

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ**  
**ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ**  
**Факультет гуманітарних та соціальних наук**  
**КАФЕДРА ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ПЕРЕКЛАДУ**

На правах рукопису

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти  
«Магістр»  
На тему: **Англійський SMS – сленг як сучасна форма комунікації:  
перекладацький аспект**

**здобувач:** студентка 2 курсу групи АМП-23зм  
**спеціальність:** 035 Філологія  
**спеціалізація:** 035.041 Філологія. Германські мови та  
літератури (переклад включно), перша – англійська  
Бобровська Анастасія Едуардівна

**Керівник роботи:** к. пед. н., доцент  
Гнедкова Олена Геннадіївна

Київ – 2024 року

## АНОТАЦІЯ

**Бобровська А. Е. Англійський SMS-сленг як сучасна форма комунікації: перекладацький аспект.**

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню англійського SMS-сленгу, який є важливим елементом цифрової комунікації, та особливостей його перекладу українською мовою. SMS-сленг поєднує скорочення, акроніми, неологізми, інноваційні форми та емотикони, що використовуються для економії часу, передачі емоцій і створення ідентичності. У роботі визначено лексичні, граматичні та стилістичні особливості цього явища, його вплив на сучасну мову, а також складнощі перекладу. Метою є визначення стратегій перекладу, що враховують мовні, стилістичні й культурні аспекти. У межах дослідження проаналізовано понад 500 прикладів SMS-сленгу, виявлено основні проблеми, пов'язані з передаванням експресивності, скорочень і культурних конотацій. Розглянуто методи перекладу, такі як функціональні еквіваленти, калькування, адаптація, транслітерація та описовий переклад. Результати підкреслюють, що адекватний переклад потребує креативності й уваги до деталей. Практична значущість дослідження полягає у створенні рекомендацій для перекладу цифрових текстів, що допоможуть зберегти стиль і функцію оригіналу, адаптуючи текст до української культури.

**Ключові слова:** SMS-сленг, переклад, англійська мова, українська мова, інтернет-комунікація, лексика, культурна адаптація, стилістика, методи перекладу, міжкультурна комунікація, скорочення, лінгвістика, аббревіатури, цифрові технології.

## SUMMARY

### **Bobrovska A. E. English SMS Slang as a Modern Form of Communication: Translation Perspective.**

This thesis investigates English SMS slang, a crucial component of digital communication, and its translation into Ukrainian. SMS slang encompasses abbreviations, acronyms, neologisms, innovative forms, and emoticons used to save time, convey emotions, and establish identity. The study examines the lexical, grammatical, and stylistic features of SMS slang, its impact on modern language, and the challenges it presents for translators. The objective is to identify translation strategies that address linguistic, stylistic, and cultural nuances. Over 500 examples were analyzed, highlighting difficulties in conveying expressiveness, abbreviations, and cultural nuances. Translation methods explored include functional equivalents, calquing, adaptation, transliteration, and descriptive translation. Findings emphasize that effective translation requires creativity and cultural sensitivity. The practical significance lies in providing recommendations for translating digital texts, ensuring the retention of the original's style and function while adapting the content to the Ukrainian linguistic and cultural environment.

**Key words:** SMS-slang, translation, English, Ukrainian language, Internet communication, vocabulary, cultural adaptation, stylistics, translation methods, intercultural communication, abbreviations, linguistics, abbreviations, digital technologies.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ SMS- СЛЕНГУ.....	9
1.1. Поняття та особливості sms-сленгу.....	9
1.2. Лінгвістичні характеристики англійського sms-сленгу.....	13
1.3. Sms-сленг як форма сучасної комунікації.....	19
Висновки до розділу 1.....	25
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКОГО SMS- СЛЕНГУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ.....	28
2.1. Основні способи та прийоми перекладу sms-сленгу.....	28
2.2. Проблеми перекладу sms-скорочень та абревіатур.....	36
2.3. Передача емотивності та експресивності при перекладі sms- сленгу.....	40
Висновки до розділу 2.....	49
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКОГО SMS-СЛЕНГУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ.....	51
3.1. Аналіз перекладацьких трансформацій при передачі sms- сленгу.....	51
3.2. Рекомендації щодо перекладу англійського sms-сленгу українською мовою.....	56
Висновки до розділу 3.....	69
ВИСНОВКИ.....	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	77

## ВСТУП

Кваліфікаційну роботу присвячено комплексному вивченню особливостей перекладу англійського SMS-сленгу українською мовою. У сучасному глобалізованому світі, де комунікація набуває все більш динамічного та інтерактивного характеру, SMS-сленг став невід'ємною частиною повсякденного спілкування мільйонів людей, особливо представників молодого покоління. Цей специфічний різновид мовлення, що виник на перетині усної та письмової комунікації, характеризується високим ступенем креативності, експресивності та динамічності. SMS-сленг відображає не лише мовні, але й соціокультурні тенденції сучасного суспільства, виступаючи своєрідним лінгвістичним маркером епохи цифрових технологій.

**Актуальність** дослідження зумовлена кількома важливими факторами. По-перше, стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та повсюдне поширення мобільних пристроїв призвели до того, що SMS-комунікація стала однією з найпопулярніших форм спілкування в сучасному суспільстві. Це спричинило появу та активний розвиток специфічного мовного феномену – SMS-сленгу, який потребує ґрунтовного лінгвістичного аналізу та осмислення. По-друге, глобалізаційні процеси та інтенсифікація міжкультурної комунікації зумовлюють необхідність адекватного перекладу SMS-сленгу з англійської мови українською, що ставить перед перекладачами низку складних завдань. По-третє, незважаючи на значний інтерес науковців до проблематики SMS-комунікації та молодіжного сленгу загалом, питання перекладу англійського SMS-сленгу українською мовою залишається недостатньо вивченим у вітчизняному мовознавстві та перекладознавстві.

SMS-сленг, його різновиди, особливості функціонування та перекладу стали предметом дослідження таких вітчизняних вчених як: Х. Б. Бережницька ,

Ю. А. Василенко, Л. Г. Верба, М. Галай, О. Ю. Дубенко і серед зарубіжних учених такі як: П. М. Грабовий , І. Н. Николів , Е. Партрідж , О. Д. Пономарів, Дж. Слотта.

Проблема перекладу SMS-сленгу є багатоаспектною та комплексною. Вона охоплює широке коло питань, пов'язаних із лінгвістичними особливостями SMS-комунікації, соціолінгвістичними чинниками формування та функціонування сленгу, культурними відмінностями між англomовним та україномовним середовищем, а також специфікою перекладацької діяльності в умовах нових форм комунікації. Особливу складність представляє передача емоційно-експресивного компонента SMS-сленгу, який часто виражається за допомогою нестандартних мовних засобів, емотиконів та інших паралінгвістичних елементів.

Теоретичним підґрунтям для нашого дослідження слугували праці вітчизняних та зарубіжних учених, які займалися вивченням різних аспектів сленгу, SMS-комунікації та проблем перекладу. Зокрема, важливе значення для розуміння природи та функцій сленгу мають роботи таких дослідників, як Е. Партрідж, Дж. Грін, Дж. Коулман. У вітчизняному мовознавстві проблематику молодіжного сленгу досліджували Л. Ставицька, С. Пиркало, Ю. Василенко, Т. Кондратюк. Питання SMS-комунікації розглядалися в працях К. Терлоу, Д. Кристала, С. Херрінг. Проблеми перекладу сленгу та неформальної лексики розглядалися в працях І. Корунця, Р. Зорівчак, О. Ребрія.

Однак, незважаючи на наявність значної кількості досліджень, присвячених окремим аспектам сленгу та SMS-комунікації, комплексний аналіз проблеми перекладу англійського SMS-сленгу українською мовою досі не проводився.

**Мета** роботи полягає у комплексному вивченні особливостей перекладу англійського SMS-сленгу українською мовою та розробці рекомендацій щодо оптимізації перекладацьких стратегій у цій сфері.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання:**

1. Розкрити поняття SMS-сленгу, визначити його місце в системі мовної комунікації та охарактеризувати основні лінгвістичні особливості.
2. Проаналізувати специфіку англійського SMS-сленгу, виявити його структурні, семантичні та функціональні характеристики.
3. Дослідити SMS-сленг як форму сучасної комунікації, визначити його роль у міжкультурному спілкуванні.
4. Охарактеризувати основні способи та прийоми перекладу SMS-сленгу, виявити найбільш ефективні перекладацькі стратегії.
5. Проаналізувати методи адаптації англійських SMS-скорочень та аббревіатур в українському перекладі, зокрема визначити можливості та обмеження їх культурної та мовної адаптації для збереження смислового та стилістичного забарвлення оригіналу.

**Об'єкт** дослідження - англійський SMS-сленг як лінгвістичний феномен.

**Предмет** дослідження - особливості перекладу англійського SMS-сленгу українською мовою.

**Методи** дослідження включають лінгвістичний опис, порівняльний метод, контекстуальний та компонентний аналіз, перекладацький аналіз, кількісний аналіз та лінгвокультурологічний аналіз.

**Теоретико-методологічною основою** є праці українських і зарубіжних мовознавців (філологів), присвячені особливостям перекладу англійського SMS-сленгу українською мовою. Теоретичну основу складають також положення лінгвістичних досліджень К. А. Бровко, М. Галай, Ю. В. Нестеренко, В. Ф. Перетокіна, В. Г. Чернобай. Матеріалом дослідження слугували понад 500 зразків англійського SMS-сленгу та їх переклади українською мовою, відібрані з різних джерел.

