

Бобровська А. Е.

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

Гнедкова О. Г.

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКОГО SMS-СЛЕНГУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Стаття присвячена аналізу перекладу англійського SMS-сленгу на українську мову, що є актуальним завданням у добу глобалізації цифрової комунікації. Автори детально досліджують специфіку цієї лексичної категорії, зокрема особливості скорочень, аббревіатур та неформальних виразів, які активно використовуються в інтернет-комунікації. Розглянуто ключові стратегії та методи перекладу, серед яких пошук функціональних аналогів, калькування, транслітерація, описовий переклад і створення неологізмів.

Особлива увага приділяється проблемам відсутності прямих еквівалентів у мові перекладу та необхідності збереження стилістичних і емоційних характеристик оригінальних текстів. Дослідження демонструє складність роботи з багатозначними виразами, культурно специфічними ідіомами та графічними елементами, такими як емодзі чи специфічне форматування тексту. У статті підкреслюється, що переклад SMS-сленгу вимагає від перекладача не лише лінгвістичної компетенції, але й глибокого розуміння культурного контексту, молодіжних тенденцій та особливостей цифрового середовища.

Автори аналізують адаптацію англійського сленгу до української мови, зокрема через створення нових слів, взаємодію з іншими мовами та збереження інноваційності текстів. Також обговорюється роль компенсації, коли неможливо відтворити всі аспекти оригінального вислову. Окремо наголошено на важливості точності перекладу для збереження інформативності повідомлення та його зрозумілості для цільової аудиторії.

Дослідження підкреслює значення перекладу цифрового сленгу як частини міжкультурної комунікації, що формує нові підходи до розвитку мов і інтеграції сучасних форм лексики в перекладознавство. Стаття є корисною для фахівців з перекладу, лінгвістів і дослідників цифрової комунікації, пропонуючи практичні рекомендації для роботи з новими формами мови.

Ключові слова: молодіжний сленг, переклад, англійська мова, українська мова, інтернет-комунікація, лексика, культурна адаптація, стилістика, методи перекладу, міжкультурна комунікація.

Постановка проблеми. У статті порушується проблема перекладу англійського SMS-сленгу українською мовою, що є актуальним завданням у контексті глобалізації цифрової комунікації та інтеграції нових мовних форм у сучасну мовну практику. Сучасні цифрові технології, зокрема мобільний зв'язок, сприяють виникненню нових лексичних одиниць, що мають свої специфічні особливості, скорочення та аббревіатури, котрі не завжди мають прямі еквіваленти в українській мові. Це ускладнює процес перекладу та вимагає розробки ефективних методів для збереження значення, емоційного забарвлення та стилістичних особливостей оригіналу. Зокрема, проблема полягає у необхідності адаптації таких виразів до культурних і мовних особливостей українського контексту, а також у збереженні інформативності

та доступності повідомлень для користувачів. Визначення оптимальних підходів до перекладу, таких як калькування, транслітерація чи створення нових мовних форм, стає важливим завданням для лінгвістів і перекладачів, що займаються перекладом цифрової комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальні діалекти стають предметом вивчення багатьох дослідників як вітчизняних: О. Глазова, В. Дорда, А. Андрусак, П. Грабовий, Л. Лисак, О. Старова, І. Ніколів, О. Романова, Л. Ставицька та ін., так і іноземних М. Адамс, Е. Патридж, Е. Матіелло, Дж. Колеман, Габ Гаревой та ін.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження особливостей перекладу англійського SMS-сленгу на українську мову, зокрема виявлення основних труднощів, які виникають під

час такого перекладу, а також аналіз стратегій і методів, що застосовуються для забезпечення адекватності та точності передачі змісту. Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких завдань, як: визначити основні труднощі з якими стикається перекладач, розглянути вплив культурних, граматичних та соціальних аспектів на процес перекладу, запропонувати рекомендації для перекладачів у контексті сучасної цифрової комунікації.

