

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет іноземних мов
Кафедра німецької мови і літератури з методикою викладання

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

_____ Мельничук Г.М.

„___“ _____ 2019 р.

Реєстраційний № _____

„___“ _____ 2019 р.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ
З СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИМ КОМПОНЕНТОМ
(НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОЇ ПРЕСИ)

Кваліфікаційна робота студентки
групи НАФ–14–М
ступінь вищої освіти «магістр»
спеціальності 014.02 Середня освіта
(Мова і література німецька)
Антонової Вероніки Георгіївни

Керівник: кандидат педагогічних наук,
доцент Карпюк В.А.

Оцінка:

Національна шкала _____

Шкала ECTS _____ Кількість балів _____

Голова ЕК _____

Члени ЕК _____

Кривий Ріг – 2019

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ВИСВІТЛЕННЯ ПОНЯТЬ «МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ» ТА «ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ» У СУЧАСНІЙ ЛЕКСИЧНІЙ СИСТЕМІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ | 6 |
| 1.1. Сутність і характеристика поняття молодіжного сленгу | 6 |
| 1.2. Особливості соціолінгвістичного компонента молодіжного сленгу | 21 |
| 1.3. Перекладацькі трансформації як один із засобів перекладу молодіжного сленгу | 28 |
| Висновки до розділу 1 | 32 |
| РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОЇ ПРЕСИ | 34 |
| 2.1. Класифікація складу молодіжного сленгу з соціолінгвістичним компонентом | 34 |
| 2.2. Функціонально-стилістичні особливості перекладу публіцистичного стилю | 41 |
| 2.3. Способи перекладу молодіжного сленгу на матеріалі німецької преси | 46 |
| Висновки до розділу 2 | 76 |
| ВИСНОВКИ | 79 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ | 83 |

ВСТУП

Знання мови – це найбільше надбання людського інтелекту, а досконале володіння мовою – предмет гордості та задоволення людини, незалежно від того, якої вона національності, віросповідання, яке має громадянство, освіту, в якому суспільстві їй випало жити. У сучасному глобалізованому світі значна увага приділяється дослідженню мов, зокрема, німецької мови.

Молодь найбільш жваво реагує на всі події у житті. Нові форми суспільних відносин у визначеній мірі відбиваються на молоді – соціально найбільш перспективному прошарку суспільства, мовна компетенція та мовленнєва поведінка якого багато у чому визначає напрямок розвитку й інших соціальних підсистем мови, у тому числі розмовної та літературної мови.

Молодіжний сленг як повсякденна мова спілкування молоді є своєрідним показником їх рівня розвитку, інтересів, смаків та потреб. Найбільшою мірою до впливу і змін схильна мова студентської молоді. Проблема виникнення великої кількості сленгізмів та їх впливу на літературну мову є однією з центральних тем мовознавства, одна з актуальних проблем, що стоять перед сучасною лінгвістикою.

Молодіжна лексика підхоплює і відображає нові явища і сама змінюється в процесі їх перетворень. Поява у мовленні великої кількості слів, сленгових лексичних одиниць та їх використання в різних соціальних групах впливає на підвищення інтересу до вивчення німецької мови, перекладацьких трансформацій під час перекладу німецькомовної молодіжної лексики українською мовою.

Інтерес до аналізу молодіжних лексичних одиниць на матеріалі німецької преси зумовлений, передусім, тим, що молодіжна лексика має свої, не характерні для літературної мови особливості, а також тим, що здійснює вплив на розмовну мову, а отже, на загальномовний стандарт.

У сучасній лінгвістичній науці та у перекладознавстві неодноразово розглядались питання про поняття «молодіжний сленг», його класифікації, а також соціолінгвістичний компонент молодіжного сленгу такими дослідниками: Л. Антошкіна, О. Ахманова [31], Н. Валгіна [9], І. Гальперін [11], А. Домашнєв [15], Г. Іванова [17], В. Хомяков [39], Ю. Шемчук [43], J. Androutsopoulos [46], J. Beneke [49], P. Braun [50], N. Dittmar [56], H. Ehmann [57], C. Müller-Thurau [67], E. Neuland [68], E. Partridge [71], U. Pörksen [72], M. Reinke [73], T. Schippan [75], P. Schlobinski [76] та ін.

У перекладознавстві тема способів перекладу німецького молодіжного сленгу є також актуальною. Її вивченням та питаннями перекладацьких трансформацій взагалі займались вчені: А. Архипов [5], Л. Бархударов [6], Т. Кияк [18], В. Комісаров [19], С. Максимов [23], Р. Мін'яр-Белоручев [24], О. Огуй [18], Я. Рецкер [28], О. Семенов [30], Н. Henne [62], W. Koller [64], P. Schlobinski [76] та ін. Функціонально-стилістичній проблемі перекладу публіцистичного стилю приділяли увагу такі науковці: І. Алексєєва [2], І. Арнольд [3], І. Гальперін [11], Ч. Цзе [41], Е. Riesel [74] та ін.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що процес розвитку будь-якої мови не стоїть на місці. Лексична система мови постійно поповнюється і потребує нових лексичних одиниць для найменування предметів та об'єктів оточуючої дійсності, існуючих на момент їх виникнення.

Мета дослідження полягає у розкритті сутності поняття «молодіжний сленг» та виявленні особливостей соціолінгвістичного компоненту молодіжного сленгу та способів його перекладу на основі матеріалів німецької преси.

Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати такі **завдання**:

– проаналізувати лінгвістичну літературу з теми дослідження та з'ясувати сутність понять: «молодіжний сленг» та «перекладацькі трансформації»;

– визначити особливості соціолінгвістичного компоненту молодіжного сленгу;

- відібрати, систематизувати та проаналізувати молодіжні сленгові лексичні одиниці;

- виявити функціонально-стилістичні особливості перекладу публіцистичного стилю та особливості застосування перекладацьких трансформацій;

- встановити особливості перекладу молодіжного сленгу на матеріалі німецької преси.

Об'єкт дослідження: молодіжний сленг німецької мови з соціолінгвістичним компонентом.

Предметом дослідження є специфіка використання перекладацьких трансформацій в процесі перекладу молодіжного сленгу з соціолінгвістичним компонентом на матеріалі німецької преси.

Практичне значення одержаних результатів визначається можливістю використання його основних положень та результатів у навчальному процесі, а саме: у курсах лексикології, стилістики, соціолінгвістики, загального та порівняльного мовознавства, теорії та практики перекладу з німецької мови, для поглиблення знань молодіжного сленгу німецької мови з соціолінгвістичним компонентом.

Мета і завдання роботи визначили обрання таких **методів дослідження**:

- критичний аналіз сучасних німецьких публіцистичних текстів та перекладацької, лінгвістичної літератури, присвяченої проблемі перекладу молодіжного сленгу;

- метод аналізу словникових дефініцій;

- метод суцільної вибірки лексичних одиниць молодіжного сленгу;

- метод узагальнення та систематизації досліджуваного матеріалу й отриманих результатів.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаної літератури, який налічує 80 найменувань. Загальний обсяг роботи становить 90 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНЕ ВИСВІТЛЕННЯ ПОНЯТЬ «МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ» ТА «ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ» У СУЧАСНІЙ ЛЕКСИЧНІЙ СИСТЕМІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

1.1. Сутність і характеристика молодіжного сленгу

Безумовно, молодіжний лексикон змінюється так швидко, як і все, що пов'язане з життям молоді. Нові молодіжні лексеми швидко стають популярними та досягають рекурентності не тільки у внутрішньо групових мовних контактах. Часто їх популярність зумовлює вихід у сферу міжгрупової та загально-соціальної комунікації. Проте ця популярність так само швидко спадає, новизна та актуальність образного висловлювання зникає, а багато молодіжних слів продовжують жити лише у спеціальних словниках.

У сучасній лінгвістиці не існує єдиного підходу до визначення поняття «молодіжний сленг». Сьогодні процес теоретичного вивчення молодіжної лексики викликає інтерес у багатьох як українських, так і зарубіжних учених. Цю проблему вивчають такі мовознавці: Л. Антошкіна [35], О. Ахманова [31], Е. Береговська [7], Н. Валгіної [9], І. Гальперін [12], А. Домашнев [15], Г. Іванова [17], В. Хомяков [39], О. Христенко [40], Ю. Шемчук [43], J. Androutsopoulos [46], J. Beneke [49], P. Braun [50], N. Dittmar [56], H. Ehmann [58], H. Elsen [60], A. H. Buhofner [52], H. Löffler [66], C. Müller-Thurau [67], E. Neuland [68], E. Partridge [71], U. Pörksen [72], M. Reinke [73], T. Schippan [75], P. Schlobinski [76], N. Wiggermann [79] та ін.

Учені дотримуються спільної думки, що мова – явище соціальне, тому для неї звичним і зрозумілим є відображення диференціації соціальних ролей і соціально-групових симпатій та антипатій. Суб'єктивний аспект міжособистісних стосунків у німецькому соціумі відображається у мові,

особливо на її субстандартному рівні, акумулюючись у досить великий пласт розмовно-побутової лексики.

Вітчизняні та зарубіжні германісти традиційно називають жаргон німецькомовної молоді Німеччини, Австрії та Швейцарії молодіжною мовою (Jugendsprache), також застосовуються й інші визначення: Jugenddeutsch [80], Sprechweise der Jugendlichen [63], Jugendslang [46], Szenesprache [53]. Проте лінгвісти Н. Henne [62] та Е. Neuland [68] дотримуються думки, що терміни «сленг» (Jugendslang) і «жаргон» (Jugendjargon) містять негативний відтінок, тому застосовують термін «молодіжна мова» (Jugendsprache).

Дослідники J. Beneke [49], Р. Braun [50], N. Dittmar [56] у своїй сукупності молодіжні мовленнєві форми також називають «молодіжна мова» (Jugendsprache), при цьому вона сприймається як варіант молодіжного мовлення, що утворюється, як правило, у великих містах (Jugendspezifische Ausprägungen der Stadtsprache).

U. Pörksen [72] розглядає Jugendsprache як варіант німецької мови. Н. Henne звертає увагу на гетерогенність мовного варіанту. Для нього молодіжна мова – це молодіжний стиль групи (мовна, музична та інша потреба у вираженні, як, наприклад, одяг), мова, що виходить за рамки мовлення, але менше писемної мови. Він вважає, що молодіжна мова – ігрова вторинна структура, тому що передумовою вона має літературну мову [79, с.9]. А. Домашнев [15] натомість вважає доцільним визначати молодіжні мовленнєві форми як «молодіжний жаргон». Не однаково названі молодіжні мовленнєві форми соціолінгвістами включаються до складу різновидів розмовно-побутової мови, що відомі під загальною назвою «спеціальні мови» (Sondersprachen).

Розглядаючи спеціальні мови (Sondersprachen), лінгвісти Е. Agricola, W. Fleischer, Н. Protze [45] підкреслювали, що термін «мова» щодо утворень, про які йдеться, використовується лише умовно й не повинен призводити до помилкових тлумачень, оскільки маються на увазі не окремі мови зі своєю загальною системою та структурою, а набір спеціальних засобів лексичного

й словотвірного характеру, що за своїм змістом належать до різних галузей спеціальної лексики (Sonderwortschatz).

З погляду російської дослідниці Н. Валгіної, диференціація лексики, що належить до жаргону, аргю та сленгу, має розмиті кордони, часто пересічні. Мабуть, тому не диференційовані й самі терміни, нерідко значення одного терміна визначається через інший [9, с.124].

Таку ж думку має українська дослідниця Л. Антошкіна [35], говорячи, що «арго й жаргон, сленг часто вживаються як синоніми. Однак, доцільно розмежовувати поняття, що стоять за цими термінами: аргю – це, на відміну від жаргону, так чи інакше, таємна мова, створювана спеціально для того, щоб зробити мовлення даної соціальної групи незрозумілим для сторонніх осіб. Аргю – це мова кримінальної субкультури» [35, с.76].

Далі вона пояснює, що «під сленгом розуміють різновид розмовної мови, оцінюваний суспільством як підкреслено неофіційний. Існує відмінна від норми сфера усного спілкування, що об'єднує велике коло людей. Саме це поняття отримало найменування сленгу. Сленг запозичує лексеми з аргю та жаргонів, метафорично розширюючи їхні значення; отже, є спільні риси, що зближують жаргон і сленг: це метафоричність, домінування репрезентативної, а не комунікативної функції» [35, с.80].

Сьогодні існує багато підходів до визначення поняття сленг. Наприклад, «Словарь лингвистических терминов» О. Ахманової зазначає, що «сленг – 1. Разговорный вариант профессиональной речи. 2. Элементы разговорного варианта той или другой профессиональной или социальной группы, которые, проникая в литературный язык или вообще в речь людей, не имеющих прямого отношения к данной группе лиц, приобретают в этих разновидностях языка особую эмоционально-экспрессивную окраску (особую лингвостилистическую функцию)» [31, с.408].

В. Хомяков зазначає, що вперше термін сленг зі значенням «мова низького вульгарного типу» був використаний у 1756 р. У своїй праці «Три лекції про сленг» В. Хомяков визначає сленг як особливий периферійний

пласт нелітературної лексики і фразеології, при цьому він виокремлює два поняття: загальний сленг та спеціальний. На думку вченого, загальний сленг – це відносно стійкий для певного періоду, широко розповсюджений і загальнозрозумілий шар нелітературної лексики і фразеології в середовищі живої розмовної мови (інколи з фонетичними, морфологічними і синтаксичними особливостями), достатньо неоднорідний за своїм генетичним складом і ступенем, наближений до літературної мови, який має яскраво виражений емоційно-експресивний оціночний характер, що часто є протестом-насмійкою проти соціальних, етичних, естетичних, мовних та інших умовностей та авторитетів. Спеціальний сленг, за визначенням В. Хомякова, – це специфічна лексика і фразеологія соціальних жаргонів і аргі кримінального світу [39, с.8].

Такої ж думки дотримуються Е. Partridge та його послідовники J. Greenough і G. Kittredge, визначаючи сленг як існуючі в розмовній сфері вельми неміцні, нестійкі, некодифіковані, а нерідко й зовсім безладні та випадкові сукупності лексем, що відображають суспільну свідомість людей, які належать до певного соціального або професійного середовища [22].

Натомість мовознавець Д. Розенталь у своїй праці «Словарь-справочник лингвистических терминов» наголошує, що терміни «сленг», «жаргон» і «арго» вживаються як синонімічні: «сленг – слова и выражения, употребляемые лицами определенных профессий или социальных прослоек. Сленг художников. Сленг моряков» [32, с.257].

Проте Т. Schirpan відокремлює ці поняття і характеризує сленг як специфічний спосіб спілкування, властивий певній групі людей, який виражається високим рівнем експресивності та невимушеності, які доходять інколи до вульгаризму, сленг – це феномен живої і рухливої мови, яка йде в ногу з часом і реагує на будь-які зміни у житті суспільства [75].

У нашому дослідженні ми будемо дотримуватися точки зору І. Гальперіна, який розглядає поняття сленгу як англійській еквівалент та синонім до терміну жаргон. Учений наголошує, що жаргон має соціальну, а

не місцеву приналежність, є кодовою системою, якій відповідає певне словникове значення. Сленг, на відміну від жаргону, не потребує трактування. Це не секретний код. Його без проблем розуміють ті люди, які говорять на певній мові, але сприймають вживання цих слів, як щось не зовсім буденне або ж як спотворення нормальної мови [13].

У своїй статті «Про термін «сленг»» мовознавець доводить, що сленг – це пласт лексики і фразеології, що проявляється у сфері живої розмовної мови як розмовні неологізми, які легко трансформуються у шар загальноприйнятої розмовної літературної лексики [11, с.114]. Проте треба зазначити, що І. Гальперін вважає, що жаргон може стати сленгом, оскільки він може стати загальноновживаним, а отже позбавитися своєї таємничості й засекреченості [13].

Щодо питання класифікації молодіжного сленгу, існують різноманітні підходи і методи. Тематична класифікація вітчизняних мовознавців О. Огуя та С. Маринчиної, що наводиться О. Поздняковим, є не дуже розгорнутою і досконалою, в ній виокремлюються вісім тем, за якими групується молодіжний сленг:

- 1) привітання;
- 2) відносини/коло друзів;
- 3) вислови здивування й захоплення;
- 4) дівчата/жінки;
- 5) хлопці/чоловіки;
- 6) сексуальне життя;
- 7) неформальні групи;
- 8) наркотики [26, с.55–56].

Проте О. Кондратюк зазначає, що сленг (шкільний, студентський) використовується у різному середовищі: в оточенні людей, що мають справу з комп'ютерами, цікавляться автомобілями, захоплюються музикою. Також, на думку дослідника, власний сленг мають книголюби, газетярі, спортсмени та ін. [20].

У результаті вивчення різних поглядів на основні функції, які виконує молодіжний сленг, нами було встановлено, що у сучасній лінгвістиці не існує одноставної думки щодо цієї лінгвістичної проблеми.

З погляду Г. Іванової [17, с.133], молодіжний сленг має три функції:

- комунікативна;
- номінативна;
- когнітивна.

Натомість Г. Краморенко [21] додає молодіжному сленгу й інші функції:

- конспіративна;
- розпізнавальна;
- світоглядна;
- сигнальна;
- комунікативно-емотивна;
- функція психологічного розвантаження.

Найбільш повну характеристику молодіжного сленгу з погляду його функціонального навантаження дає М. Солодкий [33]:

1) когерентна функція – функція вигуків і слів-заповнювачів мовленнєвих пауз, « зв'язки» мовлення в єдине мовленнєве ціле;

2) дейктична функція зниженої лексики – функція вигуків ситуативних позначень предмета розмови або адресата мовлення проявляється в неофіційному спілкуванні або у виробничій ситуації;

3) номінативна функція – називання реалій дійсності;

4) інвективна функція – образлива;

5) психологічна функція, де знижена лексика виступає як засіб розрядки психологічної напруги індивіда;

6) експресивна функція – знижена лексика виступає як досить сильний експресивний / стилістичний засіб, щоб оживити, зробити більш емоційною мовою того, хто говорить;

7) ідентифікаційна функція – лексика виступає в якості коду-сигналу оточуючим, що той, хто говорить, органічно вживає знижену лексику і фразеологію, – свій. Найчастіше цю функцію виконують жаргонізми;

8) естетична функція зниженою лексики знаходить своє застосування не в усній комунікації, а в літературі – реалізація естетичної функції «неканонізованої мови» в художньому тексті [33].

Щодо питання причин появи та зародження молодіжної мови існують різноманітні підходи і методи. Але, на нашу думку, найбільш всебічно представлено їх у класифікації Н. Ehmman [59]:

1. Аспект протесту (*Der Protestaspekt*). Майже завжди протест є рушійною силою у вчинках молоді. Отже, необхідно створити «свою» мову щоденності та бути зрозумілим лише у своїх колах. Свою мову вони використовують як інструмент протесту проти архаїчної мови «предків», яких на своїй мові називають *Dinos* (динозаври), що підтверджує судження молодого покоління про застарілість світу дорослих.

2. Аспект відмежування (*Der Abgrenzungsaspekt*). Багато підлітків намагаються виокремити себе за допомогою мови, щоб «отримати допуск» до свого світу і бути краще «прийнятими серед своїх». Проте ці спроби за сучасних умов майже завжди закінчуються фіаско, оскільки сучасні дорослі дуже швидко реагують на зміни та інтегруються у молодіжне оточення. Відмежування потрібне молоді насамперед для втручання в сексуальну сферу та задля спілкування на цю тему на зрозумілій лише «між своїми» мові.

3. Аспект аутентифікації (*Der Aspekt der Credibility*). Вираження своєї оригінальності, неповторності та правдоподібності – ось, що визначає ідеал більшості молоді. Тренд аутентифікації дуже чітко виділений в мовному відношенні. Отже, кожна особа є носієм свого власного сленгу, який підходить їй за способом життя, колом оточення та рисами характеру.

4. Інноваційний та ігровий момент (*Der Spiel- und Innovationsaspekt*). Бажання створювати щось нове, оригінальне та «власне» є звичним покликом людської природи. Зовсім по-особливому це втілюється у мові молоді, яка

завжди має схильність до вигадувань, гри та створення чогось абсурдного. Завдяки цьому аспекту виникли штучно створені лексичні одиниці, що набули абсолютно нового значення, яке не пов'язано з поєднуваними словами (з.В. *Breitbandnudel, Denkwerg, Bodenturner, Dusseltier, Fahrlappen, Frischling*).

5. Афективно-емоційний аспект (*Der affektiv-emotionale Aspekt*). Накопичена агресія у молоді, як відомо, повинна знайти «вихід» через фізичні або вербальні дії. Тому молодіжна мова може слугувати «шлюзом для викиду емоцій» [16] та мати терапевтичний ефект. Стає зрозумілим, чому підлітки пубертатного віку настільки конфліктні та нестримані – там, де вони не можуть винайти «вихід» зі становища, вони допомагають собі «своєю» мовою, яка часто збагачена лайливими словами.