**Наукова новизна** полягає у комплексному аналізі проблеми перекладу англійського SMS-сленгу українською мовою. Зокрема, уточнено поняття

SMS-сленгу, зроблено аналіз існуючих класифікацій, виявлено основні труднощі перекладу та запропоновано шляхи їх подолання.

**Теоретичне** значення роботи полягає у поглибленні розуміння природи SMS-сленгу та розширенні теоретичних засад його перекладу.

**Практичне** значення дослідження визначається можливістю використання його результатів у перекладацькій практиці, при розробці навчальних курсів та укладанні словників сучасного сленгу.

**Апробація результатів роботи.** Окремі теоретичні та практичні результати дослідження були опубліковані у фаховому журналі з філологічних наук та журналістики «Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського», Т. 35 (74), № 6, 2024.

**Публікації** Бобровська А. Е., Гнедкова О. Г. Специфіка перекладу англійського sms-сленгу українською мовою. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 35 (74) № 6, 2024 (статтю прийнято до друку).

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів з висновками до них, загальних висновків, списку використаних джерел (78 найменувань) та додатків. Загальний обсяг роботи – 105 сторінок, з яких 93 сторінок основного тексту.



## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ SMS-СЛЕНГУ

### 1.1. Поняття та особливості sms-сленгу.

SMS-сленг є важливим лінгвістичним феноменом сучасної комунікації, що виник на перетині усного та письмового мовлення в епоху цифрових технологій. Цей специфічний різновид мовлення характеризується високим ступенем креативності, експресивності та динамічності, відображаючи не лише мовні, але й соціокультурні тенденції сучасного суспільства.

Поняття SMS-сленгу можна визначити як особливий вид неформальної мови, що використовується при написанні текстових повідомлень (SMS) та в інших формах електронної комунікації. А. Р. Бездітко зазначає, що його основними рисами є максимальна стислість, використання аббревіатур, акронімів, скорочень, цифрових та символічних замінів літер чи слів [1, с.57].

SMS-сленг виник як результат необхідності швидкого набору тексту в умовах обмеженої кількості символів у повідомленні. Х. Б. Бережницька вважає, що з часом він трансформувався у своєрідний мовний код молодіжної субкультури, ставши невід'ємною частиною сучасної інтернет-комунікації [2, с.236].

Особливості SMS-сленгу проявляються на різних мовних рівнях, а саме: 1) На лексичному рівні спостерігається активне використання: аббревіатур та акронімів (LOL - laugh out loud, OMG - oh my god); усічених форм слів (pics - pictures, bro - brother); цифрових замінів літер чи частин слів (gr8 - great, 2day - today); фонетичних написань (wanna - want to, gonna - going to).

2) На граматичному рівні характерними є: опущення допоміжних дієслів, артиклів, займенників; використання спрощених граматичних конструкцій; нехтування правилами пунктуації.

3) На стилістичному рівні виділяються: висока експресивність; емоційна забарвленість; використання емотиконів та емої для передачі емоцій та інтонацій.

Важливо зазначити, що SMS-сленг є динамічним явищем, яке постійно розвивається та змінюється. С. Жевей, Р. Земель, Ян Сюй додають, що нові скорочення та аббревіатури з'являються практично щодня, відображаючи актуальні тенденції в молодіжній культурі та суспільстві загалом [69].

Одним з ключових аспектів SMS-сленгу є його функціональність, адже він виконує ряд важливих комунікативних функцій: О. С. Таран додає, що економія часу та зусиль при написанні повідомлень можлива якщо використовувати скорочення, які дозволяють передати максимум інформації мінімальною кількістю символів [32, с.180]. О. С. Бондар-Фурса бачить можливості створення особливої атмосфери у неформальному спілкуванні, бо SMS-сленг сприяє встановленню дружніх, невимушених стосунків між комунікантами [3, с.650]. В.О. Дорда звертає увагу на те, що SMS-сленг слугує самовираженням та демонстрацією приналежності до певної соціальної групи.[12, с.50]. Створення нових аббревіатур та скорочень дозволяє проявити мовну креативність, зазначають Ф. М. Кунді, С. Ахмад, А. Хан і М. З. Асгар [64]. В деяких випадках SMS-сленг використовується для приховування змісту повідомлення від сторонніх осіб.

Доцільно звернути увагу, що SMS-сленг не є однорідним явищем. Традиційно дослідники виділяють різні його види залежно від сфери використання та цільової аудиторії:

- Загальноновживаний SMS-сленг - найбільш поширені скорочення, зрозумілі більшості користувачів (thx - thanks, pls - please).
- Професійний SMS-сленг - специфічні аббревіатури, що використовуються в певних професійних сферах (напр., медичний чи ІТ-сленг).
- Віковий SMS-сленг - скорочення, характерні для певних вікових груп (підлітковий, молодіжний сленг).

-Гендерний SMS-сленг - аббревіатури, що частіше використовуються представниками певної статі.

Важливим аспектом вивчення SMS-сленгу є його вплив на мовну систему в цілому. Деякі дослідники висловлюють занепокоєння щодо негативного впливу SMS-сленгу на грамотність, особливо серед молоді. Вони аргументують це тим, що звичка до скорочень та нехтування правилами правопису може переноситися і в інші сфери письмового мовлення [70].

На противагу цьому, Дж. Коулман, стверджує, що SMS-сленг є природним етапом еволюції мови в епоху цифрових технологій. Він розглядає його як прояв мовної креативності та адаптивності до нових комунікативних умов [46].

Водночас SMS-сленг має свої особливості в різних мовах. Хоча багато аббревіатур є інтернаціональними (особливо ті, що походять з англійської мови), кожна мова розвиває власні унікальні форми SMS-сленгу, що відображають її фонетичні та граматичні особливості, доводять С. Лю, Х. Бі, Г. Хе [65]. Наприклад, в українському SMS-слензі поширені такі скорочення: «спс» - спасибі; «прив» - привіт; «норм» - нормально; «інфа» – інформація.

У процесі свого розвитку SMS-сленг вийшов за межі текстових повідомлень і активно використовується в інших формах електронної комунікації - соціальних мережах, месенджерах, чатах, форумах тощо. В. В. Каптюрова у своєму дослідженні «Комунікативні стратегії користувачів соціальних мереж та мікроблогів» зазначила, що це призвело до формування більш широкого поняття «інтернет-сленг» або «нетспік» (netspeak), яке включає в себе SMS-сленг як один з компонентів [15, с.110].

П. М. Грабовий припустив, що використання SMS-сленгу має свої соціальні та психологічні аспекти. Він часто виступає як засіб самоідентифікації та встановлення групової солідарності, особливо серед молоді. Володіння актуальними формами SMS-сленгу може бути показником «свій/чужий» у певних соціальних групах [49].

З лінгвістичної точки зору, SMS-сленг є цікавим об'єктом дослідження процесів мовної економії та компресії. Ф. М. Кунді, С. Ахмад, додають, що він демонструє, як мова адаптується до нових технологічних умов, зберігаючи при цьому свою комунікативну ефективність [64].

Окремої уваги заслуговує питання перекладу SMS-сленгу. Це становить значну проблему для перекладачів, особливо при локалізації програмного забезпечення, фільмів, книг тощо. А. Михайленко показує складність, яка полягає у необхідності знаходження еквівалентів, які б зберігали не лише зміст, але й стилістичне забарвлення оригіналу [19, с.65].

У контексті вивчення іноземних мов дослідники Х. М. Алькантара-Пілар, С. Дель Барріо-Гарсія, і Л. Порку, мають думку, що SMS-сленг також відіграє важливу роль. З одного боку, він може створювати труднощі для тих, хто вивчає мову, оскільки часто не відповідає стандартним граматичним правилам. З іншого боку, знання поширених форм SMS-сленгу є необхідним для повноцінного розуміння сучасної розмовної мови, особливо в контексті неформальної комунікації [60].

Цікавим аспектом SMS-сленгу є його здатність швидко реагувати на актуальні події та тенденції. Наприклад, пандемія COVID-19 породила цілий ряд нових аббревіатур та скорочень, пов'язаних з карантинними заходами та дистанційною роботою.

Варто зазначити, що ставлення до SMS-сленгу в суспільстві неоднозначне. А. Шумейко розглядає його як загрозу мовній культурі та грамотності. Інші ж вбачають у ньому природний процес мовної еволюції та адаптації до нових комунікативних реалій [36, с.31-34].

У контексті нашого дослідження, SMS-сленг може виступати як бар'єр для взаєморозуміння, особливо між представниками різних поколінь або культур. З іншого боку, він може служити засобом зближення та встановлення неформальних контактів у міжнародному спілкуванні, особливо серед молоді [73].

З точки зору нашого дослідження треба додати, що SMS-сленг не є статичним явищем. Він постійно еволюціонує, відображаючи зміни в технологіях та суспільстві. Наприклад, з розвитком смартфонів та появою автокорекції тексту деякі форми скорочень стали менш актуальними, в той час як з'явилися нові, пов'язані з особливостями використання сучасних месенджерів та соціальних мереж [72].

Підсумовуючи, можна сказати, що SMS-сленг є складним та багатогранним лінгвістичним феноменом, який відображає тенденції розвитку мови в цифрову епоху. Він виконує важливі комунікативні функції, сприяючи швидкому та ефективному обміну інформацією в неформальному контексті. Водночас, SMS-сленг ставить нові виклики перед лінгвістами, педагогами та перекладачами, вимагаючи нових підходів до вивчення та інтерпретації мовних явищ у контексті сучасних технологій комунікації.

