



Научно-исследовательский журнал «Современный ученый / Modern Scientist»
<https://su-journal.ru>

2025, № 2 / 2025, Iss. 2 <https://su-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)

УДК 81-26 347.78.034

Перевод сленга в текстах политической и экономической направленности

¹ Захаров Д.С.

¹ *Hainan College of Foreign Studies, China*

Аннотация: в данной статье рассмотрены основные способы перевода сленга и сленговых выражений. Также были рассмотрены особенности перевода данного вида выражений и конструкций, а также выделена важность данного вида перевода. Было обозначено, что так как сленг быстро меняется, то при выборе способа перевода требуется учитывать соответствие времени. Также сленг и его использование очень зависит от контекста. Так в англоязычных текстах сленг очень распространен. В 20 выбранных статьях было выделено и проанализировано 82 случая употребления сленговых слов и выражений. В тоже время в русскоязычных текстах схожей тематики сленг употребляется значительно реже. В результате исследования было установлено, что основными способами перевода сленговых единиц в данных текстах являются: трансформационный, подбор аналогичных выражений, описательный перевод, и интерлинеарный перевод. Трансформационный перевод составил порядка 46% от общего числа переводов. Русскоязычные тексты более нейтральны, в то время как англоязычные зачастую гораздо более эмоционально окрашены. Подбор аналогичных выражений составил 27% случаев перевода. В случаях, когда уместно сохранить образность, реализуемую через сленг, а также когда данная образность совпадает в обеих культурах и будет понятна аудитории, переводчик прибегает к этому способу перевода. Описательный перевод использовался в 17% случаях. Он используется тогда, когда сленг отражает реалии жизни англоязычной аудитории, которые не знакомы русскоязычной аудитории. Также необходимым условием является невозможность использовать трансформацию. Буквальный перевод составляет оставшиеся 10% переводов. Он используется в тех случаях, когда использовать другие способы не представляется возможным.

Ключевые слова: перевод, сленг, политические тексты, экономические тексты, русский язык, английский язык

Для цитирования: Захаров Д.С. Перевод сленга в текстах политической и экономической направленности // Современный ученый. 2025. № 2. С. 136 – 143.

Поступила в редакцию: 13 октября 2024 г.; Одобрена после рецензирования: 14 декабря 2024 г.; Принята к публикации: 3 февраля 2025 г.

Translation of slang in political and economical texts

¹ Zakharov D.S.

¹ *Hainan College of Foreign Studies, China*

Abstract: this article discusses the main methods of translating slang and slang expressions. It also discusses the specifics of translating this type of expressions and constructions, and highlights the importance of this type of translation. It was noted that since slang changes quickly, it is necessary to take into account the time when choosing a translation method. Also, slang and its use are highly context-dependent. Thus, slang is very common in Eng-

lish-language texts. In 20 selected articles, 82 cases of using slang words and expressions were identified and analyzed. At the same time, slang is used much less frequently in Russian-language texts on similar topics. The study found that the main methods of translating slang units in these texts are: transformational, selection of similar expressions, descriptive translation, and interlinear translation. Transformational translation accounted for about 46% of the total number of translations. Russian-language texts are more neutral, while English-language texts are often much more emotionally charged. The selection of similar expressions accounted for 27% of translation cases. In cases where it is appropriate to preserve the imagery realized through slang, and also when this imagery coincides in both cultures and will be understandable to the audience, the translator resorts to this method of translation. Descriptive translation was used in 17% of cases. It is used when slang reflects the realities of life of the English-speaking audience, which are not familiar to the Russian-speaking audience. Another necessary condition is the impossibility of using transformation. Literal translation accounts for the remaining 10% of translations. It is used in cases where it is not possible to use other methods.

Keywords: translation, slang, political texts, economic texts, the Russian language, the English language

For citation: Zakharov D.S. Translation of slang in political and economical texts. Modern Scientist. 2025. 2. P. 136 – 143.

The article was submitted: October 13, 2024; Approved after reviewing: December 14, 2024; Accepted for publication: February 3, 2025.