6. Комунікативно-економічний аспект (*Der kommunikativ-ökonomische Aspekt*). Молодіжна мова має певні переваги над літературною стандартною мовою, тому що вона більш конкретна та «забарвлена», уникає абстракцій та описувань стандартної мови. За Н. Ehmman, молодіжна мова більш економічна та зручніша; краще передає суб'єктивні почуття та настрої, розслабляє будь-яку напружену атмосферу та через свою неправильність суттєво змінює ситуацію та надає їй гнучкості [59].

До основних джерел формування німецького молодіжного сленгу німецькі лінгвісти Н. Ehmman та С. Müller-Thuran відносять наступні:

1. Пісенна творчість – зокрема рок-музика (*Bingo (alles in Ordnung, alles bestens), heizen (rasch, schnellfahren), Johnny (Junge, Bursche, harter Kerl, lustiger Knabe), paletti (alles bestens, in Ordnung, alles klar, selbstverständlich* [57]).

2. Жаргонізми: військових – *abziehen (jmdn. übers Ohr hauen, ausnehmen, betrügen)*, робітничий – *Muffe (Angst, Befürchtung)*, наркоманів – *drauf sein/haben (unter Drogeneinfluß stehen; gute/schlechte Stimmungslage, Laune), Hose (tote) (Langweile, «Es ist nichts los», «Es spielt sich nichts ab»), Trip (Reise, Ausflug, Fehler)*, комп'ютерний – *Basic (Klartext, Eindeutigkeit,*

Genauigkeit), Schaltfehler (Programmabsturz, Systemabsturz), Speicher (leer, «fertig», kaputt sein, Aufnahmevermögen, Kapazität), chatten (im Internetplaudern) [65].

3. Запозичення з іноземних мов:

– латини (*absolut (sehr, besonders, vor allem), depri (Einzelgänger; Leute, die zu Depressionen neigen oder sich an keiner Gruppenaktionen beteiligen), Fakt (Tatsache, wirklich, in der Tat), Frust (Ärger, schlechte Laune), Horror (unangenehmes Erlebnis, Abneigung, Unangenehmlichkeit), korrekt (alles klar, richtig, stimmt ganz genau, genau so), logo (ganz klar, richtig), normalo (Normalbürger, stinknormaler Durchschnittsmensch), radikalo (besonders, ganz, stark), Sponti (spontaner Mensch, aufgeschlossener Typ), super (hervorragend, besonders schön), total (echt, tierisch, toll, voll), turbo (schnell, besonders, übermäßig, Schnellgang, hohe Geschwindigkeit);*

– англійської (*der User –drogensüchtiger Mensch; der EuroPayer – europäischer Bürger; der Tüftler – der Arbeiter; der Schlappi – der schwache Mensch; die Schickse – eine Frau, die es nichts bewegt; die Bombenfigur – schöner Körper);*

– іспанської (*Macho (starker Typ, toller Kerl, «Frauenfresser», Bodybildertyp));*

– арабської: *Sultan (Herrscher, eine (mit Geld protzende) männliche Person, die sich vom anderen Geschlecht besonders verwöhnen lößt);*

– російської: *Towaritsch (Freund, Kumpel; drohend – Freundchen, «Früchtchen») [55; 57; 67].*

Окреслені джерела формування німецького молодіжного сленгу дають можливість визначити основні його риси, а саме:

1) відкритість – на розвиток німецького молодіжного сленгу певною мірою впливають такі екстралінгвальні фактори: високий рівень розвитку суспільства, різноманітні соціальні відносини, розвиток сучасної науки й техніки, мистецтва та загальнолюдський прогрес загалом;

2) короткочасність (рухливість, швидкоплинність) – швидка зміна актуальних варіантів, що з'явилися на певному етапі розвитку суспільства і увійшли у користування, але вони швидко старіють і виходять з ужитку; вікова неоднорідність носіїв сленгу – пояснюється насамперед збільшенням фази «молодість» у житті сучасної людини;

3) вторинність (синонімічність) – найчастіше сленг виступає як своєрідна вторинна назва існуючих речей і явищ Німецький молодіжний сленг наповнений іронічними, зневажливими, жартівливими, схвальними, негативними синонімами, які заміщують різні слова та звороти. Наприклад, студенти часто говорять *Uni (Universität)*, школярі називають школу *Penne (Schule)*, вчителя – *Pauker* (замість *Lehrer*), учня першого класу жартівливо називають *Griffelfresser* [42, с.140].

Характеризуючи молодіжний сленг, О. Поздняков наводить такі групи молодіжного сленгу:

- 1) особи;
- 2) оцінки;
- 3) дозвілля;
- 4) навчання, фізична й розумова діяльність;
- 5) спілкування;
- 6) заборонені речі;
- 7) частини тіла;
- 8) фізичний і психічний стан;
- 9) сексуальні контакти;
- 10) конфлікт;
- 11) фізіологічні функції;
- 12) одяг і гігієна;
- 13) побут [26, с.57].

Але, на нашу думку, більш детальну класифікацію молодіжного сленгу пропонують німецькі науковці Р. Schlobinski та К. Schmid, які виділяють такі групи молодіжного сленгу:

- 1) вітання, звертання, позначення партнерів;
- 2) зручні в користуванні назви та вислови;
- 3) жваві вирази та стереотипні пустопорожні слова;
- 4) метафоричний, здебільшого гіперболізований спосіб мовлення;
- 5) репліки зі словами захоплення й осудження;
- 6) просодична мовна гра, скорочення й послаблення звуків, а також графічно-стилістичні засоби;
- 7) вигукова комунікація;
- 8) словотвір, нові слова, нове значення, новотвір, розширення значення слова, скорочення слів [76, с.212].

Вивчаючи підходи до виокремлення основних способів словотворення молодіжних лексичних одиниць, ми послуговувалися у ході дослідження найбільш вживаною класифікацією Н. Ehmann, який виділяє 12 основних способів словотвору молодіжного сленгу:

1. Bedeutungsverschiebungen bzw. – veränderungen (semantische Variation – семантична варіація) – зміна значення слова. Цим способом відбувається заміна значення слова поняттям, схожим лише за зовнішніми ознаками.
2. Bedeutungserweiterungen (semantische Addition – семантичне злиття) – злиття непокєднєваних за значенням слів
3. Bedeutungsverengungen – семантичне звуження.
4. Bedeutungsumkehrungen (semantische Paradoxa) – семантичний парадокс. «Перевернення» значення.
5. Wortveränderungen (lexikalische Mutation) – лексичні мутації.
6. Wortneuschöpfungen (Neologismen) – лексичні новоутворення.
7. Vereinfachungen (Ökonomisierung) – спрощення слів, скорочення, об'єднання декількох в одне.
8. Superlativierungen (Steigerung von Begriffen, indem man «*super*», «*mega*», «*hammer*», «*extra*», «*urest*» davor setzt) – підвищення ступеню значення лексичної одиниці за допомогою слів: супер, мега, екстра тощо.

9. Klangliche Eindeutschungen (phonologische Germanisierung) – звучна (фонологічна) германізація, асиміляція.

10. Verbalisierungen von Substantiven – вербалізація іменників (утворення дієслів від іменників).

11. Kreative Wortspiele – креативна гра слів. Вільне словотворення.

12. Fremdsprachliche Anleihen (Internationalismen) – іноземні запозичення [57].

Найбільш повною класифікацією складу молодіжного сленгу є класифікація Ю. Шемчук [43], яка виокремлює загально-побутовий словник, до якого входять:

– слова, що пов'язані з навчанням (дисциплінами, побутом): *Abi – Abitur, Assi – Assistent, Stip – Stipendium, Proff – Professor, Mathe – Mathematik, Tri – Trigonometrie;*

– слова, що належать до сфери роботи, розумової діяльності: *worken, robotern – arbeiten; hämmern – viel arbeiten; reinhämmern – mit Hochdruck arbeiten;*

– назви предметів, необхідних для навчальної діяльності: *der Gedankenmanifestator – der Bleistift; die Gehirnprothese – der Taschenrechner;*

– назви видів одягу: *Klamotten, das Outfit, der Look, die Anmache – Kleidung; Edel-Look – gute, modische Kleidung;*

– слова, що належать до сфери розваг, хобі, проведення вільного часу: *shoppen – durch Geschäfte bummeln; das Date – ein Treffen; Verabredung; dancen – tanzen; die Bambule – der Tanzabend;*

– назви грошей: *die Kohle, die Knete, die Mäuse, der Kies, das Moos (aus der Gaunersprache), die Möpse, die Monnis – гроші, грошенята, бабки; die Tonne (сотенна купюра); das Esperantogeld – der Euro;*

– назви засобів пересування та побутових предметів: *die Bohrkrücke, Blechhaufen, Kinderwagen, Rostlaube, lahme Schnecke, heiße Mühle – das Auto; der Muckomat – das Radio;*

– іменники, що називають людей або дають оцінку людям: *Wixer, Arsch, Arschkrampe, Nullchecker, Spacken – Idiot; Maus, Perle, Schnecke, Torte, das Perlhuhn, das Sahnetörtchen, die Biene, die Sonne – sympathisches Mädchen;*

– іменники, що позначають батьків: *Mumie, Erzeuger, Grufties, Alte, Kalkleisten, ötzi* – предки, олди (від англ. «old» – старий, за назвою тирольської місцевості *öztal*, де було знайдено останки первісної людини); *Dadd – Vater;*

– оціночні поняття: *Klasse, Spitze, supergut, toll, oberaffengeil – hervorragend; cool – locker, lässig, gelassen, besonder gut; ätzend – uninteressant;*

– слова і словосполучення, що виражають вітання та форми ввічливості: *Hey!, Hi – Hallo! (Begrüßung); Sorry! – Entschuldigung!*

– слова і словосполучення, що виражають емоції: *Wow – Ausruf der Bewunderung; Boey (Boah Ey) – Ausruf (des Erstaunens; der Bewunderung).*

До того ж, дослідниця зазначає, що молоді люди використовують «в'їдливі» слова для ображення однолітків у різних ситуаціях і сферах життя:

1) зовнішній вигляд: *hohl – altmodisch; der Kurze, der Nabelküsser – der kleinwüchsige Junge; der Pelzlümmel – der Junge mit den langen Haaren;*

2) риси характеру: *der Schlaffi – der faule Junge; der Schmachti, der Warmduscher, der Softi, das Weichei – der sanfte Junge/Mann;*

3) інтелектуальні здібності: *der Denkmeister, der Denkwerg, der Diddl – der Dummkopf;*

4) поведінка й особисте життя: *das HwG Mädchen – das Mädchen mit häufig wechselndem Geschlechtsverkehr; der Süffel, Diplom-Alker – der Trinker;*

5) професії: *der Bulle, (die Bullenschweine, die Gartenzwerge) – der Polizist; die Trachtengruppe* – «ряджені» (патруль дорожньої поліції у повній формі) [43].

Через бажання бути незрозумілими, а також через тенденцію економії мовних засобів молодь використовує усичення кінцевих складів – Арокоре: *Alf – Alfred; Hannelore – Hanne.* На думку Е. Розен, ініціальні скорочення

мають переваги – вони коротші, зручніші для поєднання з іншими словами в єдиний комплекс складного слова: *Stip – Stipendium; Mathe – Mathematik; Disko – Diskothek* [29].

Швейцарський мовознавець Н. Löffler натомість наголошує, що такі характерні для молодіжної мови риси, як прізвиська для вчителів, однокласників та професорів, наразі не є типовими для молодіжного сленгу. На основі дослідження, проведеного у Тьобінгенському університеті, він називає наступні фактори виникнення нової студентської мови: відокремлення інтелектуальної роботи від ручної, безглуздість навчання, навчання в університеті як процес соціалізації. Обман, конкуренція і самозамилування характеризують порушену комунікацію між поколіннями. Результатом такого відношення багатьох студентів до своєї мови є страх мови. До характерних рис сучасного студентського сленгу належать: частки, що виражають невпевненість (*irgendwie, quasi, oder so, und so*); «магічні абстрактні поняття» (*Beziehung* замість *Freundschaft*, *Frustration* замість *Ärger*, *internalisieren* замість *lernen*) [66].

Відомий лінгвіст, який одним із перших розпочав наукове дослідження молодіжного сленгу, Н. Henne [62] у своїй роботі «Jugend und ihre Sprache» пропонує розглядати молодіжний сленг комплексно. Учений розглядає молодіжний сленг за такими параметрами:

- Funktionale Dimension (Abgrenzung, Identifikation, Identität) – функціональний параметр (розмежування, ідентифікація, ідентичність);
- Strukturelle Dimension (Spruch, (Sprech-)Syntax, Redensart, Wortbildung, Wortschatz, Prosodik, Graphie) – структурний параметр (сентенція, (розмовний) синтаксис, мовний зворот, словотвір, лексичний склад, просодія, написання);
- Pragmatische Dimension (kommunikative Beziehungen in der Gruppe, Befindlichkeit, «Verbindlichkeit», Musik, Reizobjekte, Schulwortschatz, weltanschaulicher und politischer Wortschatz...) – прагматичний параметр (комунікативні відношення у групі, душевний стан, «обов'язковість», музика,

об'єкти, що викликають роздратованість, шкільна лексика, світоглядна й політична лексика);

– Dimension der inneren Mehrsprachigkeit (Spielart («Varietät») des Deutschen und als solche in die innere Mehrsprachigkeit und Sprachvielfalt deskriptiv und sprachkritisch einzuordnen) – параметр внутрішньої багатомовності (варіант (різновид) німецької мови та як такий включити описово й критично у відношенні до мови у внутрішню багатомовність та різноманітність мов) [62].

Учений виокремлює наступні ознаки молодіжного сленгу у своїй моделі:

1. Eigenwillige Grüße, Anreden und Partnerbezeichnungen (самовільні вітання, звертання та позначення партнерів): *Tussi, Mecker*.

2. Griffige Namen und Spruchwelten (зручні для запам'ятовування імена та світ сентенцій): *Schwachmaat*.

3. Flotte Redensarten und stereotype Floskeln (модні мовні звороти та стереотипні стійкі вирази): *Ganz cool bleiben/ alles easy etwas am Start haben*.

4. Metaphorische, zumeist hyperbolische Sprechweisen (метафоричні здебільшого гіперболічні вирази): *Sklaventreiber, megageil*.

5. Repliken mit Entzückungs und Verdammungswörtern (репліки зі словами захвату та прокляття): *galaktisch, assig*.

6. Lautwörterkombinationen (комбінації з звуконаслідувальних слів): *Basch*.

7. Prosodische, die Lautstruktur betreffende Sprechweisen (просодичні вирази, що стосуються звукової структури): *wahnsinn*.

8. Wortbildung (Neubedeutungen, Neuwörter), Worterweiterungen (Präfix-, Suffixbildung), Kurzwörter (словотвір (нові значення, неологізми), лексичні розширення (словотвір за допомогою префіксів та суфіксів), аббревіатура: *Keule, Mucke, Abhängen, Musi* [79, с.14].

Отже, під поняттям «молодіжний сленг» ми розуміємо сукупність постійно трансформованих мовних засобів високої експресивної сили, що

використовується у спілкуванні між молодими людьми, які перебувають у дружніх, фамільярних відносинах, і виступають засобом внутрішнього групового спілкування.

1.2. Особливості соціолінгвістичного компоненту молодіжного сленгу

Сучасний світ динамічно розвивається і разом з ним у постійному розвитку знаходиться мова. Всі події, які охоплюють суспільство, впливають на живий розвиток розмовної мови, отримують відгук у мовах світу і додають в лексикон людства нові вирази. Основним елементом спілкування є мова. Сленг також є невід'ємною частиною будь-якого мовного континууму. А молодіжний сленг є одним із найпродуктивніших постачальників нових сленгових одиниць. Наразі можна спостерігати проникнення молодіжної сленгової лексики в усі сфери людської діяльності: одиниці сленгу вживаються на радіо і телебаченні, в пресі, літературі, в мережі Інтернет, а також у усному мовленні.

Мова – явище соціальне, тому для неї звичним і зрозумілим є відображення диференціації соціальних ролей і соціально-групових симпатій та антипатій. Суб'єктивний аспект міжособистісних стосунків у німецькому соціумі відображається у мові, особливо на її субстандартному рівні, акумулюючись у досить великий пласт побутово-розмовної мови [34].

Дослідники відзначають розмитість меж явища сленгу. Отже, виділити сленг як замкнену систему можна лише умовно. Молодіжний сленг є одним із найпродуктивніших постачальників нових сленгових одиниць [35, с.8].

Існує багато підходів для опису молодіжного сленгу. Одним з них у сучасному соціолінгвістичному дослідженні є концепт варіативності. Він розглядає молодіжний сленг як варіант літературної німецької мови, що займає місце у системі німецької мови і напряму залежить від соціального оточення і віку мовця. Варіативність коливається на фонетичному, морфологічному, синтаксичному, лексикологічному та семантичному рівнях.

Мовні засоби, які використовуються мовцями залежать від наступних факторів: вік, віросповідання, рівень освіченості, приналежність до соціальної групи або історичної епохи.

На думку Н. Elsen, молодіжний сленг – це гетерогенне явище, що залежить від віку та характеризується груповою приналежністю, розмовністю та якоюсь мірою регіональністю. Молодіжний сленг є не лише закритою мовною групою, а й поєднує спільні лексичні та структурні характеристики багатьох підгруп. Завдання молодіжного сленгу полягає у тому, аби сигналізувати відокремлення від батьків та водночас солідарність всередині мовної групи. Молодіжний сленг слугує для зняття напруги та водночас засобом самопрофілювання [60, с.77].

Таку думку розділяє і Е. Береговська, говорячи про те, що молодіжний сленг є найцікавішим лінгвістичним феноменом, існування якого обмежене не лише певними віковими рамками, як це зрозуміло з його номінації, але й соціальними, часовими та просторовими рамками. Він побутує у середовищі міської молоді – в окремих більше чи менше замкнених референтних групах [7, с.32–41].

Соціальна ідентичність відіграє важливу роль у появі мовного варіанту. Це те, ким себе людина усвідомлює (і ким її усвідомлюють інші), з ким вона себе ототожнює і від кого відокремлюється у соціальному плані [10].

Якщо подивитися на сленг з точки зору соціолінгвістичної перспективи, то Н. Löffler впевнений, що за усіх часів схильність молоді до усвідомленого відхилення у мовній поведінці призводила до продукування метафор, мовних та ідіоматичних зворотів, які інші охоче позначали як вульгаризми або жаргонізми, не звертаючи увагу на те, що саме молодіжний жаргон як регіонально, так і у часовому просторі обмежений. Отже, кожне покоління має свої улюблені слова.

З цього випливає, що молодь віком між 14 та 18 має досить великі відмінності, в залежності від того, чи ходять вони до школи, чи вже завершили навчання, або навіть працевлаштувались. Можливо припустити,

що конфлікти між різними поколіннями відбуваються не лише через життєві питання, а й через вживання різних мов в залежності від віку. Цілком природна мовна прірва між поколінням батьків та підлітками стає помітною, коли комунікація між ними під загрозою.

Слід зазначити, що молодіжний сленг у своїй класифікації учений розглядає як соціолект або групову мову. Н. Löffler розуміє під соціолектом орієнтований на певну групу людей мовний варіант, що має функцію відокремлення однієї групи людей від іншої та об'єднання між собою членів однієї групи. Науковець також називає характерну ознаку для мовного варіанту, а саме: хто його вживає, знаходиться на межі «нормального» суспільства [66].

Таку ж думку висловлює і О. Христенко, говорячи про те, що у молодіжному слензі є «ядро, яке складає загальноновживаний сленг, одиниці якого є зрозумілими для широкого загалу й використовуються людьми різних категорій у повсякденній комунікації, та периферію. Периферійні кола у свою чергу представлені спеціальним сленгом (соціальними жаргонами), у тому числі сленгом професійних груп, а також особливими підсистемами, що межують з арготичною закритою лексикою» [40, с.5].

Аби дослідити молодіжний сленг, враховуючи численні соціолінгвістичні фактори, треба віддати належне несхожості тих, хто говорить. Велике значення має якого віку мовець, місце його проживання, учбовий заклад, який він відвідує. Так, наприклад, Е. Neuland пропонує розглядати молодіжний сленг у мультимасштабному варіативному просторі, тобто розглядати молодіжний сленг як спектр варіантів, а не як варіативність у вузькому сенсі [70].

Спочатку ми розглянемо вікові ознаки людей, що вживають молодіжний сленг, важливо надати визначення слову «Jugend». Так, у соціолінгвістиці дослідники розуміють під терміном «Jugend» період життя, упродовж якого людина більше не розглядається як людина, проте їй ще не повністю приписують статус, ролі та функції дорослої людини [51].