## **1.2. Лінгвістичні характеристики англійського sms-сленгу.**

В рамках нашого дослідження особливу увагу привертає той факт, що SMS-сленг в англійській мові трансформувався з простого засобу економії символів у складний лінгвістичний феномен, який глибоко інтегрувався в сучасну комунікативну культуру. На основі проведеного аналізу можемо стверджувати, що його лінгвістичні характеристики відображають не лише прагматичний аспект економії мовних засобів, але й демонструють значний потенціал мовної системи до адаптації в умовах нових технологічних викликів.

Аналізуючи фонетичний рівень SMS-сленгу, ми виявили стійку тенденцію до фонетичного написання слів. Особливо цікавим, на наш погляд, є спостереження за еволюцією цього явища: започатковане як суто практичний засіб скорочення кількості символів, воно поступово набуло статусу самостійного стилістичного прийому, що надає комунікації неформального, розмовного характеру. Наші спостереження показують, що

такі форми як «u» замість «you», «r» замість «are», «wanna» замість «want to» стали невід'ємними елементами сучасної онлайн-комунікації [56].

Особливий інтерес для нашого дослідження становить процес інтеграції фонетичних скорочень у загальний мовний узус. Ми спостерігаємо цікаву тенденцію: деякі форми, такі як «gonna» (going to), «gotta» (got to), «dunno» (don't know), активно використовуються навіть в контекстах, де відсутні технічні обмеження на кількість символів [75]. Це спостереження підкріплюється висновками І. Н. Николів [50], і, на нашу думку, свідчить про глибший вплив SMS-сленгу на загальні тенденції розвитку розмовної англійської мови, зокрема на формування нових норм неформального спілкування.

На лексичному рівні англійський SMS-сленг демонструє надзвичайну креативність та гнучкість. Одним з найбільш характерних його проявів є широке використання аббревіатур та акронімів. Ці скорочення можуть утворюватися різними способами: ініціальні аббревіатури, що складаються з перших літер слів у фразі: LOL (laugh out loud), OMG (oh my god), TBH (to be honest), IDK (I don't know). Ці аббревіатури стали настільки поширеними, що вже сприймаються як самостійні лексичні одиниці; акроніми, які утворюють нове слово: YOLO (you only live once), FOMO (fear of missing out), ASAP (as soon as possible). Дослідники І. О. Андрєєва, Д. Л. Волковська, зазначають, що ці акроніми часто використовуються не лише в письмовому, але й в усному мовленні, що свідчить про їх глибоке проникнення в мовну систему [38]. Змішані форми, що поєднують літери та цифри: gr8 (great), 2day (today), b4 (before), 4ever (forever). Такі форми демонструють креативний підхід до мовотворчості, де цифри використовуються як фонетичні або візуальні заміники частин слів.

Також важливо звернути увагу, що значення багатьох аббревіатур в SMS-слензі може бути неочевидним для непосвячених, що створює своєрідний «код» для певних соціальних груп. Наприклад, як зазначає К. А. Бровко, «TIL» (today I learned) часто використовується на форумах та в

соціальних мережах для позначення нової інформації, яку користувач щойно дізнався [4, с.128-133]. Це створює відчуття приналежності до спільноти та полегшує комунікацію між її членами.

Ще одну цікаву лексичну особливість англійського SMS-сленгу досліджував Г. Томич. Це створення нових слів шляхом змішування (blending) або слова-портмоне (portmanteau). Наприклад, «hangry» (hungry + angry), «chillax» (chill + relax), «brunch» (breakfast + lunch), «infomercial» (information + commercial) [59]. Хоча не всі ці слова виникли безпосередньо в SMS-комунікації, вони активно використовуються в цьому середовищі і часто поширюються саме через неформальне онлайн-спілкування.

На граматичному рівні SMS-сленг характеризується тенденцією до спрощення та економії. Це проявляється у: опущенні допоміжних дієслів: «u coming?» замість «Are you coming?», «she busy» замість «She is busy». Нехтуванні артиклями: «saw movie last night» замість «I saw a movie last night», «need new phone» замість «I need a new phone». Л. Г. Верба зазначає, що використання скорочених форм: «I'm", "you're», «we've» іноді трапляється навіть у формальному письмовому мовленні де це не прийнято [8, с.160]. Спрощення часових форм: використання простого теперішнього часу замість тривалого або доконаного («I go to school now» замість «I am going to school now»). Опущення особових займенників на початку речення: «Going to store, need anything?» замість «I am going to the store. Do you need anything?». Д. І. Ганич, І. С. Олійник так як і Я. П. Голдованський показують, що саме ці граматичні особливості SMS-сленгу поступово проникають і в інші форми комунікації, впливаючи на загальні тенденції розвитку розмовної англійської мови [10;39].

На синтасичному рівні можна виділити декілька ключових характеристик SMS-сленгу. Насамперед, варто відзначити превалювання еліптичних конструкцій, активне використання парцеляції та загальну тенденцію до спрощення синтаксичної структури речення.

О. І. Дзюбіна встановила, що такі синтаксичні трансформації виконують подвійну функцію. З одного боку, вони забезпечують максимально ефективну передачу інформації при мінімальних мовних затратах. З іншого боку, як показує її аналіз, ці конструкції створюють особливу динаміку комунікації. Показовим у цьому контексті є приклад, наведений О. І. Дзюбіною [11]: трансформація розгорнутого питання «Would you like to go to the movies tonight at 8 pm?» у лаконічну послідовність «Movie tonight? 8pm. You in?».

Особливу увагу вона приділяє явищу парцеляції, тобто розчленуванню єдиної синтаксичної структури на окремі комунікативні одиниці. Проаналізувавши ми дійшли висновку, що цей прийом не лише сприяє економії мовних засобів, але й виконує важливу прагматичну функцію. Зокрема, в таких конструкціях як «Can't come. Too tired. Maybe next time.» кожен фрагмент набуває особливої смислової та емоційної значущості.

У контексті нашого дослідження особливий інтерес становить використання паралінгвістичних засобів комунікації, зокрема емотиконів та еможі. Ми погоджуємося з думкою та спостереженнями О. Ю. Дубенко, що ці графічні елементи еволюціонували від простих доповнень до повноцінних заміників вербальних конструкцій [13, с.224]. Наприклад, символ ❤️ часто повністю замінює слова «love» або «like», а символ 👍 успішно функціонує як еквівалент фраз «окау» або «good».

О. Ю. Дубенко відзначила, що з часом з'явилась тенденція до формування складних візуальних наративів за допомогою еможі. Зокрема, спостерігається, як послідовність емодзі (наприклад, 🍕🎬📺) може передавати цілі сценарії соціальної взаємодії, ефективно замінюючи розгорнуті вербальні конструкції. На нашу думку, це свідчить про формування нового рівня комунікації, де візуальні елементи стають невід'ємною частиною мовного повідомлення та можуть функціонувати як самостійні носії складних смислів.



Цікавим аспектом є те, як SMS-сленг впливає на пунктуацію. З одного боку, спостерігається тенденція до мінімізації використання розділових знаків для економії символів. З іншого боку, деякі пунктуаційні знаки набувають нових функцій. Наприклад, Ю. А. Зацний, А. В. Янков розглянули питання багаторазового повторення знаку оклику або знаку питання може використовуватися для підсилення емоційного забарвлення повідомлення: «What?????» або «Awesome!!!» [40, с.224]. Це дозволяє компенсувати відсутність інтонації та міміки, які є важливими в усному спілкуванні.

Крапки в кінці речення часто опускаються, оскільки вважається, що вони надають повідомленню занадто формального тону. Натомість, використання крапок в середині повідомлення (...) може означати паузу, невпевненість або натяк на щось недомовлене.

О. Д. Пономарів зазначає, що англійський SMS-сленг не є однорідним явищем. Він може значно відрізнятись залежно від географічного регіону, вікової групи або соціального контексту [54]. В. Карабан наводить приклад, що британський та американський варіанти SMS-сленгу мають свої особливості, які відображають різницю між британським та американським варіантами англійської мови в цілому [16, с.315-316].

У британському варіанті можна зустріти такі аббревіатури як «ta» (thanks), «sarnie» (sandwich), «PITA» (pain in the arse), тоді як в американському варіанті більш поширені «thx» (thanks), «sammie» (sandwich), «PITA» (pain in the ass). Ці відмінності відображають не лише лінгвістичні, але й культурні особливості різних англомовних спільнот.

Крім того, SMS-сленг постійно еволюціонує, відображаючи зміни в технологіях та культурі. Нові аббревіатури та скорочення з'являються регулярно, особливо у зв'язку з популярними трендами в соціальних мережах та інтернет-культурі. Наприклад, О. Й. Курило, І. І. Розман показують, що «ТВТ» (Throwback Thursday) стало популярним завдяки тренду публікувати старі фотографії в соціальних мережах по четвергах [41, с.114-118]. «FOMO»

(Fear Of Missing Out) відображає сучасну тенденцію постійної онлайн-присутності та страху пропустити щось важливе.

У контексті нашого дослідження особливу увагу привертає дискусія щодо впливу SMS-сленгу на загальну мовну компетенцію користувачів. Ми згодні з А. Михайленко [19, с.62-66] який наводить переконливі докази того, що більшість користувачів демонструють високу здатність до перемикання між формальним та неформальним стилями мовлення залежно від комунікативного контексту.

Розвиваючи цю думку, варто звернути увагу на висновки дослідження Г. А. Ізмайлова та співавторів [63], які розглядають використання SMS-сленгу як показник розвинутої мовної компетенції. Проаналізувавши їхнє можемо сказати, що ефективне використання SMS-сленгу вимагає не лише володіння базовими мовними навичками, але й розвинутого чуття контексту та здатності адаптувати своє мовлення відповідно до різних комунікативних ситуацій.

