

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка
и методики его преподавания

**ДЕКОДИРОВАНИЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО КОМПОНЕНТА
СОВРЕМЕННОГО АНГЛОЯЗЫЧНОГО МЕДИА ДИСКУРСА ПРИ
ПЕРЕВОДЕ
АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ**

Студентки 3 курса 301 группы
направления 44.04.01 Педагогическое образование
профиль – «Иностранные языки в контексте современной культуры»
факультета иностранных языков и лингводидактики
Алексеевой Анастасии Геннадьевны

Научный руководитель
доцент кафедры английского языка и
методики его преподавания
канд. фил. наук, доцент

_____ Т.Н. Александрова

дата, подпись

Зав. кафедрой
английского языка
и методики его преподавания
канд. пед. наук, доцент

_____ Г.А. Никитина

дата, подпись

Саратов 2022 год

Введение. В настоящее время исследователи уделяют большое значение изучению сленга. Его влияние на язык неоспоримо – использование сленгизмов помогает сделать речь более красочной, и в последствии – увеличить словарный состав языка. Несмотря на то, что ученые-лингвисты не имеют общего определения данного понятия и мнения, относительно его использования, все сходятся в одном – сленг – это особый пласт языка, изучение которого помогает лучше понять культуру и особенности языка в целом.

Актуальность темы исследования определяется необходимостью более подробного изучения способов передачи сленговых слов и выражений, в частности культуроспецифического компонента их содержания, с английского на русский язык в связи с отсутствием общепринятой стратегии перевода в современной науке.

Объектом исследования выступают единицы английского сленга, выявленные в ходе анализа текстов англоязычных изданий и их официальных переводов на русский язык.

Предметом исследования являются способы передачи английского сленга на русский язык, предлагаемые переводчиками в своих вариантах перевода выбранных статей.

Цель работы – исследование основных переводческих приемов при передаче сленговых элементов с культуроспецифичным содержанием с английского на русский язык и определение количественной частотности использования различных способов перевода.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить ряд *задач*:

- Исследовать существующие в современной лингвистике определения сленга, обозначить его функции и выявить характерные черты;
- Выявить единицы сленга в текстах выбранных газетных статей и в их переводах на русский язык;

- Сопоставить выявленные сленговые единицы оригинальных статей с представленными вариантами перевода с точки зрения использования различных приемов перевода;
- Определить степень частотности и целесообразности использования переводчиками того или иного приема перевода при передаче английских сленговых слов и выражений на русский язык.

В работе использовались такие *методы исследования* как анализ статей и диссертаций по теме исследования; метод лингвистического исследования, основанный на наблюдениях за фактами языка, их сопоставлении, классификации и обобщении с соблюдением синхронности при анализе материала; метод сплошной выборки при выявлении единиц сленга для последующего анализа; метод компонентного семантического анализа исходной и эквивалентной лексики; метод анализа способов перевода.

Методологической и теоретической базой данной работы послужили труды российских и зарубежных ученых.

Новизна данного исследования заключается в том, что была предпринята попытка исследовать употребление различных сленговых выражений в современном англоязычном медиа дискурсе, а также приемы их перевода на русский язык.

Теоретическая значимость работы заключается в дополнении имеющегося в лингвистике знания о сленге, а также расширении лингвистического и экстралингвистического понимания данного явления в языке.

Практическая значимость исследования определяется тем, что в полученные в ходе исследования результаты могут быть использованы при описании языкового материала в учебных целях – для написания курсовых работ, при разработке лекций по теории и практике перевода и лексикологии.

Апробация исследования проводилась в Саратовском национальном исследовательском государственном университете им. Н. Г. Чернышевского с марта 2021 г. по июнь 2021 г. на факультете иностранных языков и

лингводидактики.

Основные результаты исследования представлены в следующих публикациях: Алексеева А.Г. , Александрова Т.Н. Декодирование сленга при переводе // Иностранные языки: проблемы преподавания и риски коммуникации. Научные исследования преподавателей и студентов факультета иностранных языков и лингводидактики СГУ имени Н.Г. Чернышевского / под редакцией Г.А. Никитиной. – Саратов: Изд-во «Саратовский источник», 2020. – Вып. 13. – с. 23-27.

Структура работы определяется задачами исследования и логикой раскрытия темы. Исследование состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников.

Во введении обосновывается актуальность работы, формулируются цели и задачи исследования, а также его теоретическое и практическое значение, указываются использованные методы научно-исследовательской деятельности.