Такої ж думки дотримується і Е. Erikson: молодість починається з початком статевого дозрівання та закінчується із становленням освіченої, стабільної структури особистості, як і надійної Я-ідентичності. Саме це визначення поняття «Jugend» ми взяли за основу у нашому дослідженні [79, с.7].

N. Wiggermann вважає, що таким чином тривалість цієї життєвої фази можливо визначити не лише завдяки біологічному віку молодої людини, вона пов'язана й з соціокультурними критеріями такими як професійна освіта або економічна залежність від батьків й все більше затягується [79, с.7].

Натомість деякі вчені розглядають молодь як групу, наприклад Т. Tenbruck зазначає, що молодь – це соціальна група. Звичайно, вона не існує компактно як єдина група, включаючи усю молодь, а виступає у своїй різноманітності як молодіжні групування, які у свою чергу пов'язані у багатьох відношеннях завдяки усвідомленню себе одним видом, представники якого мають однаковий вік, сили й умови, які виникають у житті й на них впливають, так само як і завдяки перетину між групами [79, с.7].

За віковими ж ознаками відомі соціолінгвісти поділяють молодіжний сленг на 3 групи:

- 1 група – ранній підлітковий вік («Präadoleszenz»);
- 2 група – підлітковий та ранній юнацький вік («Adoleszenz»);
- 3 група – пізній юнацький вік («Postadoleszenz»).

Відповідно до віку за соціальним критерієм виокремлюють мову дітей шкільного віку, студентства, професійних та неформальних груп. З точки зору J. Androutsopoulos [47], перша фаза молодості триває до 11–12 років, друга фаза – до 12–19 років, а третя охоплює 19–25 роки життя, а інколи триває аж до 30 років. При цьому J. Androutsopoulos говорить про те, що молодіжний сленг – це збірне поняття для орієнтованої на групу манери говоріння у молодому віці. Лінгвіст поєднує під цим терміном мовні зразки, що вживаються молоддю та є визнаними дорослими [47].

Отже, період раннього юнацького віку може бути різним за тривалістю. Саме в цей період суспільство вже не сприймає молоду людину як дитину, але ще й не надає їй статусу дорослого. Саме у фазу адолесцентності молоді люди вдаються до мовного експерименту [73]. М. Reinke також виокремлює 3 групи, за якими групують молодь:

- 1) пер-групи, тобто приблизно одного віку підлітки схожого соціального походження, що мають хоча б частково спільні думки;
- 2) субкультурні групи, що відповідають молодіжним культурним течіям (наприклад, хіпі та панки);
- 3) велика молодіжна група складається з пер-груп та субкультурних груп [73, с.295–296].

Р. Schlobinski [77], узагальнюючи усе вище сказане, наголошує на тому, що фазу молодості можна визначати з різних поглядів, а саме:

- фаза старіння, яка обмежується певним віком, під час якого слід виконати специфічні завдання розвитку;
- соціокультурна життєва фаза, коли індивідуум отримує передумову для самостійних дій;
- субкультура або громадська підгрупа, у якій розвивається самобутній життєвий стиль.

Німецький учений також додає, що молодь можна аналізувати лише як суспільно створений феномен, чії контури визначаються за соціальними нормами. Пов'язана з цим фаза інтеграції і індивідуалізації (прийняття соціальних ролей і побудова соціально обґрунтованої Я-ідентичності) вказує на соціально теоретичні і відповідно психологічні аспекти [77, с.37].

Більш конкретну модель класифікації молодіжного сленгу пропонує Е. Neuland [68], у якій враховуються усі соціолінгвістичні фактори віку, статі, соціального та регіонального походження. Таким чином, існує чотири типи відмінностей:

- 1) відмінності за видом діяльності – між мовою школярів та студентів і його використанням учнями, службовцями і працюючими;

2) за сферою спілкування – відмінності між вживанням мови у сім'ї, школі, університеті, установах або у вільний час;

3) по функції, яка виконується – відмінності між головною та побічною комунікацією на заняттях і в вільний час;

4) за засобами вираження – відмінності між усною та письмовою мовою [68].

H. Löffler, автор сучасної моделі класифікації мови, також розрізняє молодіжну мову учнів школи та студентів залежно від віку, тому що молодіжний сленг є залежним від часу та суспільства. Учений вводить також термін «вікова мова», де виокремлює чотири ступені вікових ознак:

- 1) дитяча мова від народження до початку школи;
- 2) мова школярів до закінчення школи;
- 3) мова дорослих в професійному середовищі;
- 4) мова людей дорослого віку після припинення професійної діяльності [66].

A. H. Buhofer вважає, що соціолінгвістика, яка систематизує наявні відмінності у поколіннях і належність до суспільних верств, не враховує індивідуальних відмінностей [52].

Молодіжний сленг дійсно має свої особливості, погоджуються німецькі мовознавці P. Schlobinski [76] та K. A. Schmid: молоді люди не розмовляють виключно на молодіжній мові, що представлена яскравими виразами, що продається в ЗМІ та в деяких словниках як типовий для молоді. Більшість молодих людей розмовляє все більше на розмовній мові, яку вони змінюють. Вони розмовляють між собою інакше ніж з вчителями, з друзями інакше ніж з своїми батьками, у школі інакше ніж у компанії. Особливо компанії та оточення, котрі як специфічні мережі розпаду зв'язків у сім'ї, об'єднаннях, політичних групах тощо зрівнюють, відіграють важливу роль у виникненні молодіжного візерунку мови та зразку комунікації, манери говорити.

У них формуються лінгвістичні, комунікативні та соціальні структури, котрі дозволяють молодим людям орієнтуватися у важкодоступній для

огляду соціальної реальності. У численних та різних орієнтовних зразках, Я-концепціях та практиках формується молодіжна культура, котра також з точки зору мови й комунікації по-різному створюється. По-різному у різних відношеннях: по-різному у відношенні до інших молодіжних культур, по-різному у відношенні до існуючої культури, але при цьому вдаються до запасів культурних ресурсів [76].

Разом з іншими відомими мовознавцями німецький лінгвіст Н. Ehmman наголошує, що цієї миті значення студентського сленгу (Sondersprachen) для розвитку мови є загально визнаним фактом, оскільки в ньому виникає чимало неологізмів, а також переосмислюється велика кількість вже існуючих лексичних одиниць німецької чи будь-якої іншої мови, які згодом частково проникають у лексичний склад загальнонаціональної німецької мови [58, с.16].

Дослідивши німецький молодіжний сленг з точки зору стилю та манери мовлення молодих людей, німецький мовознавець Р. Schlobinski дійшов висновку, що немає ніякого типового молодіжного стилю. Молодіжні вирази залежать від спеціальних групових структур та ситуації. Учений додає, що зміни ситуативного середовища, емоційної атмосфери та фамільярності у групі впливає на використання слів молоддю та творить внесок у розвиток креативного стилю мовлення. Чим ближче знаходяться члени групи, тим веселіше настрої та більш неструктурована ситуація, тим скоріше виникне креативний стиль мовлення. Учений на основі проведених ним досліджень виокремлює наступні ознаки молодіжної комунікації: креативність, спонтанність, прямолінійність та гнучкість [77].

Отже, молодіжний сленг демонструє таку манеру мовлення й мовну модель, яку вживають різні за віком групи молоді, у різні часи та за різними комунікаційними умовами. Іншими словами, вживання молодіжного сленгу обмежується певними віковими, соціальними та просторовими показниками.

1.3 Перекладацькі трансформації як один із засобів перекладу молодіжного сленгу

Молодіжний сленг є однією з важливих складових сучасної загальнонаціональної німецької мови. Через розвиток промисловості, техніки, науки стрімко поповнюється словниковий склад сучасної німецької мови.

Найбільші труднощі при перекладі сленгових одиниць як з іноземної мови на мову перекладу, так і навпаки, полягають саме в тому, що сленг, особливо молодіжний, є найрухомішим шаром лексики й жоден словник нових слів неспроможний наздогнати розвиток мови у цій сфері. До того ж, багато лексичних одиниць сленгу дуже перебіжні та швидко виходять з уживання. Словники їх просто не встигають зареєструвати. Таким чином, найбільша складність у роботі зі сленгом – знаходження сучасних еквівалентів [4, с.13].

Переклад молодіжного сленгу, у тому числі й за допомогою перекладацьких трансформацій, забезпечує не лише взаєморозуміння носіїв різних мов, а й розширює їхню пізнавальну сферу, збагачує етнічні та цивілізаційну культури [44].

Німецькі лінгвісти Н. Henne [62] та Р. Schlobinski [78] зазначають, що проблему перекладу німецького молодіжного сленгу можна розглядати з двох поглядів:

- переклад з молодіжної мови на «мову дорослих» («Sprache der Erwachsenen»), тобто на літературну мову;
- переклад лексичних одиниць, що використовуються в мові німецької молоді, іншими мовами [78, с.62].

Якщо в першому випадку, на думку науковців, труднощів не виникає, так як дуже часто лексичні одиниці мають еквіваленти в літературній німецькій мові, то у другому випадку виникають складнощі, не залежно від того, якою мовою здійснюється переклад, пов'язані як з лінгвістичними, так і екстралінгвістичними проблемами перекладу.

Разом з тим до основних факторів, що ускладнюють переклад, учені зараховують:

- 1) емоційність та експресивність молодіжної мови;
- 2) використання звуконаслідувальних слів та вигуків (Lautwörter);
- 3) застосування англіцизмів (Denglisch);
- 4) «онлайн- і смс-мова» німецької молоді;
- 5) переклад складних слів молодіжного сленгу (Komposita) [1].

У результаті вивчення літератури щодо розгляду основних способів перекладу нами було встановлено, що в сучасному перекладознавстві немає одностайної думки щодо класифікації способів перекладу, у результаті цього розподіл способів перекладу, як і будь-яка інша класифікація, здійснюється на різних засадах (В. Виноградов, С. Влахов, Т. Кияк [18], С. Флорін).

У результаті вивчення різних підходів вчених щодо виокремлення основних способів перекладу лексичних одиниць, ми послуговувалися в ході нашого дослідження найбільш вживаною класифікацією за Л. Бархударовим, який виділяє п'ять основних способів перекладу:

1. Транслітерація та транскрипція.
2. Калькування.
3. Дослівний переклад.
3. Описовий або пояснювальний переклад.
4. Наближений переклад.
5. Трансформаційний переклад [6, с.97–104].

Проте основою будь-якого перекладу є перекладацькі трансформації. З точки зору Р. Мін'яр-Белоручева, трансформація – основа більшості прийомів перекладу. Вона полягає у зміні формальних (лексичні та граматичні трансформації) або семантичних (семантичні трансформації) компонентів вихідного тексту при збереженні інформації, що призначена для передавання [24, с.201].

Я. Рецкер визначає трансформації як прийоми логічного мислення, за допомогою яких ми розкриваємо значення слова іноземної мови у контексті

та знаходимо його відповідник у мові перекладу, що не збігається із словниковим [28, с.216].

О. Семенов визначає трансформації як міжмовні перетворення з метою досягнення еквівалентності текстів оригіналу та перекладу (з метою збереження функціонального впливу повідомлення) [30, с.68–69].

Українські дослідники Т. Кияк, А. Науменко, О. Огуй зазначають, що мовним рівням мають відповідати рівні перекладу (фонетичний, морфологічний, лексичний, синтаксичний), які пов'язані з певними типами трансформацій та виокремлюють наступні перекладацькі трансформації:

- 1) фонетично-імітаційні трансформації;
- 2) морфолого-категорійні трансформації;
- 3) лексико-семантичні трансформації;
- 4) синтаксико-реченнєві трансформації [18].

Л. Бархударов виокремлює такі перекладацькі трансформації: граматичні, серед яких перестановки, заміни, опущення та додавання; лексичні заміни (конкретизація та генералізація) та комплексні лексико-граматичні заміни (антонімічний переклад) [6].

За класифікацією українського перекладознавця С. Максимова, перекладацькі трансформації поділяються на лексичні та семантичні (генералізація, диференціація, конкретизація, смисловий розвиток, антонімічний переклад, компенсація та повна перестановка сегментів тексту), а також граматичні (переміщення, тобто зміна порядку слів та словосполучень, граматичні заміни, додавання та пропуски) трансформації [23].

Згідно з дослідженням В. Комісарова, перекладацькі трансформації, у залежності від характеру перетворень, поділяються на лексичні (перекладацька транскрипція, транслітерація та перекладацьке калькування), граматичні (дослівний переклад, розчленування речень, об'єднання речень та граматичні заміни) та лексико-граматичні (прийом антонімічного перекладу, прийом описового перекладу та прийом компенсації) [19].

Таким чином, розглянувши у нашій роботі різні підходи до виокремлення типів перекладацьких трансформацій, у процесі нашого дослідження ми будемо послуговуватися класифікацією російського дослідника А. Архипова [5], що є найбільш повною і ґрунтовною і за якою перекладацькі трансформації розподіляються на граматичні та лексико-семантичні. До граматичних належать такі:

- додавання граматичних одиниць (сполучників, займенників);
- вилучення граматичних одиниць;
- заміни граматичних форм частин мови (якщо вони факультативні);
- заміни частин мови;
- заміни однієї синтаксичної конструкції іншою;
- факультативні зміни порядку слів, членів речення, конструкцій та речень;
- зміна кількості та типів речення.

До лексико-семантичних трансформацій науковець відносить такі:

- адаптація;
- додавання слів, словосполучень і речень;
- вилучення лексичних елементів;
- лексичне розгортання, тобто використання замість слова певного словосполучення, що має таке саме значення;
- лексичне згортання, тобто використання замість словосполучення слова, без суттєвої заміни його значення;
- стилістична нейтралізація – вмотивоване позбавлення експресивності, емоційності, обраного функціонально-стилістичного відтінку;
- стилістична спеціалізація – вмотивоване використання замість стилістично-нейтральної одиниці елемента з експресивним, емоціональним чи обраним функціональним відтінком;
- генералізація – заміна видового поняття родовим;
- конкретизація – заміна родового поняття видовим;

- логічний розвиток – використання замість даного елемента дійсності іншого, який знаходиться з першим у нерозривному зв'язку;
- антонімічний переклад – переклад за допомогою антоніма ключового слова з одночасним додаванням чи опущенням заперечення;
- конверсивна заміна – заміна даного відношення елементів ситуації на протилежне;
- цілісне перетворення – корінна зміна способу опису ситуації, яка складається зразу з декількох трансформацій [5].

Отже, враховуючи специфіку перекладацьких трансформацій, що використовуються у перекладознавстві у найбільш складних випадках та є основою більшості засобів перекладу, вони застосовуються під час перекладу молодіжного сленгу у тих випадках, коли відсутні регулярні відповідники у мові перекладу, або вони не можуть бути використаними в умовах контексту. Вони полягають у заміні формальних та семантичних характеристик мовної одиниці.

Висновки до розділу 1

У даному розділі було детально розглянуто основні поняття молодіжного сленгу з соціолінгвістичним компонентом та принципи його виокремлення, було розкрито сутність таких термінів, як «сленг», «молодіжний сленг», «жаргон», «молодіжний жаргон», «Jugend».

У процесі опрацювання підходів та характеристик багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених нами було запропоновано таке визначення сленгу: пласт лексики і фразеології, який проявляється у сфері живої розмовної мови в якості розмовних неологізмів, які легко переходять в шар загальноприйнятої розмовної літературної лексики.

Було проаналізовано й описано причини виникнення та зародження сленгових лексичних одиниць. На основі чого було зазначено джерела формування німецького молодіжного сленгу. Було встановлено основні риси

молодіжного сленгу, а саме те, що він характеризується відкритістю; короткочасністю; вторинністю (синонімічністю).

Опрацювавши роботи відомих науковців, було детально розглянуто класифікації молодіжного сленгу, у тому числі тематичні. У результаті чого було доведено, що найбільш повно представлено молодіжний сленг за класифікацією Ю. Шемчук.

Було розглянуто і в результаті роботи визначено специфіку соціолінгвістичного компоненту молодіжного сленгу. До особливостей соціолінгвістичного компоненту молодіжного сленгу слід віднести поділ молодіжного сленгу на тематичні групи, врахування віку та фаз молодості, статті, соціального та регіонального походження.

Грунтовний аналіз праць вітчизняних і зарубіжних науковців за темою дослідження дав змогу визначити основні способи словотворення молодіжного сленгу.

Було розглянуто основні способи перекладу і встановлено, що не існує єдиної думки щодо класифікації способів перекладу, а будь-яка класифікація здійснюється на різних засадах, але найбільш розгорнутою є класифікація за Л. Бархударовим.

Було визначено, що основою перекладацьких трансформацій є прийоми логічного мислення, за допомогою яких розкривається значення слова іноземної мови у контексті та знаходиться його відповідник у мові перекладу, що не збігається із словниковим. Було наведено різні класифікації перекладацьких трансформацій, але найбільш повною є класифікація А. Архипова, за якою перекладацькі трансформації розподіляються на граматичні та лексико-семантичні.

РОЗДІЛ 2

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОЇ ПРЕСИ

2.1. Класифікація складу молодіжного сленгу з соціолінгвістичним компонентом

У процесі теоретичного дослідження було проаналізовано та встановлено, що згідно погляду І. Гальперіна, сленг – це пласт лексики і фразеології, який проявляється у сфері живої розмовної мови в якості розмовних неологізмів, які легко переходять в шар загальноприйнятої розмовної літературної лексики [11, с.114].

Задля аналізу молодіжного сленгу було зроблено вибірку на основі матеріалу німецької молодіжної преси в електронному та друкованому варіанті, а саме: «Abendzeitung», «Juma», «Bild», «Süddeutsche Zeitung», «Jugendmagazin der KH Düsseldorf», «Badische Zeitung», «Bundfalte», «Focus», «Spreewild», «Deutsche Welle», «YAEZ», «Моро», «Müttermagazin», «Berliner Zeitung», «UNICUM», «Zeit», «Frankfurter Neue Presse», «Demokratiewebstatt», «Automobilreue», «New-communication», «Braunschweiger Zeitung», «Kölner Stadt Anzeiger», «Noizz», «Brigitte», «WELT», «Märkische Allgemeine Zeitung», «Fudder», «Spiegel», «GIGA», «Tagesspiegel», «Rhein-Neckar-Zeitung», «Hannoversche Allgemeine Zeitung», «Thüringer Allgemeine», «Wissenschaft» та ін.