Введение

Сленг становится все более и более распространенным в текстах политической и экономической направленности. Делая перевод данных видов текстов, переводчик может столкнуться с множеством сложностей и особенностей перевода сленга. Так, например, Ю.К. Волошин в статье “Сленг и перевод” отмечает сложность перевода сленгизмов, а также важность временного фактора при переводе: “Перевод с одного языка на другой сам по себе является сложной деятельностью, будь это литературный язык произведения, газеты, научной статьи и т.д. Сложность эта возрастаёт многократно при переводе нестандартных единиц, в частности, американского сленга. Многочисленными примерами могут служить конкретные переводы в художественной литературе, в фильмах, в СМИ и т.д.

Материалы и методы исследований

Нельзя не согласиться с мнением о том, что при переводе сленговых единиц следует учитывать временной фактор, поскольку сленг подвержен изменениям, являясь языковой приметой поколений; отсюда, неудачно подобранное соответствие грозит иной раз обернуться анахронизмом [1, с. 235; 29, с. 26].

О важности лексико-семантических характеристики текстов, а также иных факторов, при переводе сленга также пишут И.А. Гребенникова и Т.О. Зорина в своей работе “Прагматика перевода сленгизмов на материале молодёжного сериала «Grown-ish»”: “При переводе сленговых выражений следует учитывать лексикосемантические характеристики для передачи содержания текстов на другой язык, при этом сохраняя смысл, стиль, экс-

прессивность, прагматический потенциал и другие особенности.

Ю.К. Волошин также пишет, что переводчики при переводе сленгизмов чаще всего прибегают либо к использованию аналогичных выражений, либо, если это невозможно, используют описательный перевод: “Подобрать русское соответствие американского сленгизма – дело не простое, иногда просто почти невозможно. При отсутствии аналога в русском языке приходится прибегать к описательному переводу сленгизма. Это наблюдение соответствует мнению отечественных теоретиков и практиков перевода, отмечающих, что при переводе сленга приходится либо подыскивать аналогичный русской сленгизм, обладающий примерно такой же экспрессивностью, или идти по пути толкования и разъяснения значения, то есть использовать описательный приём перевода [2, с. 112; 29, с. 26].

С Ю.К. Волошиным частично согласны Н.М. Жутовская и Д.В. Богдашев. В своей работе “Особенности американского сленга и способы его перевода” пишут, что главными способами перевода являются “интерлинеарный” (буквальный) и “трансформационный”: “Фундаментальными способами перевода являются «интерлинеарный» и «трансформационный». Рассмотрим, к примеру, сленговое выражение: «I just don’t give a flying shit about him». Интерпретировать данное выражение интерлинеарно, т. е. «слово в слово», было бы не-приемлемо, поскольку это привело бы, во-первых, к нарушению норм ПЯ, а во-вторых, нарушило бы соответствующие коммуникативные стандарты. Также, учитывая разницу в коммуникативных стандартах двух языков, следует отметить, что в

нынешней американской версии разговорного английского языка использование таких лексем, как «*flying shit*», считается более приемлемым, чем в русском языке, где использование такого рода единиц чаще всего недопустимо. Полученный русский эквивалент подобной сниженной лексики считается более бес tactным, чем исходное слово. Ввиду этого, этически верным переводом такого рода выражения считается следующее: «Да мне просто наплевать на него». Переводчик использует в этом случае разговорную, но не сленговую лексему» [31, с. 350-351].

Тем не менее, согласно исследованию, самым распространенным способом перевода все-таки является трансформационный: «превалирующем большинстве случаев переводчики, конечно, руководствуются «трансформационным» переводческим способом, применяя различного рода лексико-грамматические трансформации. Адекватность такого перевода обеспечивается, кроме того, принятием во внимание стилистических особенностей оригинала, ибо вариант перевода подразумевает воссоздание стилистической составляющей исходного текста» [31, с. 351-352].

Таким образом можно становиться понятно, что при переводе сленгизмов необходимо учитывать контекст, а также адресатов данных текстов. Так как в рамках данной работы рассматриваются тексты политической и экономической направленности, то и перевод будет рассмотрен именно в контексте того, что текст рассчитан на них.