Виклад основного матеріалу. Вважаємо за потрібне розпочати наше дослідження з розгляду основних способів та прийомів перекладу SMS-сленгу, адже переклад SMS-сленгу є одним з найскладніших аспектів перекладацької діяльності. Цей процес вимагає не лише глибокого знання мови оригіналу та мови перекладу, але й розуміння культурного контексту, сучасних тенденцій у молодіжному середовищі та специфіки цифрової комунікації. Для адекватного перекладу SMS-сленгу перекладачі застосовують різноманітні способи та прийоми, що дозволяють максимально точно передати зміст і стилістичне забарвлення оригінального повідомлення.

налізуючи прийоми перекладу ми дійшли висновку про те що основними способами вважаються : пошук функціонального аналога, транслітерація або транскрипція, калькування, описовий переклад, компенсація, адаптація, генералізація та конкретизація, використання емотиконів та смайлів, створення неологізмів, контекстуальна заміна, фонетична імітація, функціональна заміна, опущення, комбінований переклад, використання сленгових словників та онлайн-ресурсів, проблеми перекладу SMS-скорочень та аббревіатур, особливості адаптації SMS-сленгу до української мови, передача гіпербол та перебільшень в SMS-сленгу, переклад емоційно забарвлених аббревіатур та акронімів, переклад мемів та інтернет-фольклору, робота з ненормативною лексикою та евфемізмами, переклад графічних елементів у SMS, переклад фразеологізмів та ідіом, робота з градацією емоцій.

Розглянемо їх більш детально:

Пошук функціонального аналога Один із основних способів перекладу SMS-сленгу – пошук функціонального аналога в мові перекладу. Цей метод передбачає знаходження виразу в мові перекладу, який виконує ту ж функцію та має таке ж стилістичне забарвлення, що й оригінальний сленговий вираз. Наприклад, англійське «LOL» (laughing out loud) можна перекласти українським «реготу». Перевага цього методу полягає в тому,

що він дозволяє зберегти прагматичний ефект оригінального повідомлення, зберігаючи неформальність та емоційне забарвлення.

2. Транслітерація або транскрипція

Інший спосіб – це транслітерація або транскрипція, коли аббревіатури та акроніми, що не мають прямих аналогів, передаються шляхом буквального перенесення символів. Наприклад, англійське «ASAP» (as soon as possible) може бути передано як «АСАП» [6, с. 7]. Цей спосіб дозволяє зберегти лаконічність оригіналу, хоча і може потребувати додаткового пояснення для читачів, незнайомих з англійським сленгом.

3. Калькування

Калькування передбачає буквальний переклад складових частин сленгового виразу. Наприклад, «brb» (be right back) може бути перекладено як «соро буду». Калькування корисне для нових сленгових виразів, але може призвести до створення незрозумілих або неприродних виразів у мові перекладу.

4. Описовий переклад

Коли неможливо знайти прямий аналог, застосовується описовий переклад. Наприклад, «ТВН» (to be honest) може бути перекладено як «якщо чесно» або «чесно кажучи». Цей метод дозволяє точно передати зміст, але часто веде до втрати лаконічності, характерної для SMS-комунікації.

5. Компенсація

Компенсація дозволяє відтворити втрачені елементи оригіналу в іншому місці тексту. Наприклад, якщо неможливо передати гру слів у певному контексті, перекладач може компенсувати це іншим місцем або засобами, не втрачаючи загального ефекту. Цей метод важливий для збереження стилістичної функції, навіть якщо деякі елементи сленгу не можуть бути передані безпосередньо.

6. Адаптація

Адаптація – це заміна реалії вихідної мови на реалію мови перекладу. Наприклад, американське слово «bucks» (долари) може бути перекладене українським «бакси». Цей метод дозволяє зробити текст зрозумілим для цільової аудиторії, але може призвести до втрати певних культурних конотацій [2, с. 45].

7. Генералізація та конкретизація

Генералізація і конкретизація дозволяють змінювати рівень абстракції сленгових виразів. Наприклад, слово «ride» може бути перекладено як «тачка», більш конкретний термін. Ці методи допомагають адаптувати сленгові вирази до контексту і культурних особливостей, але треба зберегти баланс між точністю і специфічністю.

