* – улюблена людина (кохана чи хороший друг); *YOLO (You Only Live Once)* – живемо лише раз (максимально

насолоджуйся життям); *savage* – безжалюгідний, рішучий (грубий, але впливовий); *swag* – стиль або характер (стильність або крутість); *punk* – панк; *dope* – класний, крутий; *OMG (Oh My God)* – омайгад (вираз враження або захоплення); *turn up* – розважатися або гуляти (проводити час весело); *on fleek* – в ідеальному вигляді або стані; *G.O.A.T. (Greatest of All Time)* – найкращий з усіх часів (найкращий у своїй категорії); *hundo* – стовідсотково; *ship* – відносини; *loser* – лузер;

– військовий сленг: *AWOL (Absent Without Leave)* – відсутній без дозволу; *Bravo Zulu* – молодець (похвала за відмінну роботу); *FUBAR (Fouled Up Beyond All Recognition)* – жажливо зіпсовано (до такого ступеня, що важко впізнати); *POW (Prisoner of War)* – військовополонений; *Semper Fi (Semper Fidelis)* – завжди вірний (девіз Корпусу морської піхоти США); *ammo* – боеприпаси для вогнепальної зброї; *camo* – камуфляжний (засіб маскування або одяг); *foxhole* – воєнний рив; *MRE (Meals Ready to Eat)* – готова до споживання їжа; *gunny* – старший сержант;

– футбольний сленг: *touchdown* – забитий гол; *blitz* – атака з перебігу (надмірна кількість гравців нападає на кількох гравців суперника); *Hail Mary* – молитва Марії (ризикована передача на завершальній фазі гри);

– морський сленг: *scuttlebutt* – чутки, розмови (інформація, яка розповсюджується серед моряків); *mess hall* – їдальня; *head* – туалет на кораблі; *All hands on deck* – усі на палубу (заклик до всіх моряків зібратися на палубі).

– сленг автолюбителів: *wheels* – автомобіль; *guzzler* – бензиножер (автомобіль, який споживає багато пального); *Roadster* – Родстер (легкий спортивний автомобіль з відкритим верхом).

Незважаючи на можливість формування кожною субкультурою власного мовного коду, важливо врахувати, що цей мовний код, з часом, може інтегруватися в загальний сленг. Це пояснюється тим, що кожна особа може бути активним учасником декількох субкультурних груп і, відповідно, використовувати різні варіанти внутрішньої мови або жаргону, які характерні для кожної з цих груп.

Не можна оминати той факт, що підбір сленгових виразів під кожен категорію є доволі суб'єктивним, адже багато залежить від особистого досвіду та сприйняття людини.

**Висновки.** Сучасний американський сленг є різноманітним і багатограним явищем, яке відображає культурні та соціальні особливості американського суспільства. Складність класифікації сленгу полягає в тому, що він є динамічним та змінним явищем, і відсутність загальноприйнятих критеріїв та однозначних визначень може ускладнювати процес його класифікації та аналізу. Враховуючи всі ці аспекти, переклад сленгу вимагає глибокого розуміння обох мов, культурних контекстів та специфіки сленгу. Перекладачеві необхідно знайти тонкий баланс між збереженням автентичності та зрозумілістю для цільової аудиторії. В нашій роботі ми дотримувались класичної типології на поділ сленгу на загальний та спеціальний, з виокремленням катего-

рій для класифікації. Варто зазначити, що подана класифікація сленгу не єдиним можливим варіантом, адже сленг можна характеризувати, беручи до уваги різні особливості і характеристики. Як показав наш аналіз, найпоширенішим способом перекладу американських сленгізмів є використання описового методу та еквіва-

лентних відповідників, а саме використання прийому простої підстановки (повний еквівалент) чи вибіркової підстановки (аналог). Перспективи подальшого наукового дослідження ми вбачаємо у виявленні функціональних особливостей сленгових одиниць у різних типах сучасного американського дискурсу.