Хотя большинство переводчиков и стремятся к использованию аналогичного сленга для перевода сленгизмов, описательный и трансформационный способы перевода тем не менее являются основными. Учитывая жанрово-стилистические особенности текстов политической и экономической направленности, конкретизация, генерализация, а также модуляция и логическое развитие будут основными приемами перевода.

Результаты и обсуждения

В рамках данной работы было проанализировано порядка 20 статей различных американских изданий, таких как The Wall Street Journal, USA Today, Los-Angeles Times и другие. Для данной работы было найдено и переведено порядка 80 случаев употребления сленга и сленговых выражений. Данные переводы убедительно показывают, что в случае если речь идет о переводах политических и экономических текстов, трансформационный перевод будет использован чаще, чем иные способы. Так во время исследования было установлено, что в общей массе переводов доля переводов, совершенных при помощи трансформаций, составила 46% (или 38 случаев из 82).

Например: Prisinzano's “**back-of-the-envelope**” estimate for price savings – **Примерный расчет предполагаемой экономии за счет цен** Присинцано.

“*Back-of-the-envelope*” буквально означает “на задней стороне конверта”. Подразумеваются примерные расчеты, которые можно сделать “на задней стороне конверта”. Ближайшими аналогами в русском языке являются такие слова и выражения как “на салфетке набросать, прикинуть, на бумажке расписать” и так далее. Ни один из вариантов не подходит в связи со стилистикой текста, так что переводчик был вынужден применить трансформацию и сделать перевод менее разговорным.

Другим примером может служить данный перевод: Thomas remains an **outlier in targeting** other privacy rights – Томас остается **единственным, кто ставит под угрозу** другие личные права.

Сам сленгизм “*outlier*” означает “тот, кто находится в стороне, маргинал”, а “*targeting*” – “наведение на цель, взятие на прицел”. Однако в данном случае так как это сленгизмы, то аналогами могут выступать такие русскоязычные выражения, как “аутсайдер, белая ворона”. Для сленгизма “*targeting*” возможные аналоги: “ставить под удар, подрывать и т.д.”. Однако данные сленгизмы стилистически не совместны с русскоязычными текстами о политике, поэтому при переводе необходимо стилистически трансформировать и подобрать более нейтральные варианты, что переводчик и сделал.

Интересным примером трансформации могут также служить сленгизмы, которые изначально были заимствованиями. Например это можно увидеть в следующем переводе: Nor did they **kowtow** to current events – Они также не **проявили должного уважения** к текущим событиям.

Изначально “*kowtow*” пришло в английский язык из китайского, где означало глубокий поклон, который необходимо совершить, чтобы проявить уважение лицу, находящемуся выше по статусу или старше по возрасту. В английский язык данное выражение проникло и получило значение “проявлять уважение, показывать уважение”. Однако тут стоит отметить, что лексически и стилистически *kowtow* относится к разговорной речи, в то время как перевод “проявлять уважение” относится к нейтральной речи. Таким образом переводчик трансформировал данное выражение дабы сделать перевод более адекватным заданному контексту.

Еще одним примером может служить следующее предложение: I knew the justices weren't in **earshot** – Я знал, что судьи **не могли слышать нас**.

Собственно сленгизм “earshot” означает “расстояние слышимости, радиус слышимости”. Однако данный перевод сильно исказил бы значение оригинала. Буквальный перевод также был бы здесь неуместен, так как этот сленгизм состоит из двух частей: “ear-ухо” и “shot-расстояние”. Таким образом если образно можно понять это как “расстояние до уха”, то буквальный перевод не будет иметь смысла. В русском языке подобрать аналогичный сленгизм тоже весьма затруднительно. Таким образом переводчик пришел к необходимости использования трансформации.

Еще одной интересной особенностью образности сленга является то, что зачастую она укоренена в особенностях жизни носителей. Например: **Politicians on both sides of the aisle** – Политики из **обеих партий**.