8. Використання емотиконів та смайлів

Для передачі емоційного забарвлення повідомлень перекладачі часто використовують емотикони та смайли, які є невід'ємною частиною цифрової комунікації. Наприклад, «I'm so happy:)» перекладається як «Я такий щасливий:)» [1, с. 57]. Однак, культурні відмінності в інтерпретації емотиконів можуть створювати складнощі для перекладача.

9. Створення неологізмів

Якщо в мові перекладу немає еквіваленту сленгового виразу, перекладач може створити неологізм. Наприклад, слово «selfie» увійшло в українську мову як нове слово, завдяки перекладу. Створення неологізмів дозволяє зберегти інноваційність оригіналу, однак важливо, щоб нові слова були зрозумілими для цільової аудиторії.

10. Контекстуальна заміна

Контекстуальна заміна застосовується для виразів, що не мають точного відповідника у мові перекладу. Наприклад, «It's raining cats and dogs» може бути перекладено як «лє як з відра». Це дозволяє зберегти загальний ефект виразу, адаптуючи його до культурних особливостей.

11. Фонетична імітація

Фонетична імітація передбачає створення нового виразу, що звучить схоже на оригінал. Наприклад, «bling-bling» (яскраві прикраси) може бути перекладено як «блись-блись» [7, с. 133]. Цей метод дозволяє зберегти звукову образність виразу, хоча важливо, щоб він був зрозумілий для цільової аудиторії.

12. Функціональна заміна

Функціональна заміна полягає у використанні виразу, який виконує таку ж функцію в мові перекладу, що й оригінальний вираз. Наприклад, англійське «Ouch!» можна перекласти українським «Ой!». Цей метод допомагає зберегти прагматичний ефект виразу, хоча важливо враховувати можливі відмінності в емоційному забарвленні [3, с. 108].

13. Опущення

Іноді перекладач може опустити певні елементи сленгу, якщо їх переклад може призвести до непорозуміння або не має значущого смислового навантаження. Проте важливо, щоб опущення не впливало на загальний ефект повідомлення.

14. Комбінований переклад

Для досягнення найбільш адекватного перекладу часто застосовується комбінація різних методів, наприклад, транслітерація з поясненням або калькування з елементами адаптації. Такий підхід дозволяє досягти точності й стилістичної відповідності оригіналу.

15. Використання сленгових словників та онлайн-ресурсів

Перекладачі часто використовують спеціалізовані сленгові словники та онлайн-ресурси для пошуку актуальних значень та контекстів використання сленгових виразів, таких як Urban Dictionary. Однак важливо критично оцінювати інформацію з таких джерел і перевіряти її достовірність, оскільки сленг змінюється досить швидко.

16. Проблеми перекладу SMS-скорочень та аббревіатур

Переклад SMS-скорочень та аббревіатур є однією з найскладніших задач у сфері перекладу цифрової комунікації. Однією з основних проблем є багатозначність скорочень. Наприклад, «LOL» може означати як «laughing out loud» (голосно сміюся), так і «lots of love» (багато любові), що вимагає ретельного аналізу контексту [9, с. 179].

Ще однією проблемою є відсутність прямих еквівалентів у мові перекладу. Це особливо актуально для української мови, де культура SMS-спілкування менш розвинена, ніж в англійській країнах. В таких випадках часто використовуються неформальні або інтернаціоналізовані терміни, які можуть бути незрозумілими для певної аудиторії.

Нарешті, важливим аспектом є адаптація цифрових комунікацій до мовних і культурних особливостей. Наприклад, англійські аббревіатури на кшталт «OMG» (Oh my God) або «IDK» (I don't know) можуть бути складними для перекладу без втрати значення або емоційного забарвлення.

17. Особливості адаптації SMS-сленгу до української мови

Переклад SMS-сленгу вимагає уваги до мовних і культурних особливостей цільової аудиторії. Адаптація сленгових виразів до української мови передбачає пошук таких еквівалентів, які не тільки точніше передавали зміст, але й відповідали б мовним традиціям і звичаям, притаманним українському цифровому середовищу.

Одним з основних аспектів адаптації є створення неологізмів. В Україні часто використовуються англійські аббревіатури або навіть транслітеровані вирази, однак часто вони отримують нові значення в контексті української мовної практики. Наприклад, вирази, пов'язані з інтернет-культурою, як «лайк» або «пост», стали частиною повсякденного вжитку.