Послугуючись найбільш повною та розгорнутою тематичною класифікацією молодіжного сленгу загально-побутової тематики з урахуванням віку та фаз молодості, статі, регіонального та соціального походження, згідно з класифікацією Ю. Шемчук [43], нами було опрацьовано 150 сленгових лексичних одиниць, які були нами розподілені наступним чином:

– слова, що пов'язані з навчанням (дисциплінами, побутом):

1) *Kreidekratze*: *Da kommt unser Kreidekratze*. (Bundfalte);

2) **Prof:** *Respekt muss man sich erarbeiten, auch als Prof.* (UNICUM);

3) **Abi-Mottowoche:** *Stellt euch vor, während der Abi-Mottowoche gäbe es den «Neger-Tag».* (Spreewild);

4) **Mathe:** *Hamburger Abiturienten kriegen bessere Mathe-Noten.* (Bild);

– слова, що належать до сфери роботи, розумової діяльності:

reinhämmern: *«Wir wollen uns heute um 180 Grad drehen und voll reinhämmern», kündigte Tedesco an.* (Berliner Zeitung);

– назви предметів, необхідних для навчальної діяльності:

Gehirnprothese: *Ohne meine Gehirnprothese habe ich bei der Mathe-Klausur verloren.* (Zeit);

– назви видів одягу:

Klamotten: *Klamotten sind uns wichtig, insofern haben sie einen großen Wert für uns.* (Frankfurter Neue Presse);

– слова, що належать до сфери розваг, хобі, проведення вільного часу:

1) **Schuppen, hotten:** *In dem Schuppen kann man sicher gut hotten!* (Juma);

2) **Niveaulimbo:** *Niveaulimbo war gestern!* (Jugendmagazin der KH Düsseldorf);

3) **Fernschimmeln:** *Könnte gut sein, dass Sie diese Zeilen gerade beim Fernschimmeln lesen.* (Abendzeitung);

4) **looten:** *Ich schlug ihr vor, lieber looten zu gehen.* (YAEZ);

– назви грошей:

Knete, Kies, Zaster: *Knete, Kies und Zaster – Woher kommt das Geld?* (Demokratiewebstatt);

– назви засобів пересування та побутових предметів:

Bohrkrücken: *Die schwächlichen «Bohrkrücken», sprich Benziner brillierten nur mit Flexibilität, tiefem Preis und grösserer Reichweite.* (Automobilreueu);

– іменники, що називають людей або дають оцінку людям:

1) **Ehrenmann:** *Er ist eigentlich ein Ehrenmann gewesen.* (Focus);

2) *Atze: Atze, du bist sooooo süß!* (Mopo);

3) *YouTuber-Kinder-Verblöder, bekloppter: Hey, bekloppter YouTuber-Kinder-Verblöder, hier spricht die Mutti!* (Müttermagazin);

4) *Lan: Was guckst du, Lan?* (New-communication);

5) *Merkules: Während er mir etwas von Merkules erzählte, sah ich aus dem Augenwinkel, wie etwas neben uns zu Boden fiel.* (Braunschweiger Zeitung);

6) *Textmarkeraugenbrauen, Bruh: Da hebst du die Textmarkeraugenbrauen, Bruh!* (Kölner Stadt Anzeiger);

– іменники, що позначають батьків:

1) *Erzeuger: Ein mutiges Mädel auf der Suche nach dem Erzeuger* (Braunschweiger Zeitung);

2) *Alter: Hör mal, Alter!* (Süddeutsche Zeitung);

– оціночні поняття:

1) *krass: Voll krass, Alter!* (Süddeutsche Zeitung);

2) *glucosehaltig: Du bist so glucosehaltig?* (Noizz);

3) *Nippelwetter: Was ist eure Meinung zu Nippelwetter?* (Brigitte);

4) *lit, Squad: «Hallo, i bims!» rief ich lit, als ich meine Squad sah.* (Focus);

5) *geht fit: «Geht fit» schrieb sie, und damit nahm das Drama seinen Lauf.* (WELT);

– слова і словосполучення, що виражають вітання та форми ввічливості:

1) *hi, i bims: Hi, i bims.* (Märkische Allgemeine Zeitung);

2) *hey: Hey, lass uns ma wieder in die Disco gehn, die mein Kumpel so cool findet!* (Fudder);

3) *das Auge küssen: Küss du dir doch selbst das Auge!* (Noizz);

– слова і словосполучення, що виражають емоції:

1) *boah ey, krass: Boah ey, die Einladung zum Offenburger Neujahrsempfang ist dieses Jahr voll krass!* (Badische Zeitung);

2) *was ist das für 1 life?: «Was ist das für 1 life?»* (GIGA);

До «в'їдливих» слів для ображення однолітків у різних життєвих ситуаціях та різних сферах життя, що використовує молодь, належать:

– зовнішній вигляд:

1) **Speckbarbie**: *Was bramarbasierst du, Speckbarbie?* (Spiegel);

2) **Sumpfziege**: *Sumpfziege wartet auf Wind.* (Tagesspiegel);

– риси характеру:

Schlaffis: *Schlechte Zeiten für Schlaffis?* (Rhein-Neckar-Zeitung);

– інтелектуальні здібності:

1) **Lauch**: *Bei mir sieht das besser aus, du hässlicher Lauch!* (Hannoversche Allgemeine Zeitung);

2) **Snackosaurus**: *Der blöde Snackosaurus hat schon wieder mein Salamibrot gegessen!* (Noizz);

– поведінка й особисте життя:

1) **verbuggt**: *Du bist so verbuggt, du nervst!* (Noizz);

2) **ahnma**: *«Ahnma» schrie ich.* (Thüringer Allgemeine);

3) **schatzlos**: *«Die ist bestimmt schatzlos» dachte ich.* (Deutsche Welle);

– професії:

Bullen: *Achtung, die Bullen kommen!* (Wissenschaft).

Розподіливши сленгізми за тематичними групами, ми зробили статистичний аналіз (Рис. 1). Таким чином, 150 сленгових лексичних одиниць були розподілені наступним чином: самою чисельною групою сленгізмів є група «В'їдливі слова», яка налічує 33 сленгових лексичних одиниць, що складає 21% від загальної кількості сленгізмів.

Ця група сленгізмів поділяється на 5 підгруп: «Зовнішній вигляд», «Риси характеру», «Інтелектуальні здібності», «Поведінка», «Професії». Це пояснюється тим, що молодь використовує сленг заради удаваної хоробрості, обумовленою тим, що їм все дозволено. У них виникає бажання самоствердитися в очах однолітків. Сленг відрізняється іронічним, нерідко негативним, а іноді й грубо-фамільярним забарвленням. Молодь використовує в мові «гострі» слова для оцінки батьків, тим самим

виплескуючи накоплені негативні емоції, що важливо для психологічного розвантаження і зняття внутрішнього емоційного напруження.

За нею знаходиться група «Іменники, що називають людей або дають оцінку людям». Ця група складає 24 сленгізма, тобто 16% від загальної кількості сленгових лексичних одиниць. У даному випадку це пояснюється тим, що молодіжний сленг використовують молоді люди аби надати діалогам більш живого, легкого звучання. Сленг є певним сигналом оточуючим, що співрозмовник, який органічно застосовує сленгові лексику, – близький по духу.

Наступна група – це слова, що позначають «Оціночні поняття». До цієї групи належать 18 сленгових молодіжних лексичних одиниць, що складають 12% від загальної кількості. Використання таких емоційних слів молоддю пояснюється тим, що молоді люди сфокусовані на застосування виразних та незвичних за формою слів і виразів. Вибір такого оцінного поняття досить часто пояснюється виразністю сусіднього слова або більш широкого контексту.

Групи «Слова, пов'язані з навчанням (дисциплінами, побутом)» та «Слова, що належать до сфери розваг» включають по 15 сленгізмів.

Висока частотність використання даних груп сленгової лексики пояснюється тим, що дані сфери є найближчими для життя школярів та студентів, які або навчаються, або відпочивають від навчання. Навчання для молоді – це головний вид діяльності. Є сленг школярів та студентів, який зрозумілий всім, а є такий, що використовується лише на певних факультетах та в певних галузях. Студенти використовують отриману на заняттях інформацію для винаходу нових оригінальних слів і виразів, тим самим вони закріплюють в своїй свідомості терміни і іноземні слова, що важко запам'ятовуються. Іноді ці нові поняття трансформуються, гіперболізуються або спрощуються до комічного. Кожна з цих груп становить 10% від загальної кількості сленгових лексичних одиниць.

На четвертому місці знаходиться одна група, а саме – «Слова і словосполучення, що виражають вітання та форми ввічливості». До цієї тематичної групи належать 11 сленгізмів. Отже, дана тематична група становить 7% від загальної кількості сленгізмів. Установка на розмовність, невимушеність, спонтанність, обумовлена знанням комунікантами один одного. Це сприяє проникненню в мову молоді тих лексичних одиниць, формально-змістовні характеристики яких не порушують невимушену атмосферу, що знаходить своє вираження в емоційній нестриманості, свого роду вербальних іграх.

До груп «Іменники, що позначають батьків», «Слова і словосполучення, що виражають емоції», належать по 7 сленгізмів, що становлять по 4% від загальної кількості сленгових лексичних одиниць. Молодь використовує сленг для прояву зовсім різних емоцій, а також емоційного відношення до думки співрозмовника чи третьої особи: подиву, незгоди, згоди, схвалення, збентеження, недовіри, несхвалення, збудження, відрази, радості. Також це стосується і прояву емоцій у бік батьків. Мова молодих людей не завжди зрозуміла для їх батьків. Молодь прагне продемонструвати своїм батькам гостроту свого розуму, тому використовує сленг навіть для позначення власних батьків. Молодь це робить заради забави та веселощів, а також вони отримують при цьому задоволення.

Найнезначніші за кількістю сленгізмів (по 4 сленгових лексичних одиниць на кожну) є наступні тематичні групи: «Слова, що належать до сфери роботи, розумової діяльності»; «Назви предметів, необхідних для навчальної діяльності»; «Назви видів одягу»; «Назви грошей»; «Назви засобів пересування та побутових предметів».

Виходячи з даних вибірки, ці групи складають всього по 3% на кожну з них. У даному випадку молодь використовує сленгову лексику, так як їм потрібно сказати швидко та при цьому точно передати значення інформації, витрачаючи мінімум часу, мінімум слів та бути зрозумілим відразу, ще й

зрозумілим вірно. Сленг можна назвати «віддушиною», він дозволяє розкріпачитися і скинути з себе кайдани закомплексованості.



Рис. 1

Тематична група сленгізмів «В'їдливі слова» складається з 5 підгруп:

- «Зовнішній вигляд»;
- «Риси характеру»;
- «Інтелектуальні здібності»;
- «Поведінка й особисте життя»;
- «Професії».

Ми розглянули дану групу більш детально та з'ясували (Рис. 2), що найчисленнішою підгрупою серед «В'їдливих слів» є підгрупа «Поведінка й особисте життя», що складає 33% від загальної кількості в'їдливих слів. Підгрупи «Зовнішній вигляд» та «Інтелектуальні здібності» становлять по 21% кожна. До підгруп «Риси характеру» та «Професії» відносяться по 12% сленгових лексичних одиниць групи «В'їдливі слова» на кожную.

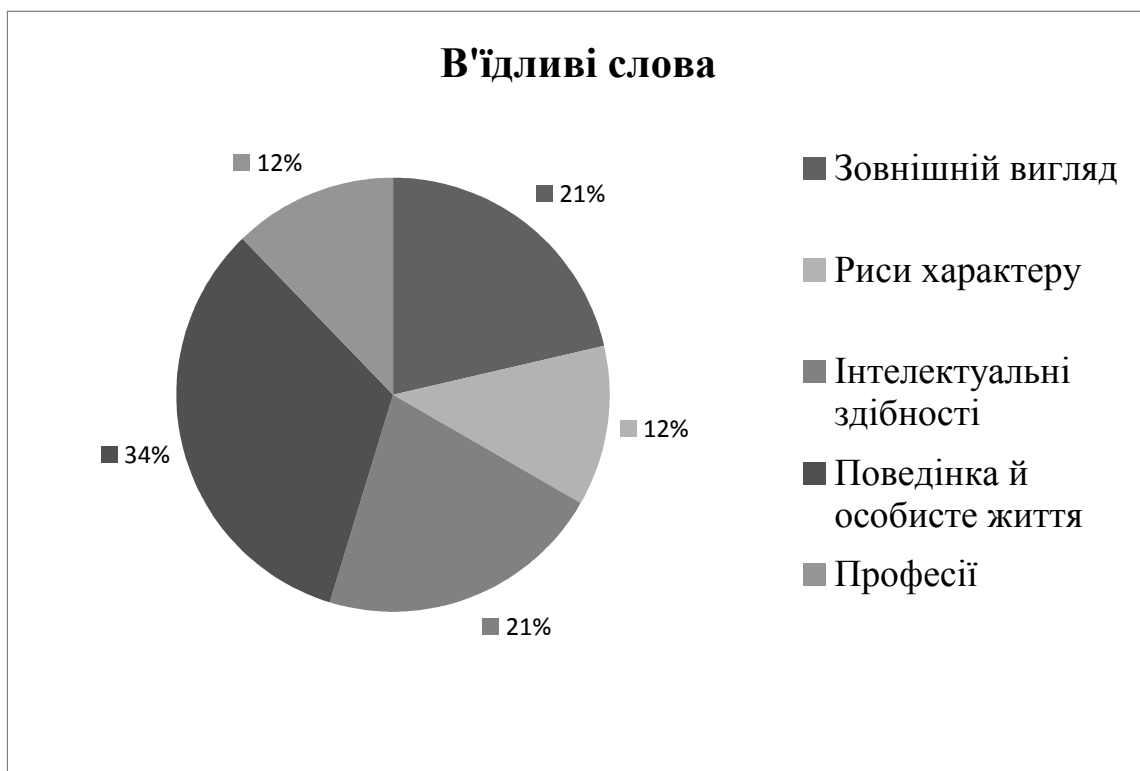


Рис. 2

Отже, проаналізувавши близько 150 текстів з німецьких видань, ми дійшли висновку, що в текстах німецької преси найчастіше зустрічаються сленгові лексичні одиниці у розділах, що присвячені розвагам, відпочинку, подорожам, що зумовлюється поєднанням стандарту та експресивності. Було встановлено, що найчастіше зустрічаються в публіцистичних текстах в'їдливі слова, а також ті іменники, що називають людей або дають оцінку людям.

2.2. Функціонально-стилістичні особливості перекладу публіцистичного стилю

Завдяки технологіям, які швидко розвиваються і є надзвичайно корисними для сучасної людини, доступ до інформації як джерела пізнання світу став більш доступним з появою періодичних видань та Інтернету. Публіцистика збагачує людину як індивіда, забезпечуючи тим самим інтелектуальний розвиток та розширення світогляду людини. Наявність досить великої кількості мовленнєвих елементів у публіцистичному стилі робить його як надзвичайно різноманітним, так водночас і досить складним з

точки зору структури, побудови речень, наявності різноманітної термінологічної лексики.

Наявність такої структури та різноманітних елементів є досить складною з точки зору перекладу, адже в процесі перекладу перекладач змушений використовувати велику кількість перекладацьких трансформацій, щоб певним чином адаптувати певний текст до іншої мови та культури, в нашому випадку української мови.

Публіцистичний стиль – функціональний стиль мови, який обслуговує широку сферу суспільних відносин, і найповніше він використовується в газетах, суспільно-політичних журналах, на радіо, телебаченні, у документальному кіно. Часто публіцистика характеризується функціонально-прагматичною багатофакторністю, зумовленою необхідністю віддзеркалювати факти та інформацію стосовно будь-якої сфери життя [37, с.286].

Таким чином, публіцистичному стилю властиво поєднання двох основних функцій – інформаційної та впливової. Взаємодія цих двох функцій спостерігається у тому, що публіцистичні тексти містять, по-перше, об'єктивну інформацію, по-друге, емоційно-експресивну інтерпретацію цієї інформації, яка дозволяє впливати на читача або слухача.

Існують мовні та екстралінгвістичні фактори, що створюють особливості даного стилю мови. І. Гальперін характерною ознакою публіцистичного стилю також називає його спрямованість на вплив, тобто не тільки точно, доступно і яскраво інформувати читача, але й викликати у нього певне ставлення до подій, спонукати до діяльності, до потреби зайняти певну громадську позицію, змінити погляди чи сформувані нові. До основних екстралінгвістичних факторів відносяться не лише форма, вид, тип мови, а й сфера спілкування, специфіка медіа-каналу, а також особливості аудиторії та невербальні комунікативні засоби [12, с.145–150].

До мовних особливостей публіцистичного стилю, за дослідженням І. Арнольд, належить вживання оцінної лексики, яка має яскраве емоційне

забарвлення, великої кількості кліше та фразеологічних одиниць, скорочень, використання іноземних слів, неологізмів, а в деяких випадках навіть історизмів, функцією яких у статтях на актуальні теми є проведення історичних паралелей [3, с.256].

На думку І. Алексєєвої, риси публіцистичного стилю зумовлюють певні особливості його перекладу, які обов'язково повинен враховувати перекладач. До лексичних особливостей відносяться труднощі, які виникають при перекладі фразеологічних одиниць через необхідність збереження цілісності образу, який вони несуть. Такі явища, як деформація та контамінація фразеології, також становлять певну проблему для перекладача, якому необхідно намагатися не тільки віднайти аналог фразеологічної одиниці у мові перекладу, а й по можливості відтворити зміни складу фразеологізму, які відбуваються у тексті оригіналу. Кліше також створюють труднощі для перекладача, адже він повинен вміти розпізнавати такі одиниці у тексті оригіналу та мати уявлення про те, як їх зазвичай використовують у мові перекладу [2, с.198–199].

Для усіх публіцистичних жанрів характерні загальні форми реалізації стислості: компресія інформації та передача певної частини повідомлень імпліцитно. Як результат стислості відбувається економія мовних засобів за рахунок комунікативно менш важливих фрагментів повідомлення. Основний стилістичний принцип організації мови в публіцистиці – поєднання стандарту та експресії [3, с.117].

На думку Т. Воронцової [8], експресивна функція, що обумовлена впливовою спрямованістю на адресата, виявляється в наступних стильових рисах:

1. Оцінювання (відкрите і приховане). Відкрите оцінювання проявляється у певному авторському або колективному ставленні до фактів, які повідомляють. Тут особливо важлива соціальна значимість оцінки. Приховане (імпліцитне) оцінювання проявляється завдяки групам стилістичних засобів у мові засобів масової інформації.

2. Сильовий «ефект новизни». Використання незвичайних словосполучень, мовної гри, експресивних розмовних мовних засобів, несподіваних порівнянь, метафор.

3. «Рекламність». Особливий характер використання мовних засобів з метою залучення уваги: експресивна лексика, гіперболізація, проблемні і риторичні питання, окличні речення.

4. Персоніфікація та інтимізація викладу. Повідомлення інформації «очима очевидця» (використання займенників першої особи); ідентифікація з читачем, слухачем, глядачем: вживання займенників першої особи множини, узагальнено-особистісних конструкцій. Дана стильова риса покликана забезпечити більш високий рівень довіри адресата.

Інформаційна функція здійснюється через логіко-понятійну сторону і втілюється у наступних стильових рисах:

1. Документально-фактографічна точність: точна вказівка на час і місце події, позначення учасників подій, офіційні назви установ, географічні назви тощо.

2. Офіційність і нейтральність викладу: використання нейтральної, офіційно-ділової та наукової лексики, наявність стійких кліше книжкового походження, наявність пасивних конструкцій і сувора структурованість складних речень.

3. Обґрунтованість. Переконливість мови забезпечується прийомами діалогізації (комплекси «питання-відповідь»), так званими акцентуаторами – спеціальними засобами мови, що підкреслюють впевненість автора (модальні слова, вступні конструкції з модальністю впевненості тощо), чітким оформленням логічних відносин між частинами речення (союзний зв'язок) і частинами тексту [8, с.68–69].

Щодо мовних особливостей публіцистичного стилю, існує багато поглядів серед вітчизняних та зарубіжних науковців. Ч. Цзе зауважує, що метафора у публіцистичному тексті є широко вживаним лінгвістичним засобом, однією з домінантів мовлення [41, с.252].

Метафора служить для передачі не всієї інформації, а найбільш суттєвої, що утворює основу тексту і здатна викликати відповідну реакцію у реципієнта. Крім того, як наголошує М. Гладка, метафора є не лише засобом оцінювання у тексті, а й надає великі можливості для проведення аналогій, тобто служить засобом оновлення експресії [14, с.76].

До стилістичних засобів публіцистичного стилю також належить метонімія. Французький лінгвіст Ж. Дюбуа зазначає, що метонімія та метафора доповнюють одна одну як засоби вираження емоцій. Метафора ґрунтується на денотативних ядерних семах, що є компонентами значення слова. При метонімії використовуються конотативні семи, тобто семи суміжності, що належать до ширшого цілого та є компонентами його визначення [25, с.216].

Е. Riesel наголошує, що епітет також є характерним образним засобом публіцистичного тексту. Емоційні та оцінні епітети виражають особисте ставлення відправника до предмета зображення [64, с.239], такі епітети відіграють важливу роль у публіцистичному тексті, завдяки їм реалізується функція оцінки [12, с.34].

У публіцистичному тексті майже відсутні нейтральні епітети, більшість епітетів мають яскраво виражений оцінний характер, за допомогою яких публіцист виражає свою позитивну або негативну оцінку явища, людини чи поняття [64, с.229]. При перекладі публіцистичних текстів у більшості випадків епітети зберігають семантику, структуру, стилістичну функцію, тобто вони мають конгруентні відповідники у мові перекладу.

Слід зазначити, що все частіше у публіцистичних текстах можна спостерігати молодіжний сленг. Цей процес – свідомий, спрямований на те, щоб зробити виклад матеріалу більш наочним, живим, емоційним, тобто наближеним до пересічної людини, для якої сленг є природним. Це дає підставу припустити, що сленг позбавляється первісної обмеженості у сфері вживання, втрачає роль атрибута неосвічених людей, виходить за рамки

усного мовлення, яке раніше вважали єдиним середовищем функціонування нестандартної мови [27, с.111].

Дослідниця С. Сметаніна вважає, що саме завдяки тому, що розуміння дефініції «сленг» розширилося, з'явилося більше свободи у виборі мовних засобів, образно-метафоричної передачі інформації, емоційної та оцінної виразності висловлювання, що допускає використання як розмовної, так і просторічної лексики, часом сленгу і жаргону [38].

Такі значні зміни в публіцистичній лексиці обумовлені прагненням відійти від сухої, офіційно-книжної, знеособленої і уніфікованої газетної мови минулого. Спостерігається явна тенденція висловлювати думку, будувати повідомлення безоглядно щодо традиції, виходячи лише з характеру повідомлення, уникаючи готових форм мови [36].