При переводе данного предложения стоит учитывать, что на данный момент в США фактически сложилась двухпартийная система. Во время заседаний в Сенате, представители данных партий должны занимать предписанные места. Таким образом получается, что представители Республиканской Партии сидят с одной стороны, а представители Демократической Партии сидят с другой стороны. Соответственно, проход к трибуне (aisle) и разделяет представителей данных партий. Таким образом выражение “on both sides of the aisle” имеет значение “обе партии” либо “представители обеих партий”. Дословный же перевод “с двух сторон прохода” не имеет смысла в контексте данной статьи. Аналог же на русском языке подобрать весьма затруднительно. Таким образом наиболее адекватный перевод получится при применении трансформации.

В рамках данной работы было установлено, что использование стилистически сниженных сленгизмов в англоязычной прессе встречается довольно часто. Так, например: **the most powerful person in the world telling the law enforcement arm of the U.S. government to make up some hooey** – самый могущественный человек в мире сказал правоохранительной власти правительства США **согнать**.

Само употребление сленгизма “hooey” является синонимичным употреблению сленгизма “shit”. Например, “load of hooey/shit”. Тем не менее “hooey” является более печатным вариантом, соответственно его употребление в прессе больше соответствует нормам. Тем не менее даже прямой перевод как “чушь” все еще является слишком стилистически сниженным вариантом для употребления в русскоязычной прессе. Таким образом сленговое выражение “to make up some hooey”, которое можно перевести как “выдумать чушь”

все еще необходимо трансформировать в более лексически нейтральное “согнать”.

Похожую ситуацию можно увидеть и в следующем предложении: **to give him and his dull-witted congressional kowtowers cover to lie** – чтобы прикрыть ложь его и его **недалеких подхалимов из Конгресса**.

Так сленгизм “dull-witted” имеет значение “тупой, твердолобый, тупоумный”. Однако перевод в таком виде не будет приемлемым для русскоязычной прессы. Таким образом необходимо использовать менее сниженную лексику, что, собственно, и было сделано в данном переводе.

Другой сленгизм “kowtower” происходит от сленгизма “to kowtow”, значение которого было описано выше. Стилистически близко его можно перевести как “прихлебатель”, однако данный перевод также не будет приемлем для русскоязычной прессы. Таким образом в обоих случаях переводчик прибег к трансформации, чтобы сделать перевод более приемлемым для русскоязычных читателей.

Вторым по распространенности способом перевода сленговых выражений в текстах политической и экономической направленности является использование сленговых аналогов. Так из 82 переводов порядка 22 были переведены при помощи сленговых аналогов в языке оригинала. В общей массе переводов это составило 27%.

Как было сказано выше, тексты политической и экономической направленности в американской прессе стилистически отличаются от таких же текстов в русскоязычной прессе. Тексты политической и экономической направленности в русскоязычной прессе менее эмоционально окрашены и гораздо более нейтральны. Таким образом можно сделать вывод, что аналоги следует использовать тогда, когда текст оригинала и текст перевода, а также сами сленгизмы, стилистически близки.

Так например в данном предложении: **Most of the court’s conservatives like to tie themselves in straitjackets when it comes to decisions like these.** – Большинство консерваторов предпочитает **связывать себе руки**, когда дело доходит до подобных решений.

Сленгизм “to tie someone self in straitjacket” означает “добровольно отказываться от принятия какого-либо решения, не предпринимать каких-либо действий”. Также тут стоит отметить, что в данном предложении присутствует некоторая доля негодования со стороны автора, который недоволен таким поведением. Поэтому аналог “связывать себе руки” подходит наилучшим образом, так как именно он передает все оттенки данного сленгизма и отсылает к схожей образности, ведь

straitjacket – дословно “смирительная рубашка”, в которой руки связывают за спиной.

Другой пример адекватного аналога можно найти в этом предложении: from **blue-chip tech firms** to less-proven enterprises – от **синих фишек** до менее надежных компаний.

В данном примере видно, что аналоги полностью совпадают как в значении так и в образности.

В некоторых случаях сленгизмы могут совпадать по значению, но отличаться по образности. Так в данном предложении можно увидеть эту разницу:: and that helped me “**get to the truth**,” – и это помогло мне **докопаться до истины**.

Данные сленгизмы полностью совпадают и стилистически и по значению. Образность же несколько отличается, так как в русском варианте подразумевается, что “истина где-то закопана, значит до нее нужно докопаться”. В английском же скорее подразумевается, что “истина где-то находится и до нее нужно добраться”.