В первой главе рассматривается понятие сленга, основные причины его появления, распространения и использования, а также его влияние на английский язык.

Во второй главе проводится сравнительный анализ перевода сленгизмов в текстах англоязычных СМИ и их русскоязычных вариантах, представленных на сайте инфосми.ру.

В заключении подводится итог проведенной работы, формулируются общие выводы исследования.

Основное содержание. В первой главе рассматривается понятие сленга, его отличительные особенности и основные способы перевода на русский язык.

Английский язык – это язык международных дипломатических отношений, бизнеса и туризма. Большая часть научных статей издается на этом языке. Как и любой другой язык, английский представляет собой систему, которая подвергается различным изменениям с течением времени.

Меняется жизнь людей, разговаривающих на языке, и вместе с этим меняется сам язык: появляются новые слова и выражения, обозначающие существующие реалии, наряду с этим исчезают слова, отражающие исчезнувшие понятия. Некоторые исследователи разделяют английский язык на два различных языка: непосредственно английский и сленг. Это разделение указывает на то, что сленг является неотъемлемой и значимой частью языка.

В лингвистике понятие «сленг» рассматривается как полная противоположность литературной составляющей языка. Однако при этом сленг является одним из наиболее интересных разделов языка, который изучается лингвистами по всему миру.

По мнению Хомякова В.А., впервые данный термин стал употребляться для обозначения языка низкого или вульгарного типа в 1752 году, а уже в 1818 году стал обозначать «язык высокого разговорного типа».

Понятие «сленг» относится к словам или фразам, которые имеют широкое распространение в языке. Новый оксфордский словарь New Oxford Dictionary определяет сленг как:

А) простонародная лексика, используемая людьми низкого или сомнительного происхождения;

Б) жаргон, используемый определенным классом людей или в определенный период времени;

В) разговорный вариант языка, состоящий из новых слов, используемых людьми при повседневном общении.

Третий международный словарь Вебстера (известный как W3) дает следующие определения сленга:

А) язык, свойственный определенной группе людей, например, ворами или попрошайкам (арго) или жаргон, употребляемый людьми одной профессии.

Б) особый раздел языка, включающий в себя особые формы слов (сокращенные формы, разговорные варианты или особые фигуры речи).

Сленг – это неформальный язык, который используется при повседневном взаимодействии между людьми. К. Эйбл дает следующее его определение: «постоянно меняющийся набор разговорных слов и фраз, которые говорящие используют для установления или укрепления социальной идентичности или сплоченности внутри группы, а также в связи с веяниями моды или изменениями в обществе».

Говоря о появлении сленговых слов в языке, можно выделить несколько способов: появление посредством использования различных средств выразительности: *skirt-girl* (метонимия), *killing-astounding* (гипербола), *clear as mud* (ирония); появление посредством употребления слов или их частей, которые уже существуют в языке: с помощью аффиксации (*megawork*), с помощью совмещения двух слов в одно (*homeboy* – a person from the same hometown); появление посредством сокращения, аббревиатур: *pro* – professional, *SUP?* – what's up.

Некоторые сленговые выражения появились в языке сравнительно недавно. Они обеспечивают понимание появившихся реалий (*bro-tox* – men getting botox), которые часто связаны с интернетом и социальными сетями (*follow and unfollow* – to add or remove someone to a circle of communication). Говоря об интернет-сленге стоит отметить, что он используется повсеместно, его другие названия – это Internet language, leet, Internet Short-hand, chatspeak, netspeak. Существует большое количество слов, которые используются в интернет-сленге, большая часть которых является аббревиатурами: *ASAP* – As Soon As Possible, *BBL/BBS* – Be Back Later/Soon, *CYA* – See You, *HTH* – Hope This Help, *IRL* – In Real Life, *TMI* – Too Much Information, *TTYL* – Talk To You Later, *W/*–With, *YW* – You're Welcome.

Говоря об использовании сленга, следует отметить, что чаще всего он выражает эмоциональное отношение говорящего к происходящему, но стоит принимать во внимание тот факт, что одно и то же слово может иметь различные коннотативные значения. Многие сленговые выражения являются оскорбительными, однако в настоящее время могут использоваться для

выражения привязанности к объекту или идентификации субъекта как члена определенной группы. Так, сленговое выражение *Jesus freak*, изначально означавшее фанатика религии, теперь используется как синоним к слову «евангелист».