Отже, публіцистичній інформації властивий особливий набір експресивних засобів. З одного боку, публіцистика інформує про новини, звідси необхідність вживання мовних засобів, що відтворювали б об'єктивну та повну картину подій. З іншого боку, публіцистичній інформації властива експресивна функція впливу на читача, тому необхідність вживання сленгових одиниць, що притаманні в першу чергу розмовному стилю, потрапляючи у публіцистичний текст, надають йому екстралінгвістичного окрасу розмовного стилю – ситуативності, невимушеності, незворотності, багатоканальності.

2.3. Способи перекладу молодіжного сленгу на матеріалі німецької преси

Якщо раніше сленг використовувався у замкнених колах (вікових групах) з метою відокремлення, то сьогодні він поширюється на різні сфери життя. Він широко використовується у мистецтві, у ЗМІ. Ця експансія сленгу пояснюється соціальними причинами, загальними настроями епохи: старі підходи, штампи вже не діють ні у мистецтві, ні у суспільному житті, йде активний пошук нових форм, альтернативних засобів вираження, руйнуються

стереотипи, у тому числі й мовні. Якщо раніше сленг був мовою підлітків, то сьогодні ним не нехтують і дорослі [35, с.8].

Послугуючись класифікацією молодіжного сленгу Ю. Шемчук [43] та виконуючи переклад, використовуючи класифікацію Л. Бархударова [6], ми дійшли висновку, що найбільш розповсюдженими є наступні види перекладу молодіжного сленгу:

1. Дослівний переклад:

Respekt muss man sich erarbeiten, auch als Prof (UNICUM) – Повагу слід заслужити, навіть коли ти **професор**. Наведена лексема *Prof* була перекладена з використанням дослівного перекладу. Але ми використали також трансформаційний переклад. Було застосовано лексико-семантичну трансформацію (додавання слів, а саме займенника «ти»), а також граматичну трансформацію (вилучення граматичної одиниці, а саме – займенника «man»). Даний вислів вживається у вільній, неформальній атмосфері у довірливих взаємовідносинах між співрозмовниками.

У наведеному прикладі вживається скорочення, що є типовим для молодіжного сленгу. Сленгове слово *Prof* – це скорочення від слова «Professor». Молодь не є єдиною групою, тому спостерігаються певні відмінності між віковими та соціальними групами, що впливає й на мову. У даному випадку речення вживає молода людина, що відноситься до третьої групи за віком – пізній юнацькій вік («Postadoleszenz») – від 19 до 25 років. За соціальним статусом мовець – студент. Використання молодіжного сленгу слугує свідченням приналежності до своєї групи – таким чином студенти розпізнають один одного.

Застосування молодіжного сленгу всередині групи служить також для підтримки престижу і статусу в колі товаришів, таким чином молоді люди самостверджуються. Автор оригіналу використовує сленгову лексичну одиницю, оскільки вона більш економічна та зручніша для розмови, ніж нормативна стандартна мова; сленг краще пристосований для вираження особистих почуттів і настрої, до того ж він сприяє невимушеній обстановці.

Економія мовних засобів, емоційність та виразність – це головні характеристики й публіцистичного стилю.

Hey, lass uns ma wieder in die Disco gehn, die mein Kumpel so cool findet! (Fudder) – **Привіт**, давай-но підемо знову на **дискотеку**, яку мій **друг** вважає такою **крутою**. Даний фрагмент рясніє молодіжним сленгом. Перша лексема *Hey* перекладена дослівно з англійської мови, як і сленгова лексична одиниця *Disco*, що є скороченням від слова «*Diskothek*». Слово *Kumpel* є синонімом до слова *Freund*, тому також перекладено буквально. Сленгове слово *cool*, яке є вже традиційним для німецької мови, ми також переклали дослівно.

Отже, у даному прикладі було застосовано дослівний переклад. Проте ми зробили також й трансформаційний переклад, використавши у наведеному реченні граматичну трансформацію. Ми змінили факультативно порядок слів у реченні. Автор оригінального речення використовує запозичення з англійської мови, аби формою привернути увагу читачів. У даному випадку проявляється бажання молодої людини відокремитися від дорослих, так само як і самовиразитися.

Використання сленгових лексичних одиниць робить мову більш яскравою і виразною, несхожою на «нудну» мову дорослого покоління. Що стосується соціальної приналежності, то молодий чоловік – школяр. За віком мовець належить до другої фази молодості, тобто до підліткового та раннього юнацького віку («*Adoleszenz*») – від 14 до 15 років. Слід зазначити, що автор мови перекладу дотримується критеріїв публіцистичного стилю та застосовує компресію інформації.

2. Описовий або пояснювальний переклад:

Was ist eure Meinung zu Nippelwetter? (Brigitte) – Яка ваша думка щодо **жахливої холодної погоди**? Для відтворення наведеного сленгу застосовано переклад за допомогою лексико-семантичної трансформації: лексичне розгортання, тобто використання замість одного іменника *Nippelwetter* словосполучення «жахлива холодна погода». Тобто у даному випадку було використано описовий переклад, аби уникнути буквалізму. Також ми

використали граматичну трансформацію, а саме – вилучення граматичної одиниці (дієслова-зв'язки «ist»). У наведеному реченні в оригіналі автор, використовуючи цю лексичну одиницю, вдається до компресії інформації й не звертається до засобів виразності.

Про імпліцитність подачі матеріалу німецькою мовою говорить об'єднання декількох слів в одне. У фрагменті українською мовою поєднується стандарт та експресія. У мові перекладу автор використовує засоби виразності (епітети).

Розглядаючи даний приклад з соціолінгвістичної перспективи, слід зазначити, що мовець належить до другої групи молодості – підлітковий та ранній юнацький вік («Adoleszenz») – від 12 до 19 років. Використаний сленг у мові оригіналу характеризується креативністю, мовною економією, свободою, експресивністю та прямоотою.

Schlechte Zeiten für Schlaffis? (Rhein-Neckar-Zeitung) – Погані часи для **слабаків**? Слово *Schlaffi* можна пояснити як «Mensch ohne Dynamik», тобто «людина без динаміки», проте у даному контексті ми застосували описовий та трансформаційний переклади, вдавшись до адаптації, аби уникнути неприродності. Автор речення німецькою мовою вживає молодіжний сленг задля групової вікової солідарності, особливо у відношенні до дорослих носіїв мови.

Автор іронічно, критично, опозиційно ставиться до деяких цінностей світу дорослих. Дана сленгова лексична одиниця носить модний характер і виражає характерне для молоді прагнення до самоствердження, незалежності, максималізму. Надмірна грубість автора пояснюється його збентеженістю. У наведеній ситуації мовець відчуває себе ніяково. Автор даного висловлювання належить до першої групи молодості – «Präadoleszenz», тобто ранній підлітковий вік, підлітку від 11 до 12 років. У наведеному реченні простежується основний стилістичний принцип організації мови в публіцистиці – поєднання стандарту та експресії. Сленг у даному випадку слугує засобом оновлення експресії.

3. Наближений переклад:

*Du bist so **glucosehaltig**?* (Noizz) – Ти такий **солодкий**? У наведеному реченні використовується лексема *glucosehaltig*, що має значення süß (солодкий). Для її відтворення було використано наближений переклад, аби уникнути неприродності та нелогічності вираження у мові перекладу. Також ми вдалися до трансформаційного перекладу – граматичної трансформації. Було вилучену таку граматичну одиницю як дієслово-зв'язку «bist». Дана сленгова лексична одиниця характеризується експресивністю і є зрозумілою для більшості молодих людей, що належать до різних угруповань.

Що стосується фази молодості, то автор належить до раннього підліткового віку, адже автор навчається у школі і йому біля 12 років. Учені називають цю фазу молодості – «Präadoleszenz». Автор поєднує у своєму реченні як стандарти газетно-публіцистичного стилю, так і використовує засоби виразності (епітет). Ще однією характерною ознакою публіцистичного стилю є компресія інформації та передача певної частини повідомлень імпліцитно. Як результат стислості, у наведеному реченні відбувається об'єднання декількох слів в одне.

*Hör mal, **Alter!*** (Süddeutsche Zeitung) – Послухай-но, **батько!** Замість слова *Alter* можна вжити *Dicker/Digga, Brudi*, в Австрії також *Oida*. Наведену лексему перекладено наближено, виходячи з контексту, в якому вона вживається. Також застосовано лексико-семантичну трансформацію – адаптацію. Автор речення належить за віком до першої групи молоді (11–12 років), тобто до раннього підліткового віку – «Präadoleszenz». Даний сленгізм характеризується вторинністю, адже дане слово існує в літературній німецькій мові, проте має інше значення – «вік». Використаний у реченні молодіжний сленг є прямолінійним, спонтанним, експресивним. Молода людина використовує сленгізм, аби «пожартувати» над батьком, роблячи акцент на характерній особливості мови дорослих. Аби виокремитися від світу дорослих, молода людина й використовує даний сленгізм, іронізуючи та проявляючи незалежність. Автор також прагне оживити своє мовлення,

зробити його більш експресивним. За соціальним статусом мовець є школярем. Автор мови перекладу використовує економію мовних засобів та передає повідомлення імпліцитно.

5. Трансформаційний переклад.

Використовуючи класифікацію А. Архипова, за якою трансформаційний переклад розглядається більш детально та перекладацькі трансформації розподіляються на граматичні та лексико-семантичні, ми виконали переклад лексичних одиниць молодіжного сленгу.

Ми робили переклад, використовуючи наступні граматичні трансформації:

1. Додавання граматичних одиниць (сполучників, займенників):

Іменник *Niveaulimbo* відноситься до групи слів, що належать до сфери проведення вільного часу, наприклад: *Niveaulimbo war gestern!* (Jugendmagazin der КН Düsseldorf) – Вчора була **розмова ні про що**. Дана лексема була «словом року» серед молоді Німеччині у 2010 р., її можна перекласти як «пусті балачки». Розглядаючи наведене речення мови оригіналу з соціолінгвістичної перспективи, слід сказати, що мовець за соціальним статусом є студентом. За віком автор належить до третьої фази молодості – пізній юнацький вік («Postadoleszenz») – від 19 до 25 років.

Для відтворення наведеного сленгового слова, ми використали описовий переклад, а також граматичну (додавання лексичних одиниць: частки «ні», прийменника «про» і сполучника «що»; факультативна зміна порядку слів у реченні) та лексико-семантичну трансформації (лексичне розгортання; адаптація). Ми перетворили структуру речення у процесі перекладу через норми мови перекладу.

Лексему *Niveaulimbo* відтворено, використовуючи лексичне розгортання, що полягає в розкритті значення лексичної одиниці вихідної мови за допомогою використання певного словосполучення без істотної зміни значення. У наведеному реченні в оригіналі автор, використовуючи цю

лексичну одиницю, вдається до компресії інформації й не звертається до засобів виразності, але вдається до емоційно-оцінного відтінку.

Hi, i bims. (Märkische Allgemeine Zeitung) – **Привіт, це я.** У цьому прикладі вжито сленгову лексичну одиницю *i bims* та слово *hi*. Словосполучення *i bims* було обрано у номінації «слово року» за версією видання Langenscheidt-Verlag у 2017 р. Синонімом виступають наступні словосполучення «Ich bin» та «Ich bin's». У перекладі застосовано лексико-семантичну (адаптацію) та граматичну трансформації (додавання займенника «це» та вилучення дієслова «бути»).

У другому випадку застосовано дослівний переклад з англійської мови. Зберігаються стилістичні особливості публіцистичного стилю (компресія інформації), а саме: спрощення слів, скорочення, об'єднання декількох слів в одне. Аби привернути увагу читачів, автор мовою оригіналу використовує англіцизм *hi*. Слід зазначити, що автор оригіналу належить до другої фази молодості. Юнаку, що вживає даний вираз, від 15 до 17 років. Дане речення характеризується креативністю, невимушеністю, прагненням до економії мовних засобів.

2. Вилучення граматичних одиниць:

Klamotten sind uns wichtig, insofern haben sie einen großen Wert für uns. (Frankfurter Neue Presse) – **Шмотки** важливі для нас, оскільки мають велику цінність для нас. Іменник *Klamotten* означає «Kleidung» у літературній німецькій мові. Наведене сленгове слово було перекладено дослівно, адже в українській мові також існує синонімічне сленгове слово. Це було зроблено, аби ідіоматизувати переклад, тобто використати слово найбільш уживане в українській мові у цьому контексті. Підліток вживає цей сленгізм, додаючи нове значення до вже існуючого, аби виокремитися та продемонструвати, що він виходець з молодіжної культури і сучасного суспільства взагалі.

У наведеному реченні ми вдалися до граматичної трансформації, а саме – до вилучення граматичної одиниці (дієслова «sind»). З соціолінгвістичної перспективи автор наведеного речення мовою оригіналу за соціальним

статусом є школярем. За віком мовець належить до другої фази молодості – підлітковий та ранній юнацький вік («Adoleszenz») – від 12 до 19 років. Автор поєднує у своєму реченні як стандарти публіцистичного стилю, так і використовує засоби виразності (епітет).

Atze, du bist sooooo süß! (Моро) – **Друже**, ти такийий милий! Лексема *Atze* має значення у німецькому молодіжному слензі «Kumpel, Freund». Отже, речення було перекладено дослівно, з використання трансформаційного перекладу. Ми застосували граматичну трансформацію – вилучення граматичної одиниці (дієслова «bist»). За тематичною класифікацією сленгове лексичне слово належить до групи «коло друзів».

За соціальним критерієм слово слід віднести до шкільної лексики, отже за соціальним статусом автор – школяр. Автор, який вживає даний сленгізм, належить до першої фази молодості – ранній підлітковий вік (11–12 років). Учені називають цей період «Präadoleszenz». Тяга до незалежності від дорослих, особливо, від вчителів і батьків, пошук власного «я», прагнення до самоствердження серед однолітків характеризує даний вік. Саме через бажання не бути зрозумілим, а також через тенденцію економії мовних засобів, школяр використовує лексему *Atze*. У наведеному фрагменті автор поєднує стандарт, характерний для публіцистичного стилю, та експресію, що виражається завдяки вживанню епітету та сленгу. Автор підвищує ступінь значення сленгової лексичної одиниці за допомогою додавання слова «sooooo».

3. Заміни частин мови:

Hey, bekloppter YouTuber-Kinder-Verblöder, hier spricht die Mutti! (Müttermagazin) – **Привіт, дивакуваті діти, що тупіють від YouTube**, це говорить матуся! У реченні наведені лексеми *hey, bekloppt* перекладено дослівно. Сленгова ж лексична одиниця *YouTuber-Kinder-Verblöder* відтворена за допомогою як граматичної, так і лексико-семантичної трансформацій. Було застосовано заміну частини мови (іменник на словосполучення), заміну типу речення (просте речення на складнопідрядне)

та лексичне розгортання з лексичним додаванням слів (сполучника «що» та прийменника «від»). Наведене речення характеризується експресивністю, емоційністю, іронічністю та має образливий відтінок. Використовуючи сленгові лексичні одиниці, автор оригіналу, нагнічуючи ситуацію, підвищує ступінь властивостей сленгових слів. Наведена лексика слугує емоційною розрядкою. У наведеному фрагменті сленгові одиниці використовує мати, якій до 30 років, тобто вона належить до третьої групи – пізній юнацький вік («Postadoleszenz»). Саме в цій фазі, коли інші ще не сприймають молоду людину як дорослу, вона вдається до експерименту з мовою. Автор дотримується критеріїв публіцистичного стилю та застосовує компресію інформації.

«*Geht fit*» *schrieb sie, und damit nahm das Drama seinen Lauf.* (WELT) – «Підходить», – написала вона і драма розпочалась. Автор оригіналу використовує сленгову лексичну одиницю, що має синоніми «geht klar», «passt». Для перекладу речення ми використали як граматичну трансформацію, а саме – заміну частин мови (словосполучення з іменника «Lauf», займенника «sein», дієслова «nehmen» була замінена одним дієсловом «розпочинатися»), так і лексико-семантичну трансформацію: вилучення лексичних елементів («damit», займенник «sein», іменник «Lauf», дієслово «nehmen»), лексичне згортання, тобто використання замість словосполучення «Lauf nehmen» слово «розпочинатися» без суттєвої заміни його значення. Унаслідок чого відбулася стилістична нейтралізація, ми вмотивовано не використали метафору.

Якщо розглянути наведене речення з соціолінгвістичного аспекту, то слід сказати, що мовець належить до третьої фази молодості – «Postadoleszenz», тобто пізній юнацький вік, який триває від 19 до 25 років. За соціальним статусом автор мови оригіналу є школярем. Сленгізм використовується молодою людиною у якості розваги. Автор оригінального тексту дотримується канонів публіцистичного стилю та вживає сленгізм у прямій мові, що привертає увагу читача своєю формою. Мовець поєднує

стандарт, характерний для публіцистичного стилю, та експресію, що виражається завдяки вживанню метафори («*Lauf nehmen*»).

«*Die ist bestimmt **schatzlos**» dachte ich.* (Deutsche Welle) – «Вона точно **незаміжня**», – подумав я. У наведеному прикладі нас цікавить сленгова лексична одиниця. Мовою оригіналу вона має таке пояснення: «*jemand, der single ist*», тобто «той, хто неодружений/незаміжній». Ми зробили переклад речення, використовуючи еквівалентний переклад та застосовуючи лексико-семантичну трансформацію, а саме – адаптацію, адже дослівно сленгізм *schatzlos* можна перекласти як «без приданого». Також ми вдалися до граматичної трансформації: вилучення граматичної одиниці (дієслова «*ist*»), заміна частини мови (артикля «*die*» на займенник «вона»).

Якщо розглянути наведений приклад з соціолінгвістичного аспекту, то можна зробити висновок, що мовець за соціальним статусом – студент. За віком молодшу людину можна віднести до третьої групи, а саме – до пізнього юнацького віку («*Postadoleszenz*») – від 19 до 25 років. Довіра у цій віковій групі відіграє важливу роль. Використовуючи сленгізм, автор оригінального речення виражає іронічне ставлення до себе самого. Простежується бажання автора оригінального тексту бути непідробленим і дотепним, для нього це забава. Він уникає затертих слів та намагається вразити співрозмовника свіжістю та емоційністю вислову.

4. Факультативні зміни порядку слів, членів речення, конструкцій та речень:

*Ohne meine **Gehirnprothese** habe ich bei der **Mathe**-Klausur verloren.* (Zeit) – Без мого **калькулятора** я провалив контрольну з **математики**. Для відтворення застосованих у прикладі сленгових лексичних одиниць було виконано трансформаційний та дослівний переклади. У першому випадку ми використали лексико-семантичну трансформацію, а саме – адаптацію, оскільки в українській мові немає сленгового виразу, що був би синонімічним для слова «калькулятор». Через це був втрачений певний скритий сенс, що несе в собі дана лексема. Підліток напевно хотів донести

думку, що надмірне застосування сучасних гаджетів може призвести до деградації людини, адже буквально слово *Gehirnprothese* перекладається як «протез для мозку».

У другому випадку ми вдалися до дослівного перекладу, адже лексема *Mathe* – це скорочення від слова «Mathematik». Також був зроблений трансформаційний переклад, а саме – граматична трансформація. Була зроблена факультативна заміна порядку слів у реченні. Автор дотримується канонів публіцистичного стилю та вживає перше сленгове слово з іронією, що привертає увагу читача своєю формою.

Розглядаючи наведений приклад використання молодіжного сленгу, слід звернути увагу на соціолінгвістичний аспект. Дані сленгові одиниці характерні для учнівської молоді, адже з ними школяр зустрічається майже не кожного дня, бачить їх. Якщо аналізувати наведене речення за віком мовця, то він належить до другої фази молодості – підлітковий та ранній юнацький вік («Adoleszenz») – від 12 до 19 років. Дані сленгові одиниці у мові оригіналу характеризуються простотою, експресивністю та емоційністю і дуже легко пристосовуються до шкільного уживання.

Ich schlug ihr vor, lieber looten zu gehen. (YAEZ) – Я їй запропонував краще **сходити за покупками**. Наведена сленгова лексична одиниця є запозиченням з англійської мови та означає німецькою мовою «einkaufen gehen», тобто ходити за покупками. Під час перекладу ми використали еквівалентний переклад – підібрали відповідний еквівалент українською мовою та зробили літературний переклад з мови оригіналу. Також ми зробили трансформаційний переклад, а саме – граматичну трансформацію (факультативна заміна порядку слів у реченні).

Якщо розібрати даний приклад з соціолінгвістичної перспективи, то можна зробити висновок, що мовець належить до третьої групи молоді, що перебуває у третій фазі молодості, що називається пізній юнацький вік («Postadoleszenz») – від 19 до 25 років. За соціальним статусом мовець – школяр, що захоплюється комп'ютерними технологіями. Молода людина

використовує німецький молодіжний сленг, адже прагне до стислості та виразності. У мовця є бажання по-своєму назвати предмет і його властивості. Це є своєрідним протестом проти системи та суспільства. Наведена сленгова лексична одиниця носить модний характер і є престижною, що пояснюється властивим для юнацтва прагненням до самоствердження, незалежності, нігілізму і максималізму. Автор оригіналу дотримується критеріїв публіцистичного стилю та застосовує компресію інформації.