Интересно отметить, что порой в русском языке допустимо сохранение некоторой сниженности лексики. Это можно увидеть в данном предложении: **Progressives are calling for the feds** - Прогрессивисты призывают **федералов**.

Так сленгизм “**the feds**” используется в разговорной речи для обозначения “сотрудников федеральных органов исполнительной власти”. Как можно увидеть, определение достаточно громоздкое и так как аналог “**федералы**” не является ярко выраженным представителем сниженным лексики, находясь в несколько промежуточном положении между нейтральным словом и сниженным, его употребление вполне допустимо в данном переводе.

Также в некоторых случаях можно наблюдать и обратный процесс. Иногда русскоязычный аналог является более нейтральным, чем английский сленгизм. В таком случае аналог перевод становится стилистически несколько более нейтральным. Например: **fighting like crazy to stay afloat** - сражающиеся **изо всех сил**, чтобы оставаться на плаву.

Сленгизм “**like crazy**” является достаточно разговорным в английском языке. При этом его русскоязычный аналог “из-за всех сил” является гораздо более нейтральным.

Похожую ситуацию можно наблюдать и в следующем примере: **But for an industry just regaining its sea legs** – Но для сферы, которая все еще только **вставала на ноги заново**.

И снова, сленгизм “**regaining someone’s legs**” является по сути гораздо более разговорным, нежели “вставать на ноги”. При этом в данном случае сохраняется и образность и значение.

Третьим по распространенности способом перевода сленговых выражений в текстах политической и экономической направленности является описательный способ. Так из 82 переводов порядка 14 были переведены при помощи сленговых аналогов в языке оригинала. В общей массе переводов это составило 17%.

Примерами могут служить нижеследующие предложения:

She helped to organize a student walkout – Она помогла организовать **выход учеников из классов, в знак протеста против насилия с применением оружия**.

what it feels like to lose a classmate, teacher, mother, brother, sister or best friend to gun violence - Каково это, потерять одноклассника, учителя, мать, брата, сестру, или лучшего друга, **из-за насилия, связанного с применением огнестрельного оружия**.

В первых двух примерах сленгизмы “**a student walkout**” и “**gun violence**” представляют собой выражения, аналог или перевод которым затруднительно найти в русском языке, так как они представляют собой реалии жизни в США. Так “**a student walkout**” можно дословно перевести как “**выход студентов/учеников**”, однако не вызовет никаких ассоциаций у русскоязычной аудитории, так как данный вид протеста не является распространенным в обществе.

Тоже самое можно сказать о сленгизме “**gun violence**”. Подобрать аналог к нему достаточно затруднительно и при этом буквальный перевод тоже неприменим в данном случае.

Описательный перевод также часто используется и в экономических текстах. Также как и в политических, чаще всего их можно встретить при переводе сленгизмов, относящимся к реалиям, которые отличаются либо отсутствуют в культурном пространстве языка перевода. Это можно увидеть в следующих примерах:

Gas price gouging – **Обдираво ценами на бензин.**

Gas-guzzling SUVs and pickups – **Кроссоверы и пикапы с большим расходом топлива.**

stocks are dropping closer to bear-market territory – **акции падают и начинают проявлять тенденции к понижению.**

what it takes to push stocks back into a bull market – **чего стоит подтолкнуть стоимость акций к росту.**

My wife canvassed for the Equal Rights Amendment – **Моя жена собирала подписи в поддержку Поправки о Равных Правах.**

Both of us have marched for abortion rights - **Мы оба принимали участие в маршах в поддержку**

права на аборт.

Интерлинеарный способ перевода означает дословный, либо буквальный способ перевода. При данном способе перевода сленгизм переводится буквально, зачастую путем калькирования.

Данный способ является наименее распространенным способом перевода сленговых выражений в текстах политической и экономической направленности является описательный способ. Так из 82 переводов порядка 8 были переведены при помощи сленговых аналогов в языке оригинала. В общей массе переводов это составило 10%.

Примерами использования данного вида перевода:

which included graduation parties and **summer block parties** – включая выпускные и летние уличные вечеринки.