Существует много других способов употребления сленга в зависимости от личности и ее места в обществе. Поскольку большая часть сленговых выражений используется на разговорном уровне, часто люди не до конца понимают значения тех слов или выражений, которые они используют, и делают этот выбор бессознательно. Тщательный подбор сленговых выражений производится писателями, которые, в свою очередь, почти не оказывают влияние на формирование этой категории языка. Таким образом, главными задачами сленга остаются: оживить язык, сделать его более красочным, обогатить словарный состав языка краткими и емкими выражениями, а также включить выражения, которые помогут передать оттенки смысла высказывания.

В первую очередь стоит отметить, что сленг способствует расширению словарного состава английского языка. Язык сам по себе не статичен, а значит представляет собой постоянно изменяющуюся структуру. Как упоминалось ранее, многие слова и выражения выходят из состава языка, поскольку обозначают реалии, которые остались в прошлом. Так, мы можем говорить о некогда широко употребляемом выражении *23 Skidoo*. Обращаясь к историческим фактам, мы узнаем, что это выражение появилось в Нью-Йорке в начале прошлого века. Женщины, носившие преимущественно длинные юбки проходили мимо Флэтайрон=билдинг и, в следствие особой формы здания, сталкивались с порывами ветра и, как следствием, неловкими ситуациями с юбками. Данное зрелище привлекало толпы мужчин, и полиция была вынуждена следить за порядком. В данный исторический промежуток времени сочетание *23 Skidoo* было синонимичным выражению «быть выгнанным силой откуда-либо». Однако, со временем мода изменилась, необходимость использования и актуальность данного выражения исчезли.

Но далеко не все сленговые выражения исчезают из языка после того, как использовавшее их поколение стало старше. Некоторые словосочетания настолько прочно укоренились в языке, что в настоящее время рассматриваются как общепринятые выражения. Например, фраза *hung out / hang out* широко используется людьми в настоящее время. Пройдя долгий процесс ассимиляции, данное выражения прочно укоренилось в культуре и используется людьми независимо от их положения в обществе и социального статуса.

Среди отличительных особенностей сленга некоторые исследователи выделяют следующие: юмор, краткость, оригинальность и нестабильность. К индивидуальным факторам, влияющим на распространение и развитие сленга относятся гендерная и профессиональная принадлежность, а также отношение к той или иной возрастной группе.

Говоря о способах перевода сленговых слов и выражений, можно выделить три основные группы переводческих трансформаций: лексические грамматические и комплексные, каждая из которых, в свою очередь, включает в себя разные приемы перевода.

Далее в работе рассматриваются статьи из британских и американских изданий, посвященные политике, культуре и спорту, и их официальные переводы на русский язык. При помощи метода сплошной выборки были отобраны сленговые единицы и далее рассмотрены переводческие трансформации, которые используются при передаче значения на русский язык.

Анализ показал, что тематика статей напрямую влияет как на количество сленговых единиц в тексте, так и на трансформации, используемые переводчиком. Так, в политических статьях, количество таких единиц значительно ниже, чем в статьях, посвященных культуре и спорту. Говоря о переводческих трансформациях, следует отметить, что в статьях, посвященных политике, чаще всего используется метод подбора прямого эквивалента, далее идут такие приемы как генерализация и нейтрализация.

Наиболее используемыми переводческими приемами при переводе статей, посвященных культуре, являются генерализация, нейтрализация и конкретизация. Выбор данных переводческих трансформаций обусловлен необходимостью передачи эмоционального содержания с целью воздействия на читателя. Самыми распространенными переводческими трансформациями в статьях, посвященных спорту, являются такие, как подбор полного эквивалента и описательный перевод. Данный выбор обусловлен тем, что количество людей, интересующихся новостями Олимпийских игр достаточно велико, но при этом они принадлежат к разным возрастным группам. Данный факт ставит перед переводчиком задачу не просто передать смысл высказывания, но и максимально точно передать те эмоциональные оттенки, которые содержит текст оригинала.

Заключение. Проведя исследование, включающее в себя сравнительный анализ тестов современного медиа дискурса, мы пришли к следующим выводам:

1. Сленговые слова и выражения встречаются в статьях, посвященных самым разным темам, однако частота их использования выше в текстах, посвященных культуре;
2. В статьях посвященных политике и спорту перевод при помощи подбора прямого эквивалента является более употребимым, чем в статьях, посвященных культуре;
3. Использование различных переводческих трансформаций при переводе напрямую зависит от содержания статьи;
4. В большинстве случаев при переводе сленгизмов переводчик прибегает к различным трансформациям, поскольку его основной задачей остается не только передача смысла высказывания, но и сохранение его эмоциональной окраски.