Was guckst du, Lan? (New-communication) – Що ти дивишся, **чувак**? У даному реченні наведено лексему *Lan*, яка перекладена за допомогою лексико-семантичної трансформації, а саме – смислового узгодження. Ми зробили переклад наведеного слова не на основі словникових відповідників, а на основі контексту. Дана лексема є запозиченням з іншої мови – з турецької. Наведена сленгова одиниця несе в собі експресивність. У початковому варіанті дане слово є нецензурним, а також містить образливий відтінок. Таким словом у Туреччині називають людей, що є гомосексуальними. Ми зробили також граматичну трансформацію – факультативну заміну порядку слів у реченні. Дане речення було вжито підлітками, аби проявити себе і показати свою значимість.

Даний приклад демонструє, що на формування німецького молодіжного сленгу впливають соціальні відносини, тобто екстралінгвістичний фактор. За віковими ознаками автор мови оригіналу належить до другої групи – підлітковий та ранній юнацький вік («Adoleszenz»), який триває від 12 до 19 років. З цього випливає, що молодіжний сленг вживає учень школи. Мова молодої людини відрізняється підвищеною емоційністю та наявністю суб'єктивного моменту. Стилiстичні особливості публіцистичного тексту повністю дотримані: автор передає інформацію стисло й імпліцитно, використовуючи еквівалент молодіжного українського сленгу.

Bei mir sieht das besser aus, du hässlicher Lauch! (Hannoversche Allgemeine Zeitung) – У мене це краще виходить, ти, мерзенний **ідіот**! У

літературній мові слово *Lauch* означає «цибулю», але у даному випадку ми використовуємо трансформаційний переклад, застосовуючи лексико-семантичну трансформацію (адаптацію), а також компенсацію, знайшовши відповідник у мові перекладу. Ми використали також граматичну трансформацію, факультативно змінивши порядок слів у реченні. Що стосується віку та статі автора, то автором висловлювання є дівчина, якій 19–20 років. Отже, вона належить до третьої групи під назвою «Postadoleszenz», тобто пізній юнацький вік. Автор оригінального тексту використовує сленг як інструмент протесту на архаїчну мову «предків», змінюючи значення слова, адже сленгова лексична одиниця несе в собі додаткову інформацію, що є відсутньою у стандартному розумінні слова.

Автор проявляє зухвалість, зневагу по відношенню до співрозмовника. Тренд аутентифікації ярко виражений у цьому конкретному реченні. Дане речення з використанням молодіжного сленгу характеризується креативністю, оцінним характером, експресивністю, емоційністю та прямолінійністю. Наведений приклад вживання сленгової одиниці підтверджує той факт, що у газетному тексті майже відсутні нейтральні епітети, більшість епітетів мають яскраво виражений оцінний характер, за допомогою яких публіцист виражає свою негативну оцінку людини.

5. Зміна кількості та типів речення:

Er ist eigentlich ein Ehrenmann gewesen. (Focus) – Він став, власне кажучи, тим, хто зробив для мене дещо особливе. Лексема *Ehrenmann*, що вживається у реченні, стала «словом року» серед німецької молоді у 2018. Дану лексему можна перекласти як «джентльмен», але у даному випадку ми застосовуємо описовий переклад, а також граматичну і лексико-семантичну трансформації для відтворення лексеми. Було використано додавання лексичних одиниць (сполучника «хто», прийменника «для», займенника «мене»), заміну частин мови (іменника на словосполучення), зміну типу речення (простого речення на складнопідрядне), а також лексичне

розгортання, тобто використання замість слова – словосполучення, що має тотожне значення.

Переклад складного слова молодіжного сленгу німецької мови було зроблено описово, що не є типовим для публіцистичного стилю, що прагне передавати повідомлення стисло. Проте кліше, характерні для цього стилю, були використані у мові оригіналу. За соціальним критерієм дана лексична одиниця належить до молодіжного сленгу, що є зрозумілим у різних підгрупах. За темою, за якою групується молодіжний сленг, дане слово належить до теми «відносини». Якщо розглядати наведене речення з соціолінгвістичного аспекту за критерієм віку, то слід сказати, що автору оригіналу від 19 до 25 років, тобто він знаходиться у третій фазі молодості, яка називається «Präadolenz», тобто пізній юнацькій вік.

У процесі роботи ми зробили переклади, використовуючи також лексико-семантичні трансформації:

1) Адаптація:

Da kommt unser Kreidekratze. (Bundfalte) – Ось іде наш npenod. У наведеному реченні сленгізмом виступає іменник *Kreidekratze*, що на молодіжному сленгі означає «вчитель». Для відтворення наведеної лексеми застосовано трансформаційний переклад за допомогою лексико-семантичної трансформації, а саме – адаптації. Якщо розглянути наведене речення з соціолінгвістичного погляду, то зрозуміло, що мовець за своїм соціальним статусом є школярем. Дана лексема вживається учнем середньої школи. За віком мовець належить до другої фази молодості, тобто йому від 12 до 19 років. Цю фазу вчені називають підлітковим та раннім юнацьким віком («Adoleszenz»).

Використаний сленгізм відображає специфіку життя даного покоління молоді; з цієї точки зору він служить як для відмежування від світу дорослих, так і для групової ідентифікації та для розмежування цієї групи молоді. Наведена сленгова лексична одиниця мови хоча і спирається на структуру і словниковий запас стандартної мови, але відхиляється від нього. Сленгова

лексична одиниця характеризується вторинністю, синонімічністю, адже існує слово *der Lehrer*. Для вираження свого обурення, учень використовує в'їдливе, образливе, грубе слово, тому дане сленгове слово має емоційну забарвленість. У наведеному реченні поєднується стандарт та експресивність, що є типовим для газетно-публіцистичного стилю.

Boah ey, die Einladung zum Offenburger Neujahrsempfang ist dieses Jahr voll krass! (Badische Zeitung) – **Вау**, запрошення на зустріч Нового року у Оффенбурзі цього року дуже **кльове**. Сленгове слово *boah ey* набуло популярності у 90-ті рр. ХХ ст. у Німеччині та означає вигук здивування. У даному випадку було застосовано лексико-семантичну трансформацію – адаптацію – задля заміни невідомого відомим. Лексема *krass* перекладена за допомогою еквівалента «кльово», тобто був використаний дослівний переклад з однієї мови на іншу. Ми вдалися до граматичної трансформації: змінили порядок слів у реченні, вилучили граматичну одиницю – дієслово-зв'язку («ist»), зробили заміну частини мови (прикметник «Offenburger» на іменник «Оффенбург»).

Автор оригіналу використовує сленг, аби додати емоційності реченню. Сленг передає суб'єктивні почуття та настрої мовця, який вживає дане слово для оригінальності, неповторності та креативності. У наведеному прикладі є мовна жвавість, що відрізняє молодіжний сленг від мови дорослих. Стилистичні особливості публіцистичного тексту повністю дотримані: автор передає інформацію стисло й імпліцитно, використовуючи лінгвістичні засоби (епітети). Слід додати, що автор для підвищення ступеню значення лексичної одиниці додає слово *voll*, застосовуючи його перед «модним словом» *krass*, яке привертає увагу читачів своєю формою, хоча дане слово й увійшло вже до повсякденного вжитку не лише молодих людей. Слід зазначити, що автор належить за віком до третьої групи молоді, яким від 19 до 25 років. Учені називають цей період у житті людини пізнім юнацьким віком («Präadolenz»).

«*Was ist das für 1 life?*» (GIGA) – «Серйозно?». Наведене речення мовою оригіналу виражає подив та здивування від незвичайної ситуації. Уперше даний вираз був вжитий австрійським репером Money Boy (2016) і поєднав німецьку та англійську мови, де числівник 1 виступає еквівалентом неозначеного артикля. У реченні використовується наближений переклад, який характеризується можливістю перекладати сленгові словосполучення не дослівно, а використовуючи сленгові лексичні одиниці мови перекладу.

Мовою перекладу автор вдається до перефразування та лексико-семантичної трансформації, а саме – адаптації. Розглядаючи наведене речення з соціолінгвістичного аспекту, слід назвати соціальний статус мовця. Автор оригіналу – син, що захоплюється музикою. За віком молода людина належить до другої фази молодості, підлітковий та ранній юнацький вік («Adoleszenz») – від 12 до 19 років.

Автор оригіналу використовує сленг у розмові з батьками через необхідність «самозахисту». Молодий чоловік протестує та відмежовується від світу дорослих, а мова служить знаряддям захисту і протесту проти оточення і його норм. Дотримані мовні особливості публіцистичного стилю. Автор мови перекладу застосовує кліше та скорочення для економії мовних засобів, натомість автор мови оригіналу використовує сленгові словосполучення з англіцизмом, аби привернути увагу читачів.

Achtung, die Bullen kommen! (Wissenschaft) – Увага, менти йдуть! Лексема *Bulle* у літературній німецькій мові означає «бик», проте у відношенні до поліції вживається грубо. У реченні для перекладу наведеної лексеми було застосовано наближений переклад, а також використано лексико-семантичну трансформацію (адаптацію) задля уникнення нелогічності вираження. Якщо розглядати речення з соціолінгвістичного аспекту, то слід вказати соціальне походження мовця. Автор оригінального тексту належить до кримінального угруповання, проте використаний сленгізм є характерним та зрозумілим не лише для молодіжної мови, а й для широкого загалу. Автором є підліток віком від 13 до 15 років, який

знаходиться у другій групі за віком – підлітковий та ранній юнацькій вік («Adoleszenz»). Підліток є конфліктним та нестриманим, тому там, де він не може знайти «вихід» зі свого становища, він допомагає собі «своєю» мовою, яка збагачена лайливими словами.

Запозичення із загальнолітературної мови з переосмисленням його значення допомагає автору оригінального тексту висловити своє обурення, передати свої емоції й здивування. Лексика даної соціальної групи є насиченою, виразною, слугує для більшої виразності мови. У наведеному фрагменті автор поєднує стандарт, характерний для публіцистичного стилю, та експресію, що виражається завдяки вживанню порівняльного сленгізму.

2. Додавання слів, словосполучень і речень:

Hamburger Abiturienten kriegen bessere Mathe-Noten. (Bild) – Абітурієнти з Гамбурга отримують кращі оцінки з **математики**. Лексема *Mathe* – це скорочення від слова «Mathematik». Для відтворення сленгової лексичної одиниці ми використали дослівний переклад. Учні досить часто скорочують слова, спрощують граматику та намагаються виокремитися від інших. Ми застосували лексико-семантичну трансформацію – додавання лексичної одиниці (прийменник «з»), а також граматичні трансформації, а саме – факультативну заміну порядку слів та заміну частини мови.

З соціолінгвістичної перспективи мовець за своїм соціальним статусом є школярем. За віком мовець належить до третьої фази молодості – пізній юнацькій вік («Postadoleszenz»). Шкільний сленг окреслює для інших людей приблизний вік мовця та є засобом самовираження. Автор даного речення вдається до усічення, аби передати сенс речення стисло, що є характерним для газетно-публіцистичного стилю. Така економія мовних засобів має свої переваги: такі сленгізми коротші, зручніші для поєднання з іншими словами.

«*Wir wollen uns heute um 180 Grad drehen und voll **reinhämmern**», kündigte Tedesco an.* (Berliner Zeitung) – «Зараз ми хочемо повернутися на 180 градусів та **працювати на усі 100 відсотків**», – заявив Тедеско. Дієслово *reinhämmern* є синонімом до слова «arbeiten», українською мовою його

можна перекласти таким чином: «надриватися» чи «рвати жили». Перекладаючи даний фрагмент, ми застосували як описовий, так і трансформаційний переклади. Було використано граматичну та лексико-семантичну трансформації. До способів трансформацій належать: додавання лексичних одиниць (прийменника «на», числівника «100», іменника «відсотки»), лексичне розгортання. Була виконана конкретна граматична трансформація – факультативна заміна порядку слів у реченні.

Дана сленгова лексична одиниця характеризується експресивністю і є зрозумілою більшістю молодих людей, що належать до різних угруповань. У розмові студента з батьками мовець звертається до «своїї» мови саме в цьому випадку, тому що відчуває необхідність у самозахисті.

Сленг виступає у цьому реченні як вторинна назва вже існуючих речей, що є метафоричним та іронічним, що замінює відоме традиційне літературне слово. Наведений приклад слід проаналізувати також з соціолінгвістичної перспективи. Мовець мови оригіналу за віком належить до третьої фази молодості – пізній юнацькій вік («Postadoleszenz»), тобто мовцю приблизно від 19 до 25 років. За соціальним статусом мовець є студентом. У наведеному фрагменті автор поєднує стандарт, характерний для публіцистичного стилю, та експресію, що виражається завдяки вживанню метафори та слова «voll», що підсилює емоційність речення у мові оригіналу.

*Könnte gut sein, dass Sie diese Zeilen gerade beim **Fernschimmeln** lesen.* (Abendzeitung) – Могло б бути добре, якщо б Ви ці рядки прочитали якраз під час **відпочинку у незвичному місці**. Сленговий лексичний елемент *Fernschimmeln* німецькою мовою означає «Chillt man nicht am gewohnten Platz», тобто «відпочивати не в звичному місці». Ми зробили переклад сленгової лексики, використовуючи трансформаційний та описовий переклади. У даному прикладі було використано лексико-семантичну трансформацію (додавання лексичних одиниць: іменників «відпочинок», «місце»; прийменника «у»; прикметника «незвичний»; сполучника «якщо»; лексичне розгортання). Це було викликано прагненням зробити більш

зрозумілим зміст речення, що перекладається. Також ми вдалися до граматичної трансформації – факультативної зміни порядку слів у реченні.

Якщо поглянути на дане речення з соціолінгвістичної перспективи, то за соціальним статусом мовець належить до представників ЗМІ – журналістів. За віком молодій людині від 19 до 25 років, тобто вона знаходиться у третій фазі молодості, яку вчені називають пізній юнацький вік («Postadoleszenz»). Молодий чоловік прагне до наочності у мові, до алегорії, наслідування задля підвищення соціального та культурного престижу.

Du bist so verbuggt, du nervst! (Noizz) – Ти такий **недолугий**, ти мене дратуєш! Сленгова лексична одиниця *verbuggt* означає «voller Fehler, falsch gestrickt». Для відтворення виділеної лексеми були використані дослівний та трансформаційний переклади. Ми використали граматичну трансформацію, а саме – вилучення граматичної одиниці (дієслова-зв'язки «bist»). Також застосували лексико-семантичну трансформацію, а саме – додавання слова (займенника «мене»).

Розглядаючи речення з соціолінгвістичної перспективи, з контексту стає очевидним, що автором є дівчина, яка знаходиться у третій фазі молодості, тобто належить до групи «Postadoleszenz» – пізній юнацький вік, оскільки автору висловлювання 19 років. У даному випадку молодіжний сленг слугує засобом для виплеску емоцій та має терапевтичний ефект. Вживаючи сленгізм, автор більш конкретно, емоційно й забарвлено висловлює свою думку, уникаючи абстракцій та описувань літературної мови.

Автор оригіналу застосовує сленгову лексичну одиницю, аби продемонструвати значну свободу спілкування. Його мова фривольна, демократична, що демонструє значну довіру до співрозмовника. Молодіжний сленг дозволяє краще передати почуття та настрої автора, у даному випадку – це обурення і невдоволення. Наведений сленгізм у реченні оригіналу можна охарактеризувати як підвищено емоційне, гіперболізоване, негативно оцінене слово. У наведеному реченні автор мови перекладу застосовує

відповідник для економії мовних засобів та передає повідомлення стисло, застосовуючи кліше, характерне для газетно-публіцистичного стилю.

3. Вилучення лексичних елементів:

Da hebst du die Textmarkeraugenbrauen, Bruh!(Kölner Stadt Anzeiger) – Ти підкреслюєш **брови наче текстовим маркером, сiстер!** Даний фрагмент сповнений молодіжним сленгом, що підходить також для опису зовнішнього вигляду. Сленгова лексема *Textmarkeraugenbrauen* означає німецькою мовою «stark betonte Augenbrauen in Strichform bei Mädchen», тобто «сильно підкреслені брови у формі лінії у дівчат». Це складне слово (Kompositum) складається з двох частин: «Textmarker» і «Augenbrauen». Наступна сленгова лексична одиниця *Bruh* – це скорочення англійського слова «Brother», тобто німецькою мовою означає «Bruder». Вживання даного слова є особливо популярним серед американських реперів та хіп-хоп-виконавців.

У наведеному реченні ми вдалися до описового та еквівалентного перекладів лексичних одиниць, що використовуються у мові німецької молоді. Представлені лексеми *die Textmarkeraugenbrauen, Bruh* ми переклали за допомогою лексико-семантичної трансформації, а саме – адаптації у другому випадку та лексичного розгортання – у першому. Також ми вилучили лексичний елемент (прислівник «da»), використали граматичну трансформацію – додавання лексичних одиниць (сполучник «наче»).

У другому випадку ми вдалися також до антонімічного перекладу, виходячи з контексту повідомлення. Розглядаючи наведене речення з соціолінгвістичної перспективи, можемо сказати, що мовець належить до другої групи молоді, що знаходиться у другій фазі молодості, яку вчені називають «Adoleszenz», тобто підлітковий та ранній юнацький вік – від 12 до 19 років. За соціальним статусом юнак є учнем музичної школи.

Автор оригіналу застосував виразну, ярку метафору та англiцизм, аби привернути увагу читачів. Використання сленгу засвідчує той факт, що мовець намагається відійти від нудного світу дорослих завдяки невимушеному молодіжному сленгу. Головне те, що автор відходить від

буденності та вдається до мовної гри та іронії. Автор в оригіналі передає повідомлення імпліцитно, вдаючись до компресії інформації, що є характерною рисою публіцистичного тексту.

4. Лексичне розгортання:

Stellt euch vor, während der Abi-Mottowoche gäbe es den «Neger-Tag». (Spreewild) – Уявіть собі, під час **мотиваційної неділі для складання випускних екзаменів** проводиться день чорношкірих. Використана лексема *Abi-Mottowoche* була перекладена українською мовою за допомогою описового та трансформаційного перекладів. У реченні ми вдалися до граматичної та лексико-семантичної трансформацій. Аби подолати розбіжність мовних норм для оформленні даної лексеми, було використано такі трансформаційні способи: додавання лексичних одиниць (прийменника «для», іменника «складання»), лексичне розгортання і заміна частин мови, аби зробити зрозумілішим зміст речення, що перекладається. Ми також зробили факультативну заміну порядку слів у реченні.

Розглядаючи сленг, використаний у мові оригіналу, з погляду соціолінгвістики слід сказати, що мовець є школярем вищої школи. За віком мовець належить до другої фази молодості – від 12 до 19 років, тобто підлітковий та ранній юнацький вік («Adoleszenz»). Дана лексема вживається підлітком задля виокремлення себе та як засіб протиставлення себе старшим поколінням. У наведеному реченні автор застосовує скорочення для економії мовних засобів та передає повідомлення стисло, застосовуючи кліше, характерні для газетно-публіцистичного стилю.

Die schwächlichen «Bohrkrücken», sprich Benziner brillierten nur mit Flexibilität, tiefem Preis und grösserer Reichweite. (Automobilreueu) – Слабкі «колимаги», тобто автомобілі з бензиновим двигуном, виокремлювалися лише універсальністю, великою ціною та більшим пробігом. Для відтворення сленгової лексичної одиниці *Bohrkrücken* було використано наближений та трансформаційний переклади (адаптація), аби уникнути буквалізму та неясності.

Ми вдалися до лексико-семантичної трансформації при перекладі, а саме – до лексичного розгортання, вживши замість слова «Benziner» словосполучення «автомобілі з бензиновим двигуном», що має таке ж значення. Дане слово є зрозумілим широкому загалу й використовується людьми різних категорій у повсякденному житті, але найбільше серед молоді, що цікавиться автомобільною тематикою, отже за соціальним статусом автор є студентом, що цікавиться автомобілями.

У наведеному фрагменті сленгову лексичну одиницю вживає юнак, що належить до третьої групи – пізній юнацькій вік – «Präadolenz». Найголовніший мотив у використанні молодіжного сленгу – потреба у самоствердженні та самоідентифікації. Слово *Bohrkrücken* характеризується експресивністю та емоційністю, тому воно було перекладено еквівалентно, послуговуючись українським молодіжним сленгом.