18. Передача гіпербол та перебільшень в SMS-сленгу:

Одним з важливих аспектів передачі емоційної забарвленості в SMS-сленгу є використання

гіпербол і перебільшень, які підсилюють емоційний ефект. Вони часто вживаються для вираження сильних почуттів або комічних емоцій. Наприклад, англійське вираження «I'm dying» у значенні «мені дуже смішно» є типовим перебільшенням, яке має за мету підкреслити інтенсивність емоцій. При перекладі важливо зберігати цей гіперболічний ефект, аби передати точне емоційне навантаження, не спотворюючи зміст повідомлення.

Ткачівська М. Р. зазначає, що «гіперболи в SMS-сленгу часто використовуються для створення комічного ефекту», [11, с. 117]. Наприклад, англійське «I'm dying of laughter» може бути перекладено як «я помираю зі сміху» або «я ледь не луснув від сміху», зберігаючи ефект перебільшення, який має місце в оригінальному тексті.

19. Переклад емоційно забарвлених абревіатур та акронімів:

Ще однією проблемою при перекладі є передача емоційного забарвлення абревіатур та акронімів, які широко використовуються в SMS-сленгу. Наприклад, «OMG» (Oh My God) має великий емоційний заряд, виражаючи здивування чи шок. Важливо знайти відповідники в українській мові, які б передавали ту ж емоцію з такою ж інтенсивністю.

Таран О. С. підкреслює, що «абревіатури та акроніми в SMS-сленгу часто мають більш інтенсивне емоційне забарвлення, ніж їхні повні форми» [10, с. 184]. Так, англійське «OMG» можна перекласти як «овва» або «о Боже», залежно від контексту і сили емоції.

20. Переклад мемів та інтернет-фольклору:

Переклад мемів та інтернет-фольклору є ще однією складністю, з якою стикаються перекладачі. Мемі часто несуть значне емоційне забарвлення та можуть бути культурно специфічними. Перекладач повинен не лише зрозуміти значення мему, але й адаптувати його до культурного контексту цільової аудиторії, зберігаючи емоційний ефект.

Budiasa і Savitri відзначають, що «мемі та інтернет-фольклор часто є носіями культурно-специфічного гумору та емоцій» [5, с. 158]. При перекладі важливо передавати емоційний ефект і гумор, враховуючи різні культурні контексти.

21. Робота з ненормативною лексикою та евфемізмами:

Ненормативна лексика та евфемізми часто використовуються в SMS-сленгу для підсилення емоцій. Вони можуть нести як позитивний, так і негативний емоційний відтінок. При перекладі важливо дотримуватися культурних норм та

вимог цільової аудиторії, вирішуючи, чи використувати буквальний переклад, чи адаптувати елементи через пом'якшення або видалення.

Ставицька Л. О. наголошує, що «ненормативна лексика в SMS-сленгу часто використовує не стільки для образи, скільки для підсилення емоційного ефекту». Це означає, що при перекладі важливо не тільки зберігати емоційну забарвленість, але й адаптувати експресивність до культурних стандартів.

22. Переклад графічних елементів у SMS:

Графічні елементи, такі як написання слів великими літерами або використання зірочок, часто використовуються в SMS-сленгу для вираження емоційних акцентів. Перекладач має знайти способи передати ці графічні особливості, щоб зберегти емоційне навантаження. Наприклад, «I AM SO HAPPY» може бути перекладена як «Я ТАКА схвильована!!!», зберігаючи великий шрифт та кілька знаків оклику.

Thurlow С. зазначає, що «графічні елементи в SMS-сленгу часто виконують функцію інтонаційних та паралінгвістичних засобів» [12]. Це підкреслює важливість збереження інтонаційної функції при перекладі.

23. Переклад фразеологізмів та ідіом:

Особливу увагу слід приділити перекладу фразеологізмів та ідіом, оскільки вони часто несуть яскраве емоційне забарвлення. Переклад таких виразів вимагає пошуку культурно адекватних еквівалентів у мові перекладу. Наприклад, вираз «to be over the moon» може бути перекладений як «бути на сьомому небі від щастя» або інші функціональні аналоги, що передають ту саму емоцію.