В рамках нашого дослідження вважаємо за потрібне проаналізувати міжмовний вплив SMS-сленгу. Особливо цікавим, на нашу думку, є спостереження О. Л. Петришина та О. М. Лужецької [43, с.129-133] щодо процесів запозичення англійських аббревіатур та скорочень іншими мовами.

Автори стверджують, що деякі елементи англійського SMS-сленгу, наприклад «LOL», набули настільки широкого поширення в інтернет-комунікації, що використовуються в різних мовних середовищах незалежно від розуміння їх етимології.

Отже, на підставі проаналізованого нами матеріалу ми можемо дійти висновку, що лінгвістичні характеристики англійського SMS-сленгу є яскравим відображенням загальних тенденцій розвитку мови в цифрову епоху. Наш аналіз демонструє, що це не просто набір випадкових скорочень, а складна система з власними правилами та закономірностями, яка постійно еволюціонує відповідно до технологічних та соціальних змін.

Ми вважаємо, що SMS-сленг виступає важливим інструментом самовираження та соціальної взаємодії, особливо для молодого покоління. При цьому ми спостерігаємо, що його вплив на розвиток сучасної англійської мови має системний характер, що проявляється на різних мовних рівнях - від фонетики до прагматики. Це свідчить про глибоку інтеграцію SMS-сленгу в сучасну мовну систему та його значний потенціал для подальшого розвитку.

### **1.3. Sms-сленг як форма сучасної комунікації.**

SMS-сленг відіграє важливу роль у цифровій комунікації сучасного світу. Він виник як інструмент оптимізації текстових повідомлень в умовах обмеженості символів і швидко набув популярності серед різних вікових груп, особливо серед молоді. Його функції виходять за межі простого засобу передачі інформації, охоплюючи аспекти соціалізації, ідентифікації та креативності.

Провівши аналіз дослідження О. С. Тарана можемо зробити висновок що, ключовою перевагою SMS-сленгу є економія часу та зусиль у написанні повідомлень [32, с.179-185]. Його популярність пояснюється здатністю забезпечувати швидко й ефективно комунікацію у високому темпі життя. Водночас, SMS-сленг дозволяє користувачам висловлювати емоції й підтримувати неформальний стиль спілкування, що особливо цінується серед молодіжних аудиторій.

Особливий інтерес представляє вплив SMS-сленгу на соціальну взаємодію. Згідно думки В. Ф. Перетокіної SMS-сленг виступає інструментом самовираження і демонстрації належності до певних соціальних груп [25, с.129-133]. Наприклад, знання популярних скорочень або акронімів часто слугує маркером «свій/чужий» у комунікації між однолітками.

Проаналізувавши дослідження Е. В. Стриги ми дійшли висновку, що окрім лінгвістичних характеристик, SMS-сленг є джерелом інновацій у

мовній творчості. Користувачі створюють нові аббревіатури, скорочення та символічні конструкції, які не лише спрощують обмін інформацією, але й сприяють формуванню унікальних комунікативних кодів для різних аудиторій [31, с.186-191].

Паралельно із розвитком технологій, SMS-сленг поширився на інші форми цифрової комунікації, зокрема месенджери, соціальні мережі та форуми. Це явище набуло глобального характеру, трансформуючись у складну систему з власними правилами та тенденціями.

На основі проведеного аналізу ми можемо виділити декілька важливих аспектів функціонування SMS-сленгу в різних комунікативних контекстах. Насамперед, варто відзначити спостереження У. О. Потятинника [26, с.26] щодо використання SMS-сленгу як засобу кодування інформації. Наш аналіз підтверджує, що така функція набуває особливої актуальності в специфічних соціальних контекстах, зокрема в підлітковій комунікації та корпоративному середовищі.

Було встановлено, що SMS-сленг характеризується значною гетерогенністю. Спираючись на класифікацію, запропоновану О. В. Столярчуком [30], ми можемо виділити кілька основних різновидів SMS-сленгу, що функціонують у різних комунікативних сферах. Особливий інтерес становить співіснування загальноновживаного SMS-сленгу, який включає широко розповсюджені скорочення, та професійного SMS-сленгу, що функціонує в специфічних професійних контекстах.

Проаналізувавши суттєві відмінності у використанні SMS-сленгу різними віковими групами, можемо сказати що, ми спостерігаємо чітку диференціацію між підлітковим сленгом та сленгом молодих професіоналів. Більше того, результати нашого аналізу підтверджують спостереження О. В. Столярчука щодо наявності гендерних особливостей у використанні певних аббревіатур та емотиконів.

Особливу увагу в нашому дослідженні було приділено адаптивним властивостям SMS-сленгу. На прикладі пандемії COVID-19 ми можемо

спостерігати надзвичайну гнучкість цієї комунікативної системи у відображенні нових соціальних реалій. Наш аналіз показує, як швидко формуються нові лексичні одиниці та скорочення у відповідь на зміни в суспільному житті.

Британські дослідники виявили вплив SMS-сленгу на загальну мовну систему та неоднозначність оцінки цього явища в науковому середовищі[71]. Вони висловлюють занепокоєння щодо потенційного негативного впливу на грамотність, особливо серед молодого покоління, ми вважаємо, що це питання потребує більш детального дослідження для формулювання обґрунтованих висновків.

Прихильники SMS-сленгу стверджують, що він є природним етапом еволюції мови в епоху цифрових технологій. Дж. Грін розглядає його як прояв мовної креативності та адаптивності до нових комунікативних умов [48]. Ця точка зору підкреслює важливість SMS-сленгу як інструменту, що дозволяє мові залишатися актуальною та відповідати потребам сучасних користувачів.

SMS-сленг має свої особливості в різних мовах. С. Лю, Х. Бі, , та Г. Хе звертають увагу на те, що хоча багато аббревіатур є інтернаціональними (особливо ті, що походять з англійської мови), кожна мова розвиває власні унікальні форми SMS-сленгу, що відображають її фонетичні та граматичні особливості [65]. Це створює цікаве поле для лінгвістичних досліджень та міжкультурних порівнянь.

У контексті глобалізації SMS-сленг часто виступає як засіб міжкультурної комунікації. Молоді люди з різних країн можуть легко спілкуватися, використовуючи загальноприйняті скорочення та емотикони, навіть якщо їхній рівень володіння мовою не дуже високий. Це сприяє встановленню міжнародних контактів та культурному обміну [32].

Розвиваючи цю думку, Ю.Сабохачсон, Т. Й. Зілолаксон та Ю. Л. Шаксло, додають, що SMS-сленг активно використовується не лише в особистому спілкуванні, але й в маркетингу та рекламі [67]. Разом з тим

Шисюн Лю, Дан-Ян Гуй, Яфей Цзо та Юй Дай наголошують, що компанії часто використовують елементи SMS-сленгу у своїх рекламних кампаніях, щоб здаватися більш сучасними та близькими до молодіжної аудиторії [68]. Це демонструє, як форма комунікації, що виникла в неформальному середовищі, може впливати на більш традиційні сфери.

Дослідження В. В. Каптюрової показали, що з розвитком соціальних мереж та месенджерів SMS-сленг став невід'ємною частиною онлайн-комунікації в цілому. Багато елементів успішно перейшли в Twitter, Instagram, Facebook та інші платформи, адаптуючись до їхніх специфічних особливостей [15].

SMS-сленг відіграє важливу роль у формуванні сучасної молодіжної культури. Він часто стає джерелом мемів, жартів та культурних референцій, які швидко поширюються в інтернеті. Молодь використовує SMS-сленг, щоб висловити свою належність до певних груп або спільнот. Знання актуальних сленгових скорочень або фраз стає своєрідним паролем для входу в молодіжну субкультуру. Наприклад: сленгове слово «YEET» (яке означає кидати щось із силою або як вираз емоційного підйому) поширилося з мемів і стало широко впізнаваним символом молодіжної культури також популярний вираз «FOMO» (Fear Of Missing Out — страх щось пропустити) відображає сучасний соціальний феномен і активно використовується в інтернет-спілкуванні. Також М. Галай підкреслює, що SMS-сленг відіграє роль сучасного фольклору, оскільки він створює нові історії, жарти та колективні сенси. Через його динамічність він адаптується до сучасних трендів і відображає соціальні явища. Наприклад: мем з виразом «OK, Boomer», який став іронічною відповіддю на критику молодого покоління, виник з інтернет-сленгу. Це явище можна розглядати як новітню форму іронічного фольклору. Інший приклад — сленг «sus» (скорочення від suspicious — підозрілий), популяризований грою Among Us, став частиною молодіжної культури як спосіб опису когось, кому не можна довіряти. Звісно більшість мемів та жартів швидко поширюється завдяки інтернету. У цифрову еру SMS-сленг

миттєво поширюється через платформи на кшталт TikTok, Twitter, Instagram та інші месенджери. Це робить його універсальним засобом комунікації, який зрозумілий навіть між культурами. Наприклад: скорочення «ТВН» (To Be Honest — чесно кажучи) активно використовується у багатьох країнах, навіть без перекладу.

М. Галай прийшов до висновку, що це робить SMS-сленг важливим елементом сучасного фольклору та популярної культури [9, с.123-131].

Вивчення SMS-сленгу стало важливим напрямком у сучасній лінгвістиці. Дослідники аналізують не лише лінгвістичні аспекти цього явища, але й його соціальні, психологічні та культурні аспекти. Це дозволяє краще зрозуміти процеси, що відбуваються в сучасній мові та суспільстві [44].

SMS-сленг відіграє важливу роль в освітньому процесі. З одного боку, він може створювати певні проблеми, коли учні починають використовувати скорочення в формальних письмових роботах. З іншого боку, дослідник Ю. Загребнюк має думку, що деякі педагоги знаходять способи інтегрувати елементи SMS-сленгу в навчальний процес, щоб зробити його більш цікавим та актуальним для сучасних студентів [14, с.64-69].