«*Hallo, i bims!*» rief ich *lit*, als ich meine *Squad* sah.(Focus) – «Привіт, **це я!**», – закричав я **дуже радісно**, коли побачив свою **чудову компанію**. Сленгові лексичні одиниці у цьому реченні належать не лише до слів, що виражають оцінку, а ще й до словосполучень, що виражають вітання, та слів, що називають людей. Синонімом до сленгового слова *lit* виступають наступні слова: «toll», «super», «schön», «sehr cool». Автор наведеного прикладу – австрійській репер Money Boy, який вживає дану лексему у своїх відео на різних каналах в Інтернеті, але витoki даного слова сягають англійської мови. Лексема *Squad* німецькою літературною мовою означає «soole Gruppe». Синонімом для словосполучення *i bims* виступають словосполучення «Ich bin» та «Ich bin's». Наведені сленгові одиниці було перекладено за допомогою дослівної та лексико-семантичної трансформацій: додавання лексичних одиниць (прикметника, прислівника) та адаптації, лексичного розгортання. У мові перекладу відсутня стилістична спеціалізація.

Автор вмотивовано позбавив речення зайвої емоційності та експресивності, що є характерною рисою молодіжного сленгу. Ми також

використали граматичну трансформацію, вилучивши граматичну одиницю (займенник «ich»). У мові перекладу дотримано норм публіцистичного стилю. У наведеному реченні автор подає інформацію, використовуючи кліше. Проте мовою оригіналу автор речення вдається до мовної гри, що відображає потребу молодих людей у грі та гуморі, а також створення чогось свого, оригінального. Речення сповнене експресивності та є емоційно забарвленим.

Якщо поглянути на дане речення з соціолінгвістичної перспективи, то за віком мовець належить до групи молоді, що знаходиться у другій фазі молодості, яка має назву «Adoleszenz», тобто підлітковий та ранній юнацький вік, що охоплює вік від 12 до 19 років. За соціальним статусом мовець є учнем музичної школи, який використовує молодіжний сленг у якості засобу спілкування з однолітками. Наведене речення мовою оригіналу характеризується імпліцитністю повідомлення інформації та економією мовних засобів. Автор оригіналу використовує англіцизм, що є відомим у хіп-хоп середовищі, аби привернути до себе увагу.

Was bramarbasierst du, Speckbarbie? (Spiegel) – **Що ти вихваляєшся, жирна барбі?** У цьому прикладі ми застосовуємо описовий та трансформаційний переклади, адже лексема *Speckbarbie* означає товсту яскраво одягнену білявку. Для перекладу лексеми ми вдалися до адаптації, замінивши незвичне звичним. Також ми використали граматичну трансформацію, а саме – факультативну заміну порядку слів у реченні та заміну частини мови (іменника «*Speckbarbie*» на прикметник з іменником «жирна барбі»). У наведеному прикладі було застосовано й лексико-семантичну трансформацію, а саме – лексичне розгортання. Ми використали замість сленгового слова «*Speckbarbie*» словосполучення «жирна барбі», але без суттєвої заміни його значення.

Автор використовує дану сленгову лексичну одиницю, аби вербально висловити накопичену агресію. Лайливе слово допомагає молодій людині, у даному випадку хлопцю, проявити себе. Автор оригіналу використовує сленг

зادля вираження емоційно-експресивної оцінки соціальних, етичних норм суспільства, висміяти його мовні умовності та авторитети. Молодь любить створювати щось своє, несхоже ні на що інше. Дане слово є зрозумілим лише його оточенню та людям, що мають схожі з мовцем риси характеру.

Якщо поглянути на наведений приклад у соціолінгвістичному аспекті, то слід сказати, що мовець належить до другої фази молодості – до підліткового та раннього юнацького віку («Adoleszenz»), представникам якої від 12 до 19 років. Сленг мовою оригіналу можна охарактеризувати як креативний, експресивний, емоційний, яскравий, невимушений й прямолінійний, хоча й дещо грубий. Автор оригіналу вдається до лексичного новоутворення й об'єднання декількох слів в одне. Автор мови перекладу також дотримується мовних особливостей публіцистичного стилю, як і автор оригіналу, використовуючи оцінну лексику, що має яскраве емоційне забарвлення, а також скорочення.

*Der blöde **Snackosaurus** hat schon wieder mein Salamibrot gegessen!* (Noizz) – Дурний **ненажера** вже знову з'їв мій бутерброд з салями! Під час перекладу українською було використано наближений переклад, оскільки у літературній мові оригіналу лексема *Snackosaurus* позначає людину, яка багато їсть. Для відтворення наведеного сленгу було застосовано лексико-семантичну трансформацію, а саме – адаптацію, адже наближений переклад характеризується можливістю перекладати сленг не буквально, а використовуючи сленг мови перекладу. Ми використали граматичну трансформацію, а саме – факультативну заміну порядку слів у реченні. Також було застосовано лексико-семантичну трансформацію (лексичне розгортання), тобто ми використали замість слова «Salamibrot» словосполучення з подібним основним значенням – «бутерброд з салями».

Автор висловлювання, як і перекладач, вдається до економії мовних засобів. Публіцист мовою оригіналу застосовує лексичне новоутворення для привертання уваги читачів. Дана сленгова лексична одиниця є більш експресивною, ніж її літературний відповідник. Автор прагне до образного

висловлювання своїх думок, до конкретної передачі свого ставлення до навколишнього світу. Експресивність сленгізму спирається на дотепність, несподіваність, забавне спотворення. У даному реченні поєднується стандарт та експресивність, що є типовим для газетно-публіцистичного стилю. Автор застосовує як кліше, так і епітети та метафору. Штучно створене слово виникло у мові, тому що молодь завжди мала бажання створювати щось нове, а найголовніше – «власне». У наведеному прикладі ми маємо змогу прослідити бажання молодих людей вигадувати, грати, створювати щось абсурдне. Автором наведеного речення є юнак, якому 18 років. Отже, він належить до другої групи молоді за віком, тобто до «Adoleszenz» – підліткового та раннього юнацького віук.

«*Ahnma*» *schrie ich.* (Thüringer Allgemeine) – «Спробуй-но зрозуміти», – закричав я. Сленгова лексична одиниця *ahnma* літературною німецькою мовою означає «Versuche, es zu verstehen». Наведене речення у контексті вживається грубо. Сленг *ahnma* – це скорочення від «*ahne mal*», тобто перефразовано від «(er)ahne das mal». Дана сленгова лексична одиниця є більш експресивною, ніж її літературний відповідник. У реченні для перекладу наведеної лексеми було використано трансформаційний переклад, а саме – лексико-семантичну трансформацію (лексичне розгортання): додавання слів та лексичних одиниць. Це зроблено, аби розкрити значення лексичної одиниці вихідної мови за допомогою використання певного словосполучення без істотної зміни значення.

Українською мовою автор вживає підсилюючу частку «но». Проте у наведеному реченні в оригіналі автор вдається до компресії інформації й не звертається до засобів виразності. Якщо розглядати наведене речення мовою оригіналу з соціолінгвістичної перспективи, то слід вказати вік мовця. За віком автор знаходиться у третій фазі молодості, що називається пізній юнацькій вік («Postadoleszenz») – від 19 до 25 років. За соціальним статусом молода людина – дружина.

Сленгова одиниця характеризується яскравою образністю, підвищеною виразністю, спрощена побудова слова. Даний сленгізм використовується для спілкування між групами молоді і є загально зрозумілим. У наведеному реченні автор вдається до компресії інформації й звертається до засобів виразності, використовуючи сленгову лексичну одиницю, що є характерною рисою публіцистичного стилю.

5. Лексичне згортання:

*Ein mutiges Mädel auf der Suche nach dem **Erzeuger*** (Braunschweiger Zeitung) – Відважна дівчина розшукує **батьо**. Для відтворення іменника *Erzeuger* мовою перекладу, ми вдалися до лексико-семантичної трансформації, а саме – адаптації задля уникнення буквалізму. Таким чином, у наведеному прикладі був використаний наближений переклад. Також ми використали лексичне згортання як один із видів лексико-семантичної трансформації, тобто ми вжили замість словосполучення «auf der Suche» слово «розшукувати» майже без суттєвої заміни його значення.

Застосоване сленгове слово характеризується експресивністю, невимушеністю, доходить навіть до вульгаризму. Відповідно до віку за соціальним критерієм цей сленг належить до молодіжного сленгу школярів. Молода людина знаходиться у другій фазі молодості, що називається «Adoleszenz», тобто автору від 12 до 19 років. Для цього віку характерно вживати сленг, аби продемонструвати його утилітарність, доступність, легкість та навіть гнучкість. Це певний виклик зі сторони мовця обридлому стереотипу норми та логіки спілкування. Дана сленгові лексична одиниця вражає своєю справжністю та натуралістичністю, її аморальність приголомшує, хоча вона щира та відверта. Стилiстичні особливості публіцистичного тексту мови перекладу повністю дотримані: автор передає інформацію стисло й імпліцитно, використовуючи лінгвістичні засоби (епітет «відважна»).

Sumpfsiege wartet auf Wind. (Tagesspiegel) – **Мимра** чекає прозорого вітру. Для відтворення наведеної лексеми було використано наближений та

трансформаційний переклади. Був застосований один із способів лексико-семантичної трансформації – адаптація, аби використати найбільш влучне слово у даній ситуації та уникнути більш лайливого слова з погляду на етичні норми. Ми використали граматичну трансформацію, а саме – вилучення граматичної одиниці (прийменника «auf») з мови оригіналу. Було застосовано й лексико-семантичну трансформацію, а саме лексичне згортання. Ми використали замість дієслова з керуванням («wartet auf») лише слово («чекає») без суттєвої заміни значення. Автор оригіналу вживає даний сленгізм задля протесту проти системи, проти суспільства. Дане слово є виразним, креативним, емоційним, прямолінійним.

Автор належить до третьої вікової групи (від 19 до 25 років), що має назву «Präadolenz», тобто пізній юнацький вік. Слід зазначити, що наявне бажання молодої людини виокремитися й по-своєму назвати особу та її риси характеру. При цьому автор робить це лаконічно, вдаючись до економії мовних засобів. Дана риса є характерною і для публіцистичного стилю. Лексичне новоутворення за допомогою злиття двох слів зробило речення більш емоційно забарвленим, хоча й дещо лайливим.

6. Стилїстична спеціалізація:

Knete, Kies und Zaster – Woher kommt das Geld? (Demokratiewebstatt) – **Гроші, грошенята і бабки** – Звідки родом гроші? Даний фрагмент сповнений молодіжним сленгом. У наведеному реченні ми вдалися до еквівалентного перекладу лексичних одиниць, що використовуються у мові німецької молоді. Представлені лексеми *Knete, Kies, Zaster* ми переклали за допомогою лексико-семантичної трансформації, а саме – адаптації та стилїстичної спеціалізації, адже замість нейтрального засобу використовується елемент з емоційно-оцінним відтінком. Автор використовує економію мовних засобів та передає повідомлення імплїцитно.

У даному прикладі молодіжний сленг поєднує лексичні та структурні спільні характеристики й інших підгруп. Відповідно до віку автора за соціальним критерієм дані сленгові одиниці належать до мови студентства.

Мовець знаходиться у третій фазі молодості – пізній юнацькій вік («Postadoleszenz»), тобто мовцю від 19 до 25 років. Використані у даному фрагменті сленгові одиниці є характерними для публіцистичного стилю і характеризуються креативністю, експресивністю, емоційністю, жвавистію.

7. Генералізація:

*Während er mir etwas von **Merkules** erzählte, sah ich aus dem Augenwinkel, wie etwas neben uns zu Boden fiel.* (Braunschweiger Zeitung) – У той час, коли він мені щось розповідав **про чиновника-героя, що займається міфічними справами**, я побачила краєм ока як щось впало біля нас. Сленгова лексична одиниця, що використовується автором мовою оригіналу, складається з двох слів «Merkel» і «Herkules» та є складним словом (Kompositum). Дане словосполучення означає «eine Verbindung des Namens mit dem berühmten Helden, der scheinbar unlösbare Aufgaben erfüllen musste», тобто «зв'язок імен з відомими героями, які, здається, повинні виконувати завдання, що не можна розв'язати». Для відтворення застосованої у прикладі сленгової лексичної одиниці було виконано трансформаційний та описовий переклади, тобто була зроблена лексична заміна з генералізацією, яка супроводжувалася лексичним додаванням і була побудована за принципом визначення поняття.

Ми використали як лексико-семантичну трансформацію, а саме – лексичне розгортання та вилучення лексичних елементів («zu Boden»), так і граматичні: заміна типу речення, додавання лексичних одиниць (сполучника «що», прийменника «про», прикметника «міфічний», дієслова «займатися», іменників «чиновник», «герой», «справи»; факультативна заміна порядку слів у реченні).

Якщо розглянути наведене речення з соціолінгвістичної перспективи, то слід вказати, що мовець за соціальним статусом є працівник ЗМІ. За віком молода людина знаходиться на третій фазі молодості, тобто належить до пізнього юнацького віку («Postadoleszenz») – від 19 до 25–30 років. Автор оригіналу дотримується публіцистичного стилю, оскільки речення характеризується креативністю, жвавистію, експресивністю. Молода людина

прагне виділитися, показати свою компетентність та приналежність до певної соціальної групи. Речення відрізняється наявністю підвищеної емоційності, гіперболізованістю негативного оцінюючого слова.

8. Цілісне перетворення:

Küss du dir doch selbst das Auge! (Noizz) – Краще сам собі **скажи велике дякую!** У даному реченні використовується наближений переклад, адже не можна перекладати «*küss du das Auge*» як «поцілуй очі». Для перекладу сленгового словосполучення було використано граматичну (вилучення граматичної одиниці: займенника «*du*»; факультативна заміна порядку слів у реченні) та лексико-семантичну (цілісне перетворення; додавання лексичних одиниць: слова «краще», словосполучення «скажи велике дякую»; вилучення лексичного елемента «*doch*») трансформації.

За допомогою перекладу українською мовою був докорінно змінений спосіб опису ситуації. За соціально-лінгвістичним критерієм автор речення мовою оригіналу належить до третьої фази молодості, тобто до пізнього юнацького віку («*Präadolenz*») – від 19 до 25 років. Автор оригінального тексту використовує молодіжний сленг, аби виразити свою неповторність та оригінальність. Використання сленгового словосполучення у даному випадку робить речення більш образним, виразним, емоційним та експресивним. Саме цей фактор ускладнює переклад. Емоційну складову важче передати мовою перекладу, адже не існує конструкції українською мовою для передачі даного словосполучення.

9. Сміслові узгодження:

In dem Schuppen kann man sicher gut hotten! (Juma) – У **танцзалі** можна дійсно добре **потанцювати!** Дієслово *hotten* означає дикі танці, яке було популярним серед молоді у 50-ті рр. ХХ ст., яка належала до покоління любителів джазу та рок-н-ролу. Іменник *Schuppen* відноситься також до молодіжного сленгу, що був характерним для середини минулого століття. У цьому прикладі сленгове слово *Schuppen* відтворено за допомогою еквіваленту «танцзал» в українській мові, тому що в буквальному перекладі

даний іменник означає «сарай», натомість німецьке дієслово *hotten* перекладено дослівно.

Таким чином, у першому випадку була застосована лексико-семантична трансформація, адаптація та смислове узгодження, у другому – дослівний переклад. Ми також вдалися до граматичної трансформації, а саме – до вилучення граматичної одиниці (займенника «man»). Аналізуючи дане речення з соціолінгвістичної перспективи, слід наголосити, що мовець є музикантом. За віком він належить до третьої фази молодості – пізній юнацькій вік («Postadoleszenz»), тобто мовцю приблизно від 19 до 25 років. Автор передає повідомлення читачу стисло, застосовуючи економію мовних засобів, що є характерним для публіцистичного стилю.

Voll krass, Alter! (Süddeutsche Zeitung) – Дуже **кльово, чувак!** Синонімами до слова *krass*, що було особливо популярним у 90-ті рр. ХХ ст. у Німеччині, можуть виступати слова *gut* або *überwältigend*. Слово *Alter* у даному контексті виражає дружнє ставлення молодих людей один до одного. Лексема *krass* перекладена за допомогою еквівалента «кльово» у розмовній українській мові, тобто був використаний дослівний переклад з однієї мови на іншу. Натомість при перекладі лексеми *Alter* ми вдалися до лексико-семантичної трансформації, а саме – до смислового узгодження, переклавши дане слово не на основі словникових відповідників, а на основі контексту.

Автор дотримується канонів публіцистичного стилю та використовує «модне слово» – *krass*, що привертає увагу читача своєю формою. Автор даного речення відноситься до першої групи за віком, тобто до «Präadoleszenz», що означає ранній підлітковий вік. Отже, авторка – дівчина, їй від 11 до 12 років. У наведеному прикладі підліток відкрито проявляє свої почуття, підвищуючи ступінь значення лексичної одиниці за допомогою додавання слова *voll*. Використаний сленг у мові оригіналу характеризується креативністю, свободою, невимушеністю, експресивністю та прямоотою.

Отже, у процесі перекладу газетних та журнальних текстів з німецької мови українською найчастіше використовуються такі способи перекладу, як:

- трансформаційний;
- дослівний;
- описовий переклад.

На основі проведеного аналізу ми можемо зробити висновок, що в чистому вигляді типи перекладацьких трансформацій зустрічаються досить рідко, а тому у більшості випадків вони є побудовами змішаного типу.

Висновки до розділу 2

У процесі роботи над другим розділом було проаналізовано молодіжний сленг з соціолінгвістичним компонентом за багатьма темами. Також було проведено статистичний аналіз, у ході якого було встановлено, що у текстах німецьких видань найчастіше зустрічаються наступні сленгові лексичні одиниці: в'їдливі слова, до цієї групи належать 33 сленгових лексичних одиниць, що складає 21% від загальної кількості сленгізмів. Також часто зустрічаються іменники, що називають людей або дають оцінку людям. Ця група сленгізмів складається з 24 сленгових лексичних одиниць, тобто 16% від загальної кількості.

Додатково було проведено аналіз сленгізмів у середині групи «В'їдливі слова», що складається з 5 підгруп, а саме: «Зовнішній вигляд», «Риси характеру», «Інтелектуальні здібності», «Поведінка й особисте життя», «Професії». Було з'ясовано, що найчисленнішою підгрупою серед «В'їдливих слів» є підгрупа «Поведінка й особисте життя», що складає 33% від загальної кількості в'їдливих слів. Підгрупи «Зовнішній вигляд» та «Інтелектуальні здібності» становлять по 21% кожна. До підгруп «Риси характеру» та «Професії» належать по 12% сленгових лексичних одиниць.

Аналізуючи особливості та ознаки публіцистичного стилю, було встановлено лексичні та стилістичні особливості публіцистичного стилю, а також розглянуто особливості перекладу молодіжного сленгу німецької мови українською.

Було визначено, що за допомогою публіцистичного стилю можливо не лише інформувати читача про новини, але й впливати на нього. Тому до характерних стильових рис належать не лише мовні засоби, що відтворюють об'єктивну дійсність, але й образні засоби.

Було з'ясовано, що до провідних функціональних ознак публіцистичного стилю належать експресивність та інформативність.

До стилістичних особливостей публіцистичного стилю належать: спрямованість на вплив, клішованість, передача певної частини інформації імпліцитно, економія мовних засобів, поєднання стандарту та експресії, оцінювання, стильовий «ефект новизни», «рекламність», персоніфікація та інтимізація викладу, документально-фотографічна точність, офіційність та нейтральність викладу, обґрунтованість.

До мовних особливостей публіцистичного стилю належить: вживання оцінної лексики, фразеологічних одиниць, скорочень, використання іноземних слів, неологізмів, а також сленгу.

Було проаналізовано приклади вживання сленгових лексичних одиниць у німецьких друкованих та електронних газетах і журналах, а також здійснено їх переклад, послуговуючись класифікаціями основних способів перекладу за Л. Бархударовим та перекладацьких трансформацій за А. Архиповим.

Було виявлено, що найбільш уживаним способом передачі німецького молодіжного сленгу є трансформаційний, дослівний та описовий переклад, що обумовлено неможливістю відтворення сленгових лексичних одиниць. Трансформації застосовувалися, коли було неможливо підібрати або відтворити сленгову лексичну одиницю. Провідне місце серед них належить лексико-семантичним трансформаціям.

Найбільш вживаними є наступні лексико-семантичні трансформації: адаптація; лексичне розгортання; додавання лексичних одиниць. Такого виду трансформації дозволяють відтворити досить повно значення сленгових

лексичних одиниць. Що стосується граматичних трансформацій, то найчастіше зустрічається факультативна заміна порядку слів у реченні.

До основних факторів, що ускладнюють переклад, належать: емоційність, використання звуконаслідувальних слів та вигуків, застосування англіцизмів, «онлайн- і смс-мова», переклад складних слів.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було досягнуто мети, сформульованої на початку дослідження. На основі аналізу перекладацької та лінгвістичної літератури встановлено та розкрито сутність понять «сленг», «молодіжний сленг», «перекладацькі трансформації». Опрацювання цих понять дозволило вільно оперувати ними в ході магістерської роботи.