Рябокучма Т. О. та Горбаченко А. Л. зазначають, що «фразеологізми в SMS-сленгу часто зазнають трансформацій, що підсилюють їх експресивність» [8, с. 144]. При перекладі важливо зберегти цей рівень експресивності, використовуючи відповідні фразеологізми української мови.

24. Робота з градацією емоцій:

Градація емоцій є важливим аспектом передачі емоційного забарвлення в SMS-сленгу. Різні ступені інтенсивності емоцій (наприклад, «like», «love», «adore») часто використовуються для вираження різних рівнів емоційного ставлення. Перекладач має забезпечити збереження цих ступенів інтенсивності через правильний вибір слів та інтенсифікаторів у мові перекладу.

Мизин Т. О. зазначає, що «градація емоцій в SMS-сленгу часто виражається через використання інтенсифікаторів та підсилювальних часток» [4, с. 91]. При перекладі фрази «nice» – «very

«nice» – «super nice» важливо передавати не лише слова, а й емоційну інтенсивність, наприклад, як «гарно» – «дуже гарно» – «неймовірно гарно».

Таким чином, переклад SMS-сленгу вимагає врахування багатьох факторів, від збереження емоційної забарвленості та специфіки культури до точності передачі лексичних і графічних особливостей.

Приклади проаналізованих нами способів перекладу SMS-сленгу:

Спосіб	Українська	Англійська
Пошук функціонального аналогу	«регочу»	«LOL»
Транслітерація або транскрипція	«АСАП»	«ASAP»
Калькування	«скоро буду»	«brb»
Описовий переклад	«якщо чесно» або «чесно кажучи»	«TBH»
Адаптація	«бакси»	«bucks»
Генералізація та конкретизація	«тачка»	«ride»
Використання емотиконів та смайлів	«Я такий щасливий:)»	«I'm so happy:)»
Створення неологізмів	«селфи»	«selfie»
Контекстуальна заміна	«лле як з відра»	«It's raining cats and dogs»
Фонетична імітація	«блись -блись»	«bling-bling»
Функціональна заміна	«Ой!»	«Ouch!»

Висновки. У результаті проведеного дослідження перекладу англійського SMS-сленгу на українську мову можна зробити кілька важливих висновків. По-перше, англійський SMS-сленг є характерним для сучасного цифрового середовища, в якому люди використовують короткі форми слів, аббревіатури, емодзі та інші знаки для швидкого та зручного спілкування. Ці особливості суттєво ускладнюють процес перекладу, адже потрібно зберегти зміст повідомлення при мінімальній кількості символів.

По-друге, переклад англійського SMS-сленгу на українську мову вимагає гнучкості та креативності з боку перекладача. Оскільки багато слів у SMS-сленгу є специфічними для певної культури або навіть контексту, важливо правильно передати їх значення без втрати смислової точності. Для цього необхідно враховувати як граматичні, так і культурні аспекти обох мов.

По-третє, були визначені основні стратегії перекладу, такі як калькування, адаптація, використання аналогій і транслітерація, що дозволяють зберігати аутентичність повідомлення, не втрачаючи значення. Водночас, варто зауважити, що переклад SMS-сленгу має специфіку залежно від цільової аудиторії і контексту.

У майбутньому дослідження можуть бути спрямовані на більш глибоке вивчення впливу цифрових технологій на розвиток мови та перекладознавства, зокрема на виникнення нових форм комунікації, таких як меми або сленг, що використовуються в різних соціальних мережах.

Загалом, переклад SMS-сленгу є важливою складовою сучасного лінгвістичного процесу, що потребує комплексного підходу і врахування багатьох факторів для забезпечення точності і зрозумілості перекладу.