Проаналізувавши дослідження Алькantara-Пілар та співавторів [60], особливий інтерес становить роль SMS-сленгу в контексті міжнародного бізнес-середовища. Проведений аналіз демонструє дуалістичну природу цього явища в професійній комунікації. З одного боку, як зазначається в дослідженні, SMS-сленг може суттєво оптимізувати швидкість та ефективність комунікації. З іншого боку, наш аналіз виявляє потенційні ризики комунікативних непорозумінь, особливо в контексті крос-культурної взаємодії. Крос-культурні комунікативні непорозуміння тобто, сленг, який зрозумілий у межах однієї культури, може бути не лише незрозумілим, але й сприйнятим неправильно в іншій. Це створює ризик хибного тлумачення повідомлення. Наприклад: вираз «TTYL» (Talk To You Later — поговоримо пізніше) може бути незрозумілим для співрозмовника з іншої культури, який

не знайомий із таким скороченням, також у деяких культурах іронічні фрази на кшталт «LOL» можуть бути сприйняті буквально або як неповага. Використання SMS-сленгу в офіційній або напівофіційній переписці бізнес-середовища може створити враження недбалості або навіть неповаги до адресата. Наприклад: у відповіді на запит клієнта в корпоративному чаті скорочення на кшталт «BRB» (Be Right Back - зараз повернуся) можуть створити враження, що відправник несерйозно ставиться до запиту або вираз «ASAP» (As Soon As Possible - якнайшвидше) інколи викликає непорозуміння, якщо адресат сприймає його як вимогу негайної відповіді, а не найближчим часом. Отже, SMS-сленг у міжнародному середовищі та бізнес комунікації з одного боку, підвищує швидкість та ефективність комунікації, дозволяючи зекономити час і спростити обмін інформацією. З іншого боку, його використання пов'язане з ризиками, особливо в умовах крос-культурної взаємодії, де можливе хибне тлумачення слів, непорозуміння або навіть образа адресата. Це вимагає ретельного підходу до використання сленгу в офіційній та напівофіційній комунікації, аби уникнути втрати професіоналізму та забезпечити взаєморозуміння між усіма учасниками ділового процесу.

Результати нашого дослідження вказують на значний вплив SMS-сленгу на сучасну літературу та мистецтво. Ми спостерігаємо цікаву тенденцію до експериментального включення елементів SMS-сленгу в літературні твори, що, за спостереженнями І. О. Андрєєвої та Д. Л. Волковської [38], відображає більш широкий процес інтеграції цифрових форм комунікації в традиційні культурні практики.

Важливим аспектом є міждисциплінарний характер вивчення SMS-сленгу. На підставі проведеного аналізу можемо стверджувати, що це явище привертає увагу не лише лінгвістів, але й представників інших наукових дисциплін. Зокрема, як показує дослідження В. Ф.Перетокіної [26, с.129-133], SMS-сленг має значний вплив на процеси соціальної взаємодії та формування культурних норм.



Особливу увагу в нашому дослідженні привертає здатність SMS-сленгу відображати соціально-політичні тенденції. Спираючись на спостереження С. В. Венідіктова [7, с.6-16], ми можемо стверджувати, що поява нових аббревіатур та скорочень часто корелює з важливими суспільними подіями, роблячи SMS-сленг своєрідним індикатором суспільних настроїв.

Проаналізувавши дослідження І. Н. Ніколіва ми виявили тісний взаємозв'язок між технологічним розвитком та еволюцією SMS-сленгу. Ми спостерігаємо, як поява нових комунікаційних платформ та пристроїв [50] призводить до формування нових лінгвістичних форм та патернів комунікації, зокрема в контексті голосових повідомлень.

На підставі проведеного аналізу ми можемо дійти висновку, що SMS-сленг є комплексним соціолінгвістичним феноменом, який має значний вплив на різні сфери суспільного життя. Його дослідження надає цінну інформацію про сучасні комунікативні практики та дозволяє прогнозувати подальші тенденції розвитку мовної системи в цифрову епоху.

### **Висновки до розділу 1.**

Стрімкий розвиток цифрових технологій суттєво змінив характер міжособистісного спілкування на початку XXI століття. Особливе місце у трансформації комунікативних практик посідає SMS-сленг – унікальне мовне явище, що виникло на перетині традиційного писемного мовлення та новітніх форм електронної комунікації. Первісно зумовлений технічними обмеженнями мобільних повідомлень, цей різновид сленгу поступово перетворився на складну знакову систему, що віддзеркалює провідні тенденції розвитку сучасного інформаційного суспільства.

Звертаючись до витоків формування SMS-сленгу, варто наголосити на його тісному зв'язку з молодіжною культурою та прагненням до мовної економії. За спостереженнями дослідників, саме молодь найактивніше експериментує з мовними формами у цифровому просторі, створюючи нові

засоби самовираження та групової ідентифікації. Показово, що початкова мета скорочення текстових повідомлень поступово відійшла на другий план, поступившись місцем креативному мовотворенню та пошуку нових форм експресії.

Лінгвістичний аналіз SMS-сленгу розкриває його складну багаторівневу структуру. На лексичному рівні спостерігаємо широке використання різноманітних скорочень, абревіатур та акронімів, які часто поєднуються з цифровими символами. Граматична організація повідомлень характеризується тяжінням до спрощення синтаксичних конструкцій, що, втім, не заважає точному передаванню змісту. Стилiстичне оформлення вирізняється підвищеною експресивністю, яка досягається через активне використання емотиконів та емодзі.

Творчий потенціал SMS-сленгу найяскравіше виявляється у постійному породженні нових мовних форм. Користувачі виявляють неабияку винахідливість у створенні оригінальних скорочень, блендів та неологізмів, демонструючи тим самим надзвичайну гнучкість мовної системи. Важливо підкреслити, що ці новотвори не є хаотичними – вони підпорядковуються певним закономірностям та відображають системний характер мовних змін.

Функціональний аспект SMS-сленгу заслуговує на особливу увагу дослідників. Окрім очевидної економії часу та зусиль при написанні повідомлень, він виконує низку важливих соціальних функцій. Зокрема, використання сленгових форм допомагає встановлювати та підтримувати неформальні контакти, маркувати приналежність до певних соціальних груп, виражати емоційне ставлення до подій та явищ.

Соціолінгвістичні дослідження переконливо доводять неоднорідність SMS-сленгу. Його особливості суттєво варіюються залежно від соціальних, вікових, професійних та гендерних характеристик користувачів. Така варіативність створює сприятливий ґрунт для подальших наукових розвідок у галузі соціальної діалектології та теорії мовної варіативності.

У науковому середовищі тривають дискусії щодо впливу SMS-сленгу на загальний розвиток мовної системи. Частина дослідників висловлює занепокоєння можливим негативним впливом на рівень мовної грамотності, особливо серед молодого покоління. Натомість інші науковці розглядають це явище як закономірний етап мовної еволюції, що свідчить про життєздатність та адаптивність мовної системи в умовах технологічних змін.

## РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКОГО SMS-СЛЕНГУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

### 2.1. Основні способи та прийоми перекладу sms-сленгу.

У сучасному перекладознавстві особливе місце посідає проблема перекладу SMS-сленгу. Це завдання вимагає від перекладача не просто досконалого володіння обома мовами, а й глибокого розуміння культурного контексту та особливостей цифрової комунікації. Складність полягає в тому, що перекладач має враховувати як лінгвістичні, так і соціокультурні аспекти, щоб забезпечити адекватну передачу змісту та стилістичного забарвлення повідомлення.

Серед ефективних підходів до перекладу SMS-сленгу варто виділити метод функціональних аналогів. За визначенням В. Ф. Перетокіної, цей спосіб передбачає пошук таких відповідників у мові перекладу, які б зберігали функціональне навантаження та стилістичні особливості оригінального виразу. Яскравим прикладом такого підходу може слугувати переклад англійського «LOL» (laughing out loud) українським відповідником «регочу» [25, с. 130]. Такий переклад дозволяє зберегти неформальний характер спілкування та передати емоційне забарвлення оригіналу.

Важливість функціонального підходу до перекладу SMS-сленгу підкреслює Ю. Загребнюк, наголошуючи на необхідності глибокого розуміння особливостей обох мов та культур. Дослідник звертає увагу на те, що успішний переклад сленгових виразів часто залежить від здатності перекладача знаходити нестандартні творчі рішення [14, с. 66].

Окремої уваги заслуговує метод транслітерації та транскрипції при перекладі SMS-сленгу. У своїх дослідженнях А. Р. Бездітко розглядає цей спосіб як особливо актуальний для роботи з абрєвіатурами та акронімами, які не мають прямих українських відповідників. Показовим прикладом є передача англійського «ASAP» (as soon as possible) як «АСАП» [1, с. 58]. Цей метод дає змогу зберегти компактність оригінального повідомлення, хоча

іноді може виникати потреба в додаткових поясненнях для читачів, не знайомих з англомовним сленгом.

О. Мігорян показує, що транслітерація та транскрипція особливо ефективні при перекладі інтернаціональних абревіатур та акронімів, які вже стали частиною глобальної інтернет-культури. Однак, важливо враховувати, що не всі читачі можуть бути знайомі з оригінальним значенням таких скорочень [20, с. 157].

Калькування - ще один спосіб, який часто застосовується при перекладі SMS-сленгу. Цей метод передбачає буквальний переклад складових частин сленгового виразу. Наприклад, О. С. Таран додає, що «brb» (be right back) може бути перекладено як «скоро буду» [32, с. 181]. Калькування дозволяє зберегти структуру оригінального виразу, але не завжди передає його стилістичне забарвлення.