Lockdown drills are as routine as fire drills, even if **school shootings** are rare. – Тренировки по блокированию стали такими же рутинными как тренировки по пожарной безопасности, даже при условии, что **стрельба в школе** происходит редко.

They're speaking out. They're walking out – Они высказываются. Они выходят на улицы.

Let's go, Brandon! – Вперед, Брэндон!

One was used to **pistol whip** someone – Один был использован, чтобы кого-то **ударить рукояткой пистолета**.

Every time there's a **mass shooting**, everyone freaks out - Каждый раз, когда происходит **массовая стрельба**, все впадают в панику.

The legislation also closes the so-called "**boyfriend loophole**," – Закон также закроет так называемую “лазейку бойфренда”.

Выводы

В данной статье было установлено, что самым распространенным способом перевода сленгизмов в текстах политической и экономической направленности является трансформационный способ. Удельный вес переводов составил 46%. Такая распространенность вызвана тем, что политические и экономические русскоязычные тексты стилистически более нейтральны, чем англоязычные.

Вторым по распространенности способом является подбор аналогичных сленгизмов в русском языке. Доля переводов, сделанных таким способом, составил 27%. Относительная популярность данного способа перевода обусловлена тем, что он, в отличии от других способов, позволяет передать стилистическую и образность оригинала. Однако данный способ уместен тогда, когда сленгизмы совпадают по стилю и уровню языка.

Третьим по популярности способом является описательный перевод. Доля таких переводов составила 17% от общего числа. Данный способ используется тогда, когда аналог подобрать достаточно сложно, а прибегнуть к трансформации по каким-то причинам нельзя. Чаще всего такая ситуация наблюдается при переводе лингвокультурных реалий, которые в присутствуют в стране оригинала, но при этом отсутствуют в стране перевода.

Наименее распространенным способом является интерлинеарный перевод. Доля таких переводов в рассмотренных примерах составила 10%. Переводчик прибегает к данному способу тогда, когда невозможно использовать другие способы, либо когда перевод, полученный при их помощи, не соответствует оригиналу и искажает смысл.

Список источников

1. Потемкина Виктория Александровна Сленг, как составляющая разговорного языка // Сибирский педагогический журнал. 2009. № 11. С. 153 – 156.
2. Partridge E. Slang Today and Yesterday. New York : The Macmillan, 1970. P. 476.
3. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов: словарь: [16+]. Москва: Советская энциклопедия, 1969. 607 с.
4. Гальперин И.Р. О термине слэнг // Вопросы языкознания. М.: Изд-во АН СССР, 1956. № 6. С. 107 – 114.
5. Иващенко Д.Е. Особенности употребления сленга американскими и британскими подростками (на материале современных телесериалов) // Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации. 2021. № XIII. С. 46 – 50.
6. Сизов С.Д., Сизова Ю.С. Понятие и функции сленга // Юный ученый. 2016. № 5 (8). С. 32 – 34.
7. Колесниченко А.Н. Особенности функционирования английского и русского сленга в художественной литературе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 5 (23). С. 112 – 115.
8. Петрова Ю.А., Самарская С.В. Особенности сленга и его функционирования в современных молодежных субкультурах // Гуманитарные и социальные науки. 2020. № 2. С. 65 – 74.
9. Карасова С.Я. Функционирование сленга в разных языках // Проблемы современного педагогического образования. 2019. № 65-2. С. 149 – 152.