Було встановлено причини виникнення молодіжного німецького сленгу, а також основні риси сленгових лексичних одиниць у німецькій мові.

У межах дослідження було розглянуто класифікації молодіжного сленгу, у тому числі тематичні класифікації, що існують сьогодні у лінгвістиці. Найбільш розгорнутою є тематична класифікація Ю. Шемчук, яка виокремлює наступні загально-побутові теми, до яких належить молодіжний сленг, а саме:

- слова, пов'язані з навчанням (дисциплінами, побутом);
 - слова, що належать до сфери роботи, розумової діяльності;
 - назви предметів, необхідних для навчальної діяльності;
 - назви видів одягу;
 - слова, що належать до сфери розваг, хобі, проведення вільного часу;
 - назви грошей;
 - назви засобів пересування та побутових предметів;
 - іменники, що називають людей або дають оцінку людям;
 - іменники, що позначають батьків;
 - оціночні поняття;
 - слова і словосполучення, що виражають вітання та форми ввічливості;
 - слова і словосполучення, що виражають емоції.
- До «в'їдливих» слів належать:
- зовнішній вигляд;
 - риси характеру;

- інтелектуальні здібності;
- поведінка й особисте життя;
- професії.

Було проаналізовано молодіжний сленг з урахуванням соціолінгвістичного компоненту. Встановлено, що до особливостей соціолінгвістичного компоненту молодіжного сленгу відносяться:

- вік;
- фази молодості;
- стать;
- соціальне та регіональне походження.

Було також визначено особливості використання способів перекладу молодіжного сленгу у публіцистичному стилі на матеріалі німецької преси, а також перекладацьких трансформацій при перекладі сленгових лексичних одиниць. Вивчивши основні способи перекладу, було встановлено, що науковці не мають одностайної думки щодо класифікації способів перекладу.

Найбільш повною з існуючих є класифікація Л. Бархударова, який виокремлює наступні способи перекладу:

- транслітерація та транскрипція;
- калькування;
- дослівний переклад;
- описовий або пояснювальний переклад;
- наближений переклад;
- трансформаційний переклад.

Слід зазначити, що у ході роботи над темою було відібрано, систематизовано та проаналізовано 150 прикладів вживання сленгової лексики на матеріалі німецької преси за класифікацією Ю. Шемчук. У ході дослідження було встановлено, що найчастіше у публіцистичних текстах зустрічаються такі сленгові лексичні одиниці, як в'їдливі слова, а також ті іменники, що називають людей або дають оцінку людям. У процентному

відношенні вони становлять 21% та 16% відповідно до загальної кількості відібраних сленгових лексичних одиниць.

Спираючись на проведений аналіз сленгової лексики, можна сказати, що третє місце займає група «Оціночні поняття». Сленги, що належать до цієї групи становлять 12% від загальної кількості сленгізмів. Менш частотними є групи «Слова, що пов'язані з навчанням (дисциплінами, побутом)» та «Слова, що належать до сфери розваг», кожна з яких складає 10% від загальної кількості сленгових лексичних одиниць. Частотність вживання сленгізмів із тематичної групи «Слова і словосполучення, що виражають вітання та форми ввічливості», становить лише 7%.

Наступними за частотністю є групи «Іменники, що позначають батьків» та «Слова і словосполучення, що виражають емоції». Кожна із далі перелічених груп складає 3% від загальної кількості вибірки: «Слова, що належать до сфери роботи, розумової діяльності», «Назви предметів, необхідних для навчальної діяльності», «Назви видів одягу», «Назви грошей», «Назви засобів пересування та побутових предметів».

Такий розподіл сленгізмів пояснюється тим, що учні приділяють більше уваги навчанням та розвагам, при цьому у молодих людей виникає бажання самоствердитися в очах ровесників. Вони досить часто суперечать батькам та прагнуть виразити свої позитивні чи негативні емоції.

У процесі роботи над дослідженням було виявлено функціонально-стилістичні особливості перекладу публіцистичного стилю та зазначено, що провідними ознаками та специфікою публіцистичного стилю є клішованість засобів мовного вираження, експресивність, інформативність, імпліцитність. До головних мовних особливостей публіцистичного стилю належать лаконічність, стислість, вживання іноземних слів, неологізмів, а також сленгу.

У процесі проведеного дослідження було з'ясовано, що найбільш уживаними способами перекладу є трансформаційний, дослівний та описовий. Якраз вони є найбільш розповсюдженими способами передачі

сленгової лексики. За класифікацією А. Архипова, якою ми послуговувалися у процесі нашого дослідження, було використано граматичні та лексико-семантичні трансформації. Серед граматичних трансформацій найуживанішою є факультативна заміна порядку слів у реченні. Провідне місце серед перекладацьких трансформацій належить лексико-семантичним трансформаціям, а саме:

- адаптації;
- лексичному розгортанню;
- додаванню лексичних одиниць.

Отже, у процесі роботи над дослідженням ми виконали усі заплановані завдання. Узагальнено теоретичні та практичні результати проведеної роботи. Ми вважаємо, що розглянута лінгвістична проблема буде залишатися завжди актуальною, тому що засоби масової інформації, зокрема, газетні та журнальні видання потребують якісного перекладу інформації з різних мов світу українською і навпаки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аверкина Л. А. Проблемы перевода немецкого молодежного сленга / Л. А. Аверкина // Вестник Вятского государственного гуманитарного ун-та. – Киров: Вятский гос. ун-т, 2010. – Т. 1. – № 2. – С. 96–99.
2. Алексеева И. С. Профессиональный тренинг переводчика / Ирина Сергеевна Алексеева. – Санкт-Петербург : Союз, 2001. – 288 с.
3. Арнольд И. В. Стилистика: Современный английский язык / Ирина Владимировна Арнольд. – Москва : Флинта, 2002. – 384 с.
4. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык: Стилистика декодирования : учеб. пособие / Ирина Владимировна Арнольд. – Москва : Просвещение, 1990. – 300 с.
5. Архипов А. Ф. Самоучитель перевода с немецкого языка на русский / Анатолий Федорович Архипов. – Москва : Высшая школа, 1991. – 255 с.
6. Бархударов Л. С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода / Леонид Степанович Бархударов. – Москва : Международные отношения, 1975. – 240 с.
7. Береговская Э. М. Молодежный сленг: формирование и функционирование / Э. М. Береговская // Вопросы языкознания. – 1996. – № 3. – С. 32–41.
8. Воронцова Т. А. Элементарная стилистика: учеб.-метод. пособие / Татьяна Александровна Воронцова – Ижевск: Удмуртский ун-т, 2008. – 130 с.
9. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке: учеб. пособие / Нина Сергеевна Валгина. – Москва : Логос, 2001. – 304 с.
10. Вахтин Н. Б. Социолингвистика и социология языка: учеб. пособие / Н. Б. Вахтин, Е. В. Головкин. – Санкт-Петербург : ИЦ «Гуманитарная академия»; Изд-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2004. – 336 с.
11. Гальперин И. Р. О термине «сленг» / Илья Романович Гальперин // Вопросы языкознания. – 1956. – № 6. – С. 107–114.

12. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка / Илья Романович Гальперин. – Москва : Изд-во лит-ры на иностр. языках, 1958. – 460 с.
13. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / Илья Романович Гальперин. – Москва : Наука, 1981 – 140 с.
14. Гладкая Н. М. К проблеме формирования лексического фонда газетно-публицистического стиля / Н. М. Гладкая // Вопросы функциональной стилистики. – Москва : МГИИЯ им. Горького – 1989. – № 338. – С. 15–80.
15. Домашнев А. И. Проблемы классификации немецких социолектов / Анатолий Иванович Домашнев // Вопросы языкознания. – 2001. – № 2. – С. 127–139.
16. Ермолина О. А. Особенности молодежного сленга в немецком языке / О. А. Ермолина // Мат. XVI междунар. студ. науч.-практ. конф. [Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сб. ст.]. – Новосибирск: Изд. «СибАК», 2001. – № 1(16).– С. 344–349.
17. Иванова Г. Р. Функции сленга в речевой деятельности американских студентов / Г. Р. Иванова // Когнитивные и коммуникативные аспекты английской лексики. – Москва : МГЛУ – 1990. – С. 127–134.
18. Кияк Т. Р. Теорія і практика перекладу: Німецька мова / Т. Р. Кияк, А. М. Науменко, О. Д. Огуй. – Вінниця : Нова книга, 2006. – 586 с.
19. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение / Вилен Наумович Комиссаров. – Москва : Изд-во «ЭТС», 2000. – 424 с.
20. Кондратюк О. І. Молодіжний сленг як мовне явище / О. І. Кондратюк // Молодіжні субкультури. – Львів : Незалежний культурологічний часопис «І» – 2005. – № 38. – С. 135–141.
21. Краморенко Г. И. О новом в тенденциях развития современного языка молодежи (Jugendsprache) / Г. И. Краморенко // Актуальные проблемы лингвистики текста. – Брянск : Изд-во Брянского гос. пед. ун-та – 1996. – С. 74–92.

22. Маковский М. М. Современный английский сленг: онтология, структура, этимология / Марк Михайлович Маковский.– Москва: URSS, 2009. – 164 с.
23. Максимов С. Є. Практичний курс перекладу (англійська та українська мови) / Сергій Євгенович Максимов. – Київ : Ленвіт, 2006. – 157 с.
24. Миньяр-Белоручев Р. К. Теория и методы перевода / Рюрик Константинович Миньяр-Белоручев. – Москва : Московский лицей, 1996. – 290 с.
25. Общая риторика / Ф. Эделин, Ж.-М. Клинкаенберг, Ф. Мэнге; под ред. Ж. Дюбуа. – Москва : Прогресс, 1986. – 392 с.
26. Поздняков О. В. Номінативні процеси в сучасному німецькому молодіжному слензі (системно-квантитативне дослідження словників і періодичних видань) : дис. ... канд. філ. наук : 10.02.04 «Германські мови» / Олександр Вікторович Поздняков. – Івано-Франківськ, 2010 – 216 с.
27. Потятиник У. О. Соціолінгвістичні та стилістичні аспекти функціонування американського сленгу / У.О.Потятиник // Іноземна філологія. – Львів : ВЦ ЛНУ ім. І. Франка, 1999. – № 111. – С. 109–114.
28. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика / Яков Иосифович Рецкер. – Москва : Международные отношения, 1974. – 216 с.
29. Розен Е. В. Новое в лексике немецкого языка / Евгения Владимировна Розен. – Москва : Просвещение, 1976. – 236 с.
30. Семёнов А. Л. Основные положения общей теории перевода / Алексей Львович Семёнов. – Москва : Изд-во Российского ун-та дружбы народов, 2005. – 99 с.
31. Словарь лингвистических терминов / [под ред. О. С. Ахманова]. – Москва : Сов. энциклопедия, 1966. – 608 с.
32. Словарь-справочник лингвистических терминов / [под ред. Д. Э. Розенталя]. – Москва : Просвещение, 1985. – 400 с.
33. Солодкий М. В. Сниженная лексика в современном немецком языке; источники пополнения и особенности функционирования в

молодежном сленге: автореф. дис. ... канд. філол. наук : 033200.00 «Немецкий язык с дополнительной специальностью английский язык» / Максим Васильевич Солодкий. – Славянск-на-Кубани, 2004. – 43 с.

34. Соколовська С. Ф. Німецький молодіжний жаргон: шляхи формування й сучасний статус / С. Ф. Соколовська, М. А. Фахурдінова // Вісн. Житомир. держ. пед. ун-ту. – Житомир : Житомир. держ. пед. ун-т, 2004. – № 14. – С. 236–239

35. Соціолінгвістика: навчальний посібник / Л. І. Антошкіна, Г. М. Красовська, П. І. Сигеда, О. М. Сухомлинов – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток Лтд», 2007. – 360 с.

36. Українська мова без табу. Словник нецензурної лексики та її відповідників. Обсценізми. Евфемізми. Сексуалізми / [за ред. Л. О. Ставицька]. – Київ : Критика, 2008. – 455 с.

37. Федоров А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы) / Андрей Венедиктович Федоров. – Москва : ООО Издательский дом «ФИЛОЛОГИЯ ТРИ», 2002. – 416 с.

38. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации : [учеб. для вузов] / Лариса Николаевна Федотова. – Санкт-Петербург : Питер, 2003. – 400 с.

39. Хомяков В. А. Три лекции о сленге / Владимир Александрович Хомяков. – Вологда, 1970. – 65 с.

40. Христенко О. С. Німецький молодіжний сленг: лінгвокогнітивний та соціолінгвістичний аспекти : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови» / Оксана Сергіївна Христенко. – Київ, 2009. – 20 с.

41. Цзе Ч. Метафора на страницах современной российской прессы / Ч. Цзе // Вісник Харківського нац. ун-ту. Серія «Філологія». – Харків: Харківський нац. ун-т, 2001. – № 520 (33). – С. 252–257.

42. Шапочкіна О. В. Дефініційна характеристика молодіжного сленгу сучасної німецької мови / О. В. Шапочкіна // Наукові записки Національного

університету «Острозька академія». Сер.: Філологічна. – Острог : Національний ун-т «Острозька академія», 2013. – № 38. – С. 140–141.

43. Шемчук Ю. М. Переименование в лексике современного немецкого языка / Ю. М. Шемчук // Вестник ВГУ. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – Воронеж : ВГУ, 2005. – № 2. – С. 16–19.

44. Шеремета К. Ю. Англомовний сленг: перекладацький аспект / К. Ю. Шеремета // Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Філологічні науки. – Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2016. – Кн. 2. – С. 92–95

45. Agricola E. Die deutsche Sprache. Kleine Enzyklopädie in zwei Bänden. Bd. I. / E. Agricola, W. Fleischer, H. Protze. – Leipzig: VEB Deutscher Verlag der Wissenschaften, 1969. – 294 S.

46. Androutsopoulos J. Deutsche Jugendsprache: Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen / Jannis Androutsopoulos. – Frankfurt a. M., Berlin, Bern, New York, Paris, Wien: Peter Lang Verlag, 1998. – 684 S.

47. Androutsopoulos J. Von fett zu fabelhaft: Jugendsprache in der Sprachbiografie / Jannis Androutsopoulos. // Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie. Osnabrück : OBST, 2001 – № 62. – S. 55–78.

48. Bausinger H. Deutsch für Deutsche. Dialekte. Sprachbarrieren. Sondersprachen / Hermann Bausinger. – Frankfurt a.M. : Fischer, 1972. – 80 S.

49. Beneke J. Die Stadtsprache Berlins im Denken und Handeln Jugendlicher / Jürgen Benecke. – Berlin: Aufbau-Verlag, 1989. – 170 S.

50. Braun P. Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache / Peter Braun. – Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer, 1987. – 325 S.

51. Brockhaus A. H. Die Enzyklopädie: in vierundzwanzig Bänden / André Heller Brockhaus. – Leipzig, Mannheim : F.A. Brockhaus, 1996–1999. – 1739 S.

52. Buhofer A. H. Vom Umgang mit sprachlicher Variation: Soziolinguistik, Dialektologie, Methoden und Wissenschaftsgeschichte: Festschrift für Heinrich Löffler zum 60. Geburtstag / Annelies Häcki Buhofer. – Tübingen : A. Francke Verlag, 2000. – 390 S.

53. Das neue Wörterbuch der Szenensprachen. / [unter Leitung von P. Wippermann]. – Mannheim-Wien-Zürich : Dudenverlag, 2009. – 208 S.
54. Dorta G. Soziale Welten in der Chat-Kommunikation, Untersuchungen zur Identitäts- und Beziehungsdimension in Web-Chats / Gabriel Dorta. – Bremen : Hempen-Verlag, 2005. – 337 S.
55. Duden. Deutsches Universalwörterbuch / [unter Leitung von G. Drosdowski]. – Mannheim, Wien, Zürich : Dudenverlag, 1989. – 1815 S.
56. Dittmar N. Grundlagen der Soziolinguistik / Norbert Dittmar. – Tübingen : Greifenverlag, 1997. – 280 S.
57. Ehmann H. Affengeil. Ein Lexikon der Jugendsprache / Hermann Ehmann. – München : Verlag C. H. Beck, 1992. – 567 S.
58. Ehmann H. Ein paar Facts voraus: Voll konkret: Das neuste Lexikon der Jugendsprache / Hermann Ehmann. – München : Beck, 2001. – S. 303.
59. Ehmann H. Oberaffengeil. Neues Lexikon der Jugendsprache / Hermann Ehmann. – München : Beck, 1996. – S. 159
60. Elsen H. Neologismen. Formen und Funktionen neuer Wörter in verschiedenen Varietäten des Deutschen / Hilke Elsen. – Tübingen : Gunter Narr Verlag, 2004. – 199 S.
61. Hä?? Jugendsprache unplugged 2010: Deutsch-Englisch-Spanisch-Französisch-Italienisch / hrsg. von der Langenscheidtredaktion. – Berlin, München : Langenscheidt, 2010. – 168 S.
62. Henne H. Jugend und ihre Sprache: Darstellung, Materialien, Kritik / Helmut Henne. – Berlin : Walter de Gruyter, 2011 – 399 S.
63. Kleines Wörterbuch der Jugendsprache / [unter Leitung von M. Heinemann]. – 2. Auf. – Leipzig : Bibliographisches Institut, 1990. – 122 S.
64. Koller W. Einführung in die Übersetzungswissenschaft / Werner Koller. – 8. Auflage. – Tübingen : Narr Francke Attempto Verlag, 2011. – 349 S.
65. Langenscheidts Großwörterbuch. Deutsch als Fremdsprache / [unter Leitung von D. Götz u.a.]. – Berlin, München : Langenscheidt KG, 2001. – 1216 S.

66. Löffler H. Germanistische Soziolinguistik Grundlagen der Germanistik / Heinrich Löffler. – 4., neu bearbeitete Auflage. – Berlin : Erich Schmidt Verlag, 2010 – 222 S.

67. Müller-Thurau C. P. Lexikon der Jugendsprache / Claus Peter Müller-Thurau. – Tübingen : Niemeyer, 1985. – 145 S.

68. Neuland E. Jugendsprache / Eva Neuland. – Tübingen, Basel : Fraucke Verlag, 2008. – 222 S.

69. Neuland E. Jugendsprachen – Spiegel der Zeit / E. Neuland // Internationale Fachkonferenz 2001 / Bergische Universität Wuppertal. – Frankfurt am Main : Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften, 2003. – 510 S.

70. Neuland E. Sprachbewußsein und Sprachreflexion innerhalb und außerhalb der Schule. Zur Einführung in die Themenstellung / Eva Neuland // Der Deutschunterricht. – Wiesbaden : Hessisches Landesinstitut für Pädagogik, 1992. – № 4. – S. 3–14.

71. Partridge E. Slang Today and Yesterday / Eric Partridge. – New York : The Macmillan Co., 1934. – 476 p.

72. Pörksen U. Spricht die Jugend eine andere Sprache? / U. Pörksen, H. Weber. – Heidelberg : Verlag Lambert Schneider, 1984. – 141 S.

73. Reinke M. Jugendsprache / H. J. Heringer, M. Reinke // Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache. – Tübingen : Niemeyer, 1993. – S. 295-322.

74. Riesel E. Der Stil der deutschen Alltagsrede / Elise Riesel. – M. : Высшая школа, 1964. – 315 S.

75. Schippan T. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache / Thea Schippan. – 1. Aufl. – Leipzig : Bibliographisches Institut, 1984. – 307 S.

76. Schlobinski P. Alles ist eine Frage des Stils: Zur sprachlichen Kommunikation in Jugendcliquen und -szenen / P. Schlobinski, K. A. Schmid // Muttersprache. – Berlin : Berliner Landesinstitut für Schule und Medien, 1996. – № 3. – S. 211–225.

77. Schlobinski P. Jugendsprache: Fiktion und Wirklichkeit // P. Schlobinski, G. Kohl, I. Ludewigt. – Opladen : Westdeutscher Verlag, 1993. – 241 S.

78. Schlobinski P. Jugendliche und „ihre“ Sprache. Sprachregister, Jugendkulturen und Wertesysteme. Empirische Studien. / P. Schlobinski, H. - C. Heins. – Opladen, Wiesbaden : Westdeutscher Verlag, 1998. – 236 S.

79. Wiggermann N. Strukturen der heutigen Jugendsprache: Eine soziolinguistische Analyse / Nicola Wiggermann. – Hamburg: Diplomica GmbH, 2001. – 67 S.

80. Wörterbuch der deutschen Umgangssprache. Bd. VI. Jugenddeutsch von A bis Z. / [unter Leitung von H. Küpper]. – Düsseldorf, Hamburg: Claassen Verlag, 1970. – 437 S.