Цей метод особливо корисний при перекладі нових сленгових виразів, які ще не мають усталених еквівалентів у мові перекладу. О. І. Панченко зазначає, що важливо пам'ятати, що калькування може призвести до створення незрозумілих або неприродних виразів у мові перекладу [24, с. 192].

У практиці перекладу SMS-сленгу важливе місце посідає описовий метод, який застосовується в ситуаціях, коли інші способи перекладу виявляються неефективними. Сутність цього підходу полягає у розгорнутому тлумаченні значення сленгового виразу. Показовим прикладом може слугувати переклад англійського акроніму «ТВН» (to be honest), який в українській мові передається як «якщо чесно» або «чесно кажучи». Попри те, що описовий переклад забезпечує точну передачу змісту, він може порушувати притаманну SMS-комунікації лаконічність.

Особливу цінність описового методу при роботі з культурно-специфічними сленговими виразами, що не мають прямих відповідників у мові перекладу, відзначають Т. О. Рябокучма та А. Л. Горбаченко. Водночас дослідники застерігають, що такий спосіб перекладу може призвести до

втрати стилістичного забарвлення та експресивності оригінального виразу [44, с. 142].

Значну роль у перекладі SMS-сленгу відіграє прийом компенсації, який дає змогу відтворити втрачені елементи оригіналу в іншому місці тексту або за допомогою інших мовних засобів. Т. О. Мизин наводить показовий приклад: коли неможливо зберегти гру слів в одному фрагменті тексту, перекладач може компенсувати це, додавши елемент мовної гри в іншому місці [18, с. 89]. Наприклад фраза: «UR gr8, 2 bad u cant cm 2day» (You are great, too bad you can't come today). Ця фраза одночасно містить скорочення та гру слів із цифровими замінами. Українською мовою пряма передача цих скорочень не була б настільки зрозумілою або природною. Можливий переклад із використанням компенсації: «Ти крутий! Шкода, що не зможеш бути сьогодні.» У цьому випадку елементи гри зі скороченням в оригіналі не відтворюються безпосередньо. Проте компенсуються шляхом додавання емоційно забарвлених фраз («Ти крутий!») у перекладі, що передають дружній і неформальний характер оригіналу. Це дозволяє зберегти стиль і настрій тексту, навіть якщо точна форма скорочень не може бути відтворена. Цей метод набуває особливої ваги при роботі з каламбурами та іншими проявами мовної творчості, якими багатий SMS-сленг.

Застосування компенсації дозволяє зберегти цілісний стилістичний ефект оригінального повідомлення, навіть якщо окремі елементи сленгу не піддаються прямому перекладу. С. В. Венідіктов підкреслює, що успішне використання цього методу вимагає від перекладача неабиякої креативності та досконалого володіння мовою [7, с. 12].

Метод адаптації передбачає заміну реалій вихідної мови на відповідні реалії мови перекладу. В. Г. Чорнобай ілюструє цей підхід на прикладі перекладу американського сленгового слова «bucks» (долари) українським відповідником «бакси» [35, с. 79]. Завдяки адаптації текст стає зрозумілішим для цільової аудиторії, хоча існує ризик втрати певних культурних конотацій.

Дж. Слотта наголошує на особливій ефективності адаптації при перекладі сленгових виразів із виразною культурною специфікою. Водночас дослідник звертає увагу на необхідність збереження важливих смислових нюансів оригінального повідомлення [55, с. 123].

Генералізація та конкретизація також часто використовуються при перекладі SMS-сленгу. Генералізація передбачає заміну конкретного поняття більш загальним, а конкретизація - навпаки, заміну загального поняття більш конкретним. Наприклад, І. Палагута додає, що англійське сленгове слово «ride» (автомобіль) може бути перекладено більш загальним терміном «тачка» [23, с. 6].

Ці методи дозволяють адаптувати сленгові вирази до контексту та культурних особливостей мови перекладу. Однак, важливо зберігати баланс, щоб не втратити специфіку оригінального виразу.

Важливим аспектом перекладу SMS-сленгу є передача емотивності та експресивності оригінального повідомлення. Для цього перекладачі часто використовують емотикони та смайли, які є невід'ємною частиною цифрової комунікації. Наприклад, фраза «I'm so happy :)» може бути перекладена як «Я такий щасливий :)». Використання емотиконів дозволяє зберегти емоційне забарвлення повідомлення та його неформальний характер.

При перекладі емотиконів та інших невербальних елементів SMS-комунікації необхідно враховувати культурні особливості їх сприйняття. Шисюн Лю, Дан-Ян Гуй, Яфей Цзо та Юй Дай у своїх дослідженнях звертають увагу на те, що різні культури можуть надавати відмінні значення тим самим емотиконам, що вимагає від перекладача глибокого розуміння міжкультурних особливостей їх використання [68].

Створення неологізмів постає важливим інструментом у арсеналі перекладача, особливо коли йдеться про переклад нових сленгових виразів, які ще не мають усталених відповідників у мові перекладу. К. А. Бровко наводить показовий приклад такого підходу, розглядаючи входження слова «селфі» в українську мову як результат перекладацької діяльності [4]. Процес

створення неологізмів не лише збагачує мову перекладу, але й дозволяє зберегти новаторський характер оригінального сленгу. Водночас, як зазначають Ф. М. Кунді, С. Ахмад, А. Хан та М. З. Асгар, критично важливо забезпечити природність та зрозумілість новостворених слів для носіїв цільової мови [64, с. 68].

Метод контекстуальної заміни, детально досліджений Ю. А. Ніколащенко, передбачає використання виразів, які, хоч і не є прямими словниковими відповідниками, точно передають значення оригіналу в конкретному контексті. Дослідниця ілюструє ефективність цього підходу на прикладі перекладу ідіоматичних виразів, зокрема, коли англійський вираз «It's raining cats and dogs» передається українським відповідником «лліє як з відра» [22, с. 324]. Приклад повідомлення: «Лліє як з відра, тож я запізнюсь.» («It's raining cats and dogs, so I'll be late.»)

Застосування контекстуальної заміни дозволяє зберегти прагматичний ефект оригінального повідомлення, адаптуючи його до культурного контексту мови перекладу. Г. Томич підкреслює, що успішне використання цього методу вимагає від перекладача ґрунтовного знання обох мов та глибокого розуміння їхніх культурних особливостей [59].

Особливе місце в перекладі SMS-сленгу посідає метод фонетичної імітації, який передбачає створення нових виразів, що звучанням нагадують оригінал, але мають зрозуміле значення мовою перекладу. Цей спосіб особливо ефективний при роботі з оноματοпоетичними словами та сленговими виразами, побудованими на звуковій грі. Яскравим прикладом може слугувати переклад англійського «bling-bling» (яскраві прикраси) українським відповідником «блись-блись», що зберігає як звукову форму, так і смислове навантаження оригіналу.

Фонетична імітація дозволяє зберегти звукову образність оригінального виразу. Однак, Дж. Грін додає, що важливо переконатися, що створений таким чином вираз буде зрозумілим для цільової аудиторії [48, с. 404].



Метод функціональної заміни займає особливе місце в практиці перекладу SMS-сленгу. Його сутність полягає у використанні таких виразів цільової мови, які виконують функцію, аналогічну оригінальному виразу. В. О. Дорда демонструє ефективність цього підходу на прикладі перекладу експресивних вигуків, зокрема, коли англійське «Ouch!» передається українським відповідником «Ой!» [12, с. 49].

Дослідження А. К. Павельєвої та І. В. Сотніченко розкривають особливості застосування функціональної заміни для збереження прагматичного ефекту оригінального виразу при його адаптації до норм цільової мови. Науковці наголошують на важливості врахування потенційних розбіжностей в емоційному забарвленні між вихідним виразом та його функціональним еквівалентом [42, с. 156].

У процесі перекладу SMS-сленгу інколи виникає необхідність свідомого опущення певних елементів, особливо коли вони не несуть істотного смислового навантаження або можуть спричинити непорозуміння. Наприклад: «Забув відповісти на запрошення. Вибач!» («OMG, I totally forgot to RSVP for the party. My bad!»). У цьому випадку вираз «OMG» (Oh My God) опущено, оскільки він не додає суттєвої інформації та не є критичним для змісту повідомлення. Фраза «My bad» (Моя помилка) перекладена як "Вибач", що передає суть, але уникає калькування, яке могло б здатися неприродним в українському тексті. Таке опущення допомагає зробити переклад зрозумілішим і більш природним для цільової аудиторії. Е. В. Стрига звертає особливу увагу на доцільність такого підходу при роботі з культурно-специфічними сленговими виразами, які можуть виявитися незрозумілими для цільової аудиторії [31, с. 188].

Л. О. Ставицька застерігає щодо необхідності зваженого підходу до застосування методу опущення, наголошуючи на важливості збереження ключових смислових нюансів оригінального повідомлення. Дослідниця підкреслює необхідність компенсації опущених елементів іншими засобами для підтримання загального стилістичного ефекту тексту [56, с. 465].