10. Б. Раренко Сленг как повышение и понижение социального статуса // Языковое бытие человека и этноса. 2017. № 19. С. 183 – 189.
11. Карасик В.И. Язык социального статуса. М.: Ин-т языкоznания РАН; Волгогр. гос. пед. ин-т, 1992. 330 с.
12. Хомяков В.А. Три лекции о сленге Текст. Вологда, 1970.
13. Грекова М.В., Оленев С.В. Выражение социально-возрастных характеристик носителей языка через использование сленга // Вестник КемГУ. 2012. № 3. С. 147 – 151.
14. Минаева В.В. Особенности и сферы функционирования профессионального жаргона (на материале английского языка) // Вестник МГУКИ. 2014. № 6 (62). С. 251 – 254.
15. Харькова Е.В., Амирханова К.М. Способы словообразования в молодежном сленге русского языка // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 10-1 (64). С. 161 – 163.
16. Береговская Э.М. Молодежный сленг: Формирование и функционирование. Москва: Вопросы языкоznания, 2006. С. 34 – 35.
17. Тамбовцева К.Дж. Способы словообразования в американском молодежном сленге // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2015. № 2. С. 60 – 69.
18. Щербина Валентина Евгеньевна Чекиниться, инстаграмиться, твититься... сетевые неологизмы как средство пополнения молодежного сленга // Вестник ОГУ. 2017. № 1 (201). С. 68 – 72.
19. Богданова О.Ю., Орлова Н.О. Функциональное назначение сленга (на материале русских и американских сленгизмов) // Вестник САФУ. Серия: «Гуманитарные и социальные науки». 2020. № 21 (6). С. 98 – 104.
20. Аласания К.Ю. Методы анализа политического текста // Электронное научное издание Альманах Пространство и Время. 2015. № 1. С. 31.
21. Баженова Е.Ю. Статус политических текстов в СМИ // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2008. № 40. С. 87 – 89.
22. Курьянова Е.А. Концептуальная метафора в политических текстах // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. 2012. № 12. С. 129 – 133.
23. Лядашева Е.Д. Экономический текст как особый тип текста // Филология и лингвистика. 2018. № 3 (9). С. 29 – 30.
24. Стратийчук Е.Ю., Скряга М.И. Особенности метафоры в политическом тексте // Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты. 2015. № 20. С. 136 – 140.
25. Арутюнян Лусине Арменовна Функциональные особенности экономического медиатекста // Вестник ТГГПУ. 2017. № 2 (48). С. 6 – 10.
26. Алексеева Д.А. Финансовая терминология как источник метафорической экспансии в современном русском сленге // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2014. № 4. С. 26 – 30.
27. Подкина Ю.В. Метафора в журналистском тексте экономической тематики // Вестник КГУ. 2018. № 4. С. 161 – 165.
28. Королева Л.Ю. Прагматический аспект сленга в современном политическом дискурсе // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2019. № 2. С. 32 – 41.
29. Волошин Ю.К. Сленг и перевод // Перевод и сопоставительная лингвистика. 2015. № 11. С. 26 – 28.
30. Гребенникова И.А., Зорина Т.О. Прагматика перевода сленгизмов на материале молодёжного сериала «Grown-ish» // Вестник ПГУ им. Шолом-Алейхема. 2021. № 2 (43). С. 46 – 52.
31. Жутовская Н.М., Богдашов Д.В. Особенности американского сленга и способы его перевода // Царскосельские чтения. 2017. Т. 1. С. 348 – 352.

References

1. Potemkina Victoria Aleksandrovna Slang as a component of colloquial language. Siberian pedagogical journal. 2009. No. 11. P. 153 – 156.
2. Partridge E. Slang Today and Yesterday. New York : The Macmillan, 1970. P. 476.
3. Akhmanova O.S. Dictionary of linguistic terms: dictionary: [16+]. Moscow: Soviet Encyclopedia, 1969. 607 p.
4. Galperin I.R. On the term slang. Questions of linguistics. Moscow: Publishing house of the USSR Academy of Sciences, 1956. No. 6. P. 107 – 114.
5. Ivaschenko D.E. Features of the Use of Slang by American and British Teenagers (Based on Modern TV Series). Foreign Languages in the Context of Intercultural Communication. 2021. No. XIII. P. 46 – 50.
6. Sizov S.D., Sizova Yu.S. The Concept and Functions of Slang. Young Scientist. 2016. No. 5 (8). P. 32 – 34.