Список літератури:

- Бездітко, А. Р. Англійський SMS-сленг як сучасна форма усно-письмової електронної комунікації. А. Р. Бездітко. Південний архів. Філологічні науки. 2020. Вип. 81. С. 56–60. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pafn_2020_81_10 (дата звернення: 10.10.2024).
- Васильєва, О. Г. Оцінні прикметники та прислівники в англомовному молодіжному дискурсі: гендерний аспект (на матеріалі телесеріалу «Друзі») О. Г. Васильєва. Збірник наукових праць КиМУ. ГДПШМ. Серія «Актуальні питання філології». – 2012. – Вип. 3. С. 43–50.
- Каптюрова, В. В. Комунікативні стратегії користувачів соціальних мереж та мікроблогів В. В. Каптюрова. Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. Київ, 2013. С. 104–111.
- Мизин, Т. О. Семантичні аспекти американського молодіжного сленгу Т. О. Мизин. Вісник ХНУ. Серія «Лексикологія». 2013. № 1072. С. 87–91.
- Мігорян, О. Особливості функціонування американського молодіжного сленгу (на матеріалі американського анімаційного серіалу «Сімпсони») О. Мігорян. Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Германська філологія. 2020. Вип. 822. С. 155–163.
- Палагута, І. Особливості молодіжного сленгу в англійській мові І. Палагута. Наукові пошуки молоді у ХХІ столітті. Ad linguas et culturas per cognitionem (до мов і культур через пізнання): матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Біла Церква, 14 квітня 2021 р.). Біла Церква: БНАУ, 2021. С. 2–8.
- Перетокіна, В. Ф. Англійський молодіжний сленг та його переклад В. Ф. Перетокіна. Англїстика та американістика. 2013. Вип. 10. С. 129–133. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/antame_2013_10_34 (дата звернення: 10.09.2024).

8. Рябокучма, Т. О., Горбаченко, А. Л. Способи утворення американських сленгових інновацій Т. О. Рябокучма, А. Л. Горбаченко. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2019. Вип. 41, Т. 1. С. 141–144.

9. Таран, О. С. Функціональні особливості сленгізмів у текстових повідомленнях (смс) О. С. Таран. Лінгвістичні дослідження. 2013. Вип. 35. С. 179–180.

10. Таран, О. С. Функціональні особливості сленгізмів у текстових повідомленнях (смс) О. С. Таран. Лінгвістичні дослідження. 2013. Вип. 35. С. 180–185.

11. Ткачівська, М. Р. Молодіжний сленг і його класифікації М. Р. Ткачівська. Одеський лінгвістичний вісник. 2015. – Вип. 2 (6). С. 114–118.

12. Thurlow, C. Generation Txt? The sociolinguistics of young people's text messaging. URL: <http://extra.shu.ac.uk/daol/articles> (дата звернення: 29.09.2024).

Bobrovska A. Y., Hniedkova O. H. SPECIFICS OF TRANSLATING ENGLISH SMS SLANG INTO UKRAINIAN

The article is dedicated to the analysis of translating English SMS slang into Ukrainian, an increasingly relevant task in the era of globalization of digital communication. The authors thoroughly examine the specifics of this lexical category, including the peculiarities of abbreviations, acronyms, and informal expressions widely used in internet communication. Key strategies and translation methods are explored, such as finding functional equivalents, calquing, transliteration, descriptive translation, and the creation of neologisms.

Particular attention is paid to the challenges posed by the absence of direct equivalents in the target language and the necessity of preserving the stylistic and emotional nuances of the original texts. The study highlights the complexity of working with polysemous expressions, culturally specific idioms, and graphic elements such as emojis or unique text formatting. The article emphasizes that translating SMS slang requires not only linguistic competence but also a profound understanding of cultural context, youth trends, and the specifics of the digital environment.

The authors analyze the adaptation of English slang to Ukrainian, focusing on the creation of new words, interaction with other languages, and the preservation of the innovative character of the texts. The discussion also includes the role of compensation strategies when it is impossible to fully replicate all aspects of the original expression. Special emphasis is placed on the importance of translation accuracy to maintain the informational content of the message and ensure its comprehensibility for the target audience.

The study underscores the significance of translating digital slang as a component of intercultural communication, shaping new approaches to language development and integrating modern lexical forms into translation studies. The article is valuable for translation professionals, linguists, and researchers of digital communication, offering practical recommendations for working with emerging language forms.

Key words: youth slang, translation, English language, Ukrainian language, internet communication, vocabulary, cultural adaptation, stylistics, translation methods, intercultural communication.