Досягнення адекватного перекладу SMS-сленгу часто потребує комплексного застосування різних перекладацьких методів. О. Косович розглядає ефективність поєднання транслітерації з подальшим поясненням або калькування з елементами адаптації [17]. О. А. Поцулко розвиває цю думку, зазначаючи, що такий інтегрований підхід забезпечує найточнішу передачу як семантичного наповнення, так і стилістичного забарвлення оригінального виразу [27, с. 71]. Наприклад: «Для твоєї інформації: зустріч перенесли на кінець дня завтра. Дай знати, чи тобі підходить.» («FYI, the meeting's been rescheduled to EOD tomorrow. LMK if it works for you.»). Отже, «FYI» (For Your Information) перекладено як «Для твоєї інформації» за допомогою калькування. «EOD» (End Of Day) транслітеровано як «кінець дня», що зрозуміліше для українського читача. «LMK» (Let Me Know) адаптовано до природного українського виразу «Дай знати», щоб зберегти неформальний стиль повідомлення.

Успішне застосування комбінованого перекладу вимагає від фахівця високого рівня професійної майстерності та творчого підходу, проте саме цей метод дозволяє досягти найбільш точного відтворення складних сленгових конструкцій [53, с. 448].

У сучасній перекладацькій практиці важливу роль відіграють спеціалізовані сленгові словники та онлайн-ресурси. Такі джерела як Urban Dictionary [30] надають актуальну інформацію про значення та контексти використання сленгових виразів, хоча достовірність цієї інформації потребує критичного осмислення та верифікації [70].

Т. Е. Захарченко та О. О. Селіванова у своїх дослідженнях підкреслюють, що використання спеціалізованих ресурсів допомагає перекладачам відстежувати новітні тенденції розвитку сленгу та знаходити актуальні відповідники. Водночас науковці наголошують на динамічному характері сленгу, через що навіть найновіші словники можуть не встигати за змінами в цій сфері [28; 29].

Схема, яка відображає частоту використання різних методів перекладу SMS-сленгу. Найчастіше застосовуються функціональні аналоги (25%) та транслітерація/транскрипція (20%), тоді як інші методи, такі як описовий підхід, компенсація та адаптація, використовуються рідше.

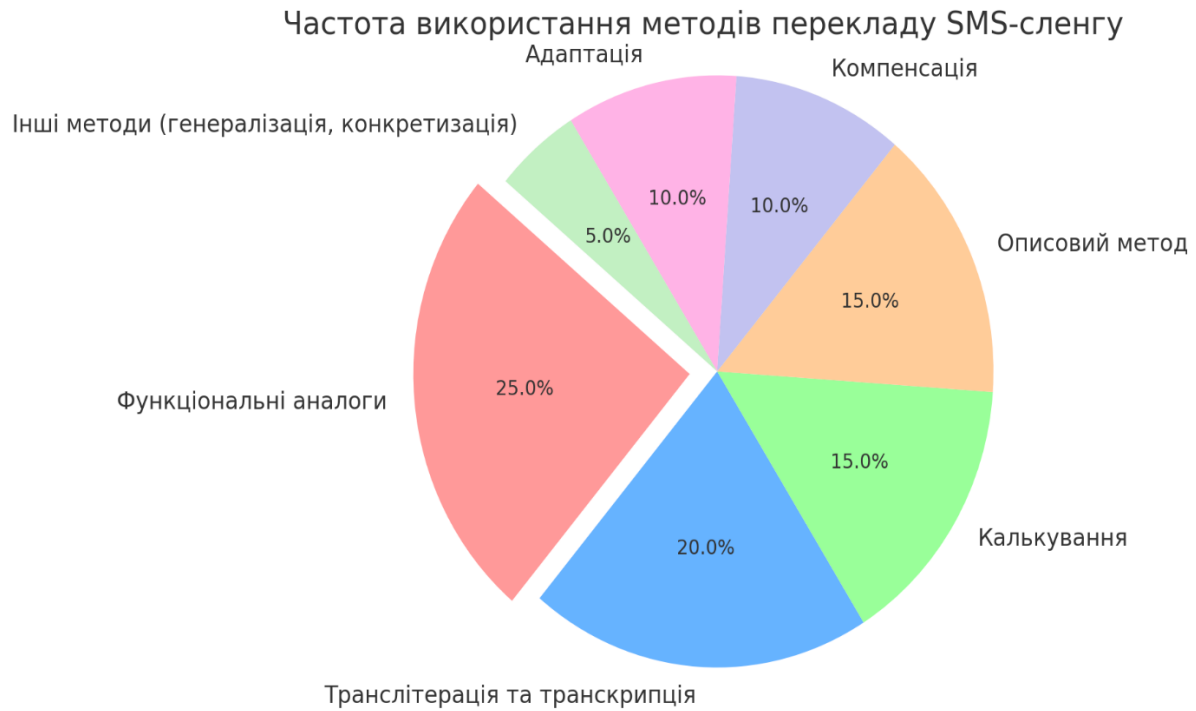


Рис. 2.1

Отже, переклад SMS-сленгу є складним завданням, яке потребує комплексного застосування різних перекладацьких методів, таких як функціональні аналоги, калькування, описовий підхід, адаптація та компенсація. Успішний переклад залежить від здатності перекладача зберегти семантику, стилістичне забарвлення та культурні особливості оригінального тексту. Використання сучасних ресурсів, творчий підхід і врахування динамічного характеру сленгу сприяють досягненню адекватного перекладу, що відповідає потребам цільової аудиторії.

## 2.2. Проблеми перекладу sms-скорочень та абревіатур.

У контексті сучасного перекладознавства особливої уваги заслуговує проблематика перекладу SMS-скорочень та абревіатур, що становить один із найскладніших аспектів роботи з цифровою комунікацією. Специфіка цього напрямку перекладацької діяльності зумовлена комплексом взаємопов'язаних факторів, які створюють унікальні виклики для фахівців галузі.

Фундаментальне дослідження Е. Петрідж розкриває ключову особливість SMS-скорочень: їхній вузькоспеціалізований характер часто ускладнює розуміння навіть для носіїв мови, якщо вони перебувають поза межами певної вікової чи соціальної групи [51-53]. Розвиваючи цю думку, К. Терлоу наголошує на подвійному завданні перекладача: необхідності не лише декодувати значення таких скорочень, але й віднайти їх адекватні відповідники в цільовій мові [58].

Особливої складності перекладу SMS-скорочень додає їхня семантична багатозначність. В умовах цифрової комунікації одне скорочення може набувати різних значень залежно від контексту використання. Показовим прикладом слугує абревіатура «LOL», яка може означати як «laughing out loud» (голосно сміюся), так і «lots of love» (багато любові). Це вимагає від перекладача ретельного аналізу контекстуального оточення для точної інтерпретації значення [76].

Н. Талавіра звертає увагу на ще один важливий аспект проблеми: відсутність прямих відповідників багатьох SMS-скорочень та абревіатур у мові перекладу. Ця проблема набуває особливої актуальності при перекладі українською мовою, де культура SMS-комунікації має менш розвинену традицію порівняно з англомовним середовищем. У таких випадках перекладач постає перед необхідністю вибору оптимальної стратегії: застосування транслітерації, використання описового перекладу або створення нового скорочення в цільовій мові [57, с. 201].

Особливості перекладу SMS-скорочень та абревіатур у сучасній комунікації характеризуються низкою специфічних лінгвістичних викликів. І. О. Андрєєва, Д. Л. Волковська, звертають увагу на фонетичні трансформації, що відбуваються під час перекладу. Зокрема, скорочення на кшталт «и» замість «you» втрачають свою фонетичну природу при переході в україномовний простір, що спричиняє часткову втрату стилістичного забарвлення повідомлення [38].

І. І. Щур детально аналізує проблему економії мовних засобів. У контексті SMS-комунікації скорочення слугують інструментом мінімізації символічного навантаження, однак українська мова часто вимагає більшої кількості знаків для передачі ідентичного змісту. Це ускладнює процес перекладу та потребує від перекладача особливої майстерності в збереженні комунікативної інтенції [37, с.50].

Х. Б. Бережницька акцентує увагу на культурологічному аспекті перекладу скорочень. Багато абревіатур є глибоко вкоріненими в англійську культуру і не мають прямих відповідників в українській мові. Приміром, абревіатура «POTUS» потребує або розгорнутого пояснення, або контекстуальної адаптації [2, с. 156].

Динамічність лексичного складу SMS-комунікації постійно ставить нові виклики перед перекладачами. А. Р. Бездітко підкреслює необхідність перманентного моніторингу молодіжних комунікативних практик та цифрових трендів для адекватного тлумачення новітніх скорочень [1, с. 56-60].

Особливо складним є переклад абревіатур, що походять від початкової основи («initial-based») скорочень. Абревіатури на кшталт «YOLO» (You Only Live Once) або «FOMO» (Fear Of Missing Out) є багатозначними комунікативними конструктами, які несуть значний емоційний та смисловий потенціал, що вимагає від перекладача неабиякої креативності та лінгвістичної чутливості [74].

Проблема передачі емоційного забарвлення SMS-скорочень постає як складне лінгвістичне завдання в контексті міжмовної комунікації. Крім простої економії мовних засобів, багато скорочень слугують для вираження специфічних емоційних станів та комунікативних інтенцій. Приміром, скорочення «teh» безпосередньо передає стан байдужості або легкого несхвалення.

Дослідники С. Чжевей, Р. Земель та Ян Сюй акцентують увагу на винятковій складності віднайдення точних мовних еквівалентів, здатних відтворити тонкі емоційні нюанси оригінального повідомлення [69]. Кожен такий переклад вимагає глибокого розуміння не лише лінгвістичних, але й соціокультурних контекстів комунікації.

А. Р. Бездітко звертає особливу увагу на проблематику перекладу скорочень, побудованих на грі слів або фонетичній омофонії англійської мови. Класичні приклади на кшталт «gr8» (great) або «2day» (today) демонструють складність збереження стилістичного ефекту при перекладі на українську мову [1, с. 123]. Такі трансформації часто призводять до часткової або повної втрати первісної експресивності повідомлення.