7. Kolesnichenko A.N. Features of the Functioning of English and Russian Slang in Fiction. *Philological Sciences. Theoretical and Practical Issues*. 2013. No. 5 (23). P. 112 – 115.
8. Petrova Yu.A., Samarskaya S.V. Features of Slang and Its Functioning in Modern Youth Subcultures. *Humanitarian and Social Sciences*. 2020. No. 2. P. 65 – 74.
9. Karasova S.Ya. The functioning of slang in different languages. *Problems of modern pedagogical education*. 2019. No. 65-2. P. 149 – 152.
10. B. Rarenko Slang as an increase and decrease in social status. *Linguistic existence of man and ethnic group*. 2017. No. 19. P. 183 – 189.
11. Karasik V.I. The language of social status. M.: Institute of Linguistics RAS; Volgogr. state ped. Institute, 1992. 330 p.
12. Khomyakov V.A. Three lectures on slang Text. Vologda, 1970.
13. Grekova M.V., Olenev S.V. Expression of social and age characteristics of native speakers through the use of slang. *Bulletin of KemSU*. 2012. No. 3. P. 147 – 151.
14. Minaeva V.V. Features and spheres of functioning of professional jargon (based on the English language). *Bulletin of MGUKI*. 2014. No. 6 (62). P. 251 – 254.
15. Kharkova E.V., Amirkhanova K.M. Methods of word formation in youth slang of the Russian language. *Philological sciences. Theoretical and practical issues*. 2016. No. 10-1 (64). P. 161 – 163.
16. Beregovskaya E.M. Youth slang: Formation and functioning. Moscow: Voprosy yazykoznaniya, 2006. Pp. 34 – 35.
17. Tambovtseva K.D. Methods of word formation in American youth slang. *Bulletin of RUDN. Series: Linguistics*. 2015. No. 2. P. 60 – 69.
18. Shcherbina Valentina Evgenievna Check in, Instagram, tweet... network neologisms as a means of replenishing youth slang. *Bulletin of OSU*. 2017. No. 1 (201). P. 68 – 72.
19. Bogdanova O.Yu., Orlova N.O. Functional purpose of slang (based on Russian and American slangisms). *Bulletin of NArFU. Series: "Humanities and Social Sciences"*. 2020. No. 21 (6). P. 98 – 104.
20. Alasania K.Yu. Methods of political text analysis. *Electronic scientific publication Almanakh Space and Time*. 2015. No. 1. P. 31.
21. Bazhenova E.Yu. The status of political texts in the media. *Bulletin of Amur State University. Series: Humanities*. 2008. No. 40. P. 87 – 89.
22. Kuryanova E.A. Conceptual metaphor in political texts. *Intellectual potential of the 21st century: stages of cognition*. 2012. No. 12. P. 129 – 133.
23. Lyadashcheva E.D. Economic text as a special type of text. *Philology and linguistics*. 2018. No. 3 (9). Pp. 29 – 30.
24. Stratiychuk E.Yu., Skryaga M.I. Features of metaphor in a political text. *Fundamental and applied research: problems and results*. 2015. No. 20. P. 136 – 140.
25. Arutyunyan Lusine Armenovna Functional Features of Economic Media Text. *Bulletin of TSGPU*. 2017. No. 2 (48). P. 6 – 10.
26. Alekseeva D.A. Financial Terminology as a Source of Metaphorical Expansion in Modern Russian Slang. *News of Saratov University Nov. Series. Series: Philology. Journalism*. 2014. No. 4. P. 26 – 30.
27. Podkina Yu.V. Metaphor in a Journalistic Text on Economic Topics. *Bulletin of KSU*. 2018. No. 4. P. 161 – 165.
28. Koroleva L.Yu. Pragmatic aspect of slang in modern political discourse. *Scientific result. Issues of theoretical and applied linguistics*. 2019. No. 2. P. 32 – 41.
29. Voloshin Yu.K. Slang and translation. *Translation and comparative linguistics*. 2015. No. 11. P. 26 – 28.
30. Grebennikova I.A., Zorina T.O. Pragmatics of slang translation based on the youth series "Grown-ish". *Bulletin of PSU named after Sholem Aleichem*. 2021. No. 2 (43). P. 46 – 52.
31. Zhutovskaya N.M., Bogdashov D.V. Features of American slang and methods of its translation. *Tsarskoye Selo readings*. 2017. Vol. 1. P. 348 – 352.

Информация об авторе

Захаров Д.С., ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0005-0307-7403>, Hainan College of Foreign Studies, China, zakharaudzmitry96@gmail.com

© Захаров Д.С., 2025