#### Література:

1. Балабін В.В. Сленг у сучасній лінгвістиці: огляд літератури, присвяченої проблемам сленгу. Київ : ВІКНУ ім. Т. Г. Шевченка, 2001. 62 с.
2. Ставицька Л.О. Арго, жаргон, сленг. Київ : Критика, 2005. 464 с.
3. Мірошник С.О. Лексичний склад та типологія сленгу: мовознавчий аспект. *Науковий вісник ДДПУ ім. І. Франка. Сер. Філологічні науки*. 2019. № 12. С. 133–136.
4. Онушканич І.В., Штогрин М.В. Сленг як перекладознавча категорія: поняття, етимологія, способи перекладу. *Вісник Житомирського державного університету. Серія «Філологія»*. 2013. № 3. С. 296–300.
5. Панченко О.І. Лексико-семантична класифікація англійського молодіжного сленгу. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Сер. Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32(71). № 2. Ч. 1. С. 190–194.
6. Allen, I. L. *The City in Slang*. New York : Life and Popular Speech. *Oxford University Press*, 1993. 320 p.
7. Dalzell T. *Routledge Dictionary of Modern American Slang and Unconventional English*. *Taylor & Francis Group*, 2018.
8. Matiello, E. *An Instruction to English Slang*. Milano: *Polimetrica*. 2008. Vol 2. 320 p. URL: <http://surl.li/gieep> (дата звернення: 02.10.2023).
9. Partridge E. *Slang To-Day and Yesterday*. London: *Routledge & Kegan Paul*, 1993. 496 p.

#### References:

1. Balabin, V.V. (2001). *Slang u suchasni linhvistyty: ohliad literatury, prysviacheno problemam slenhu* [Slang in modern linguistics: a review of the literature on slang]. Kyiv: Taras Shevchenko University Press, 62 p. [in Ukrainian].
2. Stavitska, L.O. (2005). *Argo, zhargon, sleng* [Argo, jargon, slang]. Kyiv: Krytyka, 464 p. [in Ukrainian].
3. Miroshnyk, S. O. (2019). *Leksychnyi sklad ta typolohiia slenhu: movoznavchy aspekt* [Lexical composition and typology of slang: linguistic aspect] *Naukovyi visnyk DDPU im. I. Franka. Ser. Filolohichni nauky* [Scientific Bulletin of Ivan Franko State Pedagogical University. Philological sciences]. №12, pp. 133-136. [in Ukrainian].
4. Onushkanych, I. V., Shtohryn, M. V. (2013). *Sleng yak perekazoznavcha katehoriia: poniattia, etymolohiia, sposoby perekladu* [Slang as a Translation Category: Concept, Etymology, Methods of Translation] // *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu* [Herald of Zhytomyr State University]. Series "Philology". №3. pp. 296-300. [in Ukrainian].
5. Panchenko, O. I (2021). *Leksyko-semantychna klasyfikatsiia anhliiskoho molodiizhnoho slenhu* [Lexical and semantic classification of English youth slang] *Vcheni zapysky TNU im. V. I. Vernadskoho. Ser. Filolohiia. Zhurnalistyka* [Scientific notes of Vernadsky TNU. Philology. Journalism]. T. 32 (71). № 2. Ch.1. pp. 190-194. [in Ukrainian].
6. Allen, I. L. (1993). *City in Slang: New York Life and Popular Speech*. Oxford University Press. 320 p. [in English].
7. Dalzell, T. (2018). *Routledge Dictionary of Modern American Slang and Unconventional English*. Taylor & Francis Group. 905 p. [in English].
8. Matiello, E. (2008). *An Instruction to English Slang*. Milano: Polimetrica. Vol 2. 320 p. URL: <http://surl.li/gieep> (Last accessed 23.10.2023) [in English].
9. Partridge, E. (2017). *Slang: To-Day and Yesterday*. London: Taylor & Francis Group. 496 p. [in English].