О. С. Бондар-Фурса додатково наголошує на необхідності особливо делікатного підходу до перекладу скорочень з потенційно негативними або образливими конотаціями. Перекладач має бути надзвичайно обережним, аби не спотворити комунікативну інтенцію оригінального повідомлення [3, с. 655].

Цифрові заміни літер в SMS-комунікації, на думку Ю. А. Василенка, також становлять значний перекладацький виклик. Використання цифр замість схожих за звучанням слів (наприклад, «4» замість «for») втрачає свою стилістичну виразність при перекладі на українську мову [5, с. 4].

С. В. Венідіктов акцентує увагу на контекстуальній варіативності значень SMS-скорочень. Абревіатура «TBH», приміром, може мати подвійне тлумачення: «to be honest» (чесно кажучи) або «to be heard» (щоб бути

почутим). Це вимагає від перекладача глибокого розуміння комунікативного контексту та вміння адекватно інтерпретувати повідомлення [7, с. 13].

Особливо складним виявляється переклад абревіатур, що набули статусу інтернет-мемів. К. А. Бровко підкреслює, що такі скорочення, як «TLDR» (Too Long; Didn't Read), несуть потужне культурологічне навантаження. Відповідно, переклад має бути спрямований не лише на буквальне відтворення змісту, але й на збереження первісного культурного контексту [4, с. 128].

Таким чином, переклад SMS-скорочень постає як надзвичайно складне лінгвістичне завдання, що вимагає від перекладача не лише досконалого володіння мовами, але й глибокого розуміння соціокультурних комунікативних практик.

У контексті нашого дослідження вважаємо за доцільне розглянути проблеми перекладу SMS-скорочень, що використовують символи ASCII, як один з важливих аспектів сучасної комунікативної лінгвістики.

З точки зору лінгвістичної інтерпретації, символічні конструкції на кшталт «<3» становлять особливий інтерес. Як зазначає О. Г. Васильєва, принципово важливим є не лише буквальне відтворення символу, але й передача його емоційного навантаження для цільової аудиторії [6, с. 44]. Це вимагає від перекладача глибокого розуміння комунікативного контексту та культурних особливостей спілкування.

Додатковий виклик представляють регіональні відмінності в англійській комунікації. Л. Г. Верба слушно зауважує, що навіть усередині англійського простору існують значні термінологічні розбіжності. Приміром, лексема «pissed» має діаметрально протилежні значення в американському (розлючений) та британському (п'яний) варіантах англійської мови [8, с.160].

Особливу увагу в нашому дослідженні ми звертаємо на проникнення професійних абревіатур у повсякденне SMS-спілкування. Абревіатури на кшталт «IANAL» (I Am Not A Lawyer) демонструють складність

міждисциплінарної комунікації та вимагають від перекладача спеціальних галузевих знань [39, с. 156].

З погляду семіотичного аналізу, заслуговують на увагу скорочення, побудовані на візуальній метафориці. М. Галай наводить показовий приклад «хохо», де символи «х» та «о» репрезентують обійми та поцілунки через їхню графічну подібність [9, с. 130]. Такі комунікативні конструкції вимагають від перекладача креативного підходу та глибокого розуміння комунікативної інтенції.

Підсумовуючи результати нашого дослідження, можемо констатувати, що переклад SMS-скорочень є комплексним лінгвістичним феноменом. Він потребує від перекладача: глибоких знань мов оригіналу та перекладу; розуміння культурного контексту; обізнаності з сучасними тенденціями цифрової комунікації; здатності до творчого лінгвістичного мислення.

Кожне скорочення чи аббревіатура вимагає індивідуального підходу та контекстуального аналізу. Принциповим завданням перекладача є досягнення балансу між точністю змісту, збереженням стилістичного забарвлення та забезпеченням зрозумілості для цільової аудиторії.

Таким чином, переклад SMS-скорочень та аббревіатур постає одним з найбільш складних і водночас цікавих напрямків сучасного перекладознавства, що потребує постійного наукового осмислення та методологічного вдосконалення.

### **2.3. Передача емотивності та експресивності при перекладі sms-сленгу.**

Передача емотивності та експресивності при перекладі SMS-сленгу постає як складна лінгвістична проблема, що потребує комплексного наукового дослідження. Актуальність обраної проблематики зумовлена динамічними процесами трансформації комунікативних практик у



цифровому середовищі та необхідністю розроблення адекватних перекладацьких стратегій.

У контексті наукового дослідження емотивність у SMS-сленгу розглядається як системна лінгвістична категорія, що характеризується специфічною здатністю мовних одиниць експлікувати емоційний стан комунікантів та викликати відповідні емоційні реакції. Як зазначає М. Галай, експресивність безпосередньо корелює з інтенсивністю емоційного вираження та потенціалом комунікативного впливу [9, с. 126].

Науково-теоретичне осмислення проблеми базується на фундаментальних положеннях комунікативної лінгвістики. Л. О. Ставицька підкреслює, що сленг виступає потужним інструментом маркування групової ідентичності та експресивного самовираження [56, с. 464]. Специфіка SMS-комунікації полягає у компенсації відсутності невербальних комунікативних складників (міміки, жестів, інтонації) через унікальні лінгвістичні та паралінгвістичні механізми.

Ю. Загребнюк акцентує увагу на принципових методологічних викликах перекладу, зокрема на навмисному порушенні мовних норм як іманентній характеристиці SMS-сленгу, що створює додаткові труднощі для перекладацької інтерпретації [14, с. 66]. Науковий підхід вимагає врахування комплексу чинників: збереження неформального характеру комунікації, відтворення ігрового комунікативного потенціалу та адекватної передачі імпліцитних смислових конструкцій.

Емпіричний аналіз унаочнює методологічні проблеми на прикладі конкретних мовленнєвих одиниць. Так, англійське скорочення «wassup» (від «what's up») репрезентує не просто запитання «як справи?», а складну комунікативну стратегію, що передбачає неформальний, дружній тон спілкування. Перекладацьке завдання полягає в максимально точній передачі експресивного забарвлення, збереженні комунікативної інтенції та відтворенні соціально-групового контексту оригінального повідомлення.

Методологія перекладу SMS-сленгу вимагає від дослідника глибокого розуміння мовних особливостей, сензитивності до емоційних нюансів, креативного підходу до інтерпретації та здатності до миттєвої міжкультурної адаптації комунікативних стратегій.

Науково-теоретичне дослідження емотивності в контексті SMS-сленгу актуалізує проблему передачі графічних та фонетичних особливостей цифрової комунікації. Емотикони та смайли постають як самостійні комунікативні одиниці, що виконують функцію компенсації емоційної складової віртуального спілкування.

В. В. Каптюрова наголошує на визначальній ролі емотиконів у збереженні емоційного контексту повідомлення [15, с. 109]. Графічні символи на кшталт «:)» здатні виражати складну гаму емоцій – від радості до тонкої іронії – залежно від комунікативного контексту.

Міжкультурний аспект дослідження розкриває суттєві відмінності у використанні емотиконів. Так, японський емотикон «^\_^» позначає радість, тоді як у західноєвропейській комунікативній практиці превалує «:)». Це актуалізує необхідність глибокого культурологічного підходу в перекладацькій стратегії.

Фонетичні особливості SMS-сленгу становлять окремий напрямок лінгвістичного аналізу. А. Р. Бездітко підкреслює, що фонетичні написання виступають потужним інструментом передачі інтонаційних та емоційних характеристик мовлення [1, с. 58]. Прикладом може слугувати трансформація «going to» у «gonna», що демонструє тенденцію до фонетичної компресії в усному мовленні.

Особливо складним лінгвістичним феноменом є переклад вигуків та звуконаслідувальних конструкцій. В. Ф. Перетокіна акцентує увагу на необхідності пошуку функціональних аналогів, здатних відтворити первинне емоційне забарвлення [25, с. 131-132]. Так, англійське «oops» може бути інтерпретоване як «ой» або «упс» залежно від комунікативної ситуативної ситуації.

Методологія перекладу SMS-сленгу вимагає комплексного підходу, що включає:

- Врахування культурних особливостей комунікації
- Збереження емоційного навантаження оригінального повідомлення
- Адаптацію графічних та фонетичних елементів до норм цільової мови
- Глибокий контекстуальний аналіз комунікативної ситуації.

У контексті наукового дослідження проблеми перекладу SMS-сленгу О. Мігорян акцентує увагу на принципових аспектах передачі експресивності через роботу з інтенсифікаторами та підсилювальними частками. Встановлено, що в SMS-сленгу лексичні одиниці «super», «mega», «ultra» слугують потужним інструментом емоційного підсилення. Відповідно, перекладацька стратегія має бути спрямована на пошук адекватних мовних засобів в українській мові, здатних відтворити первинну інтенсивність емоційного навантаження [20, с. 158].

О. Мігорян конкретизує, що інтенсифікатори в SMS-сленгу виступають дієвим механізмом створення гіперболічного ефекту. Так, англійське «super cool» може бути трансформоване в українськомовні еквіваленти «мега круто» або «неймовірно класно» з обов'язковим збереженням вихідної емоційної інтенсивності [20, с. 159].

О. Г. Васильєва доводить, що особливо складним перекладацьким викликом є відтворення іронії та сарказму, притаманних SMS-комунікації. Такі емоційні нюанси здебільшого експлікуються не безпосередньо, а через контекстуальні та лінгвістичні особливості. Показовим прикладом слугує фраза «Гарна робота!» («Great job!»), яка залежно від контексту може містити як щирі похвали, так і саркастичне зауваження. Отже, перекладач має продемонструвати здатність до адекватної інтерпретації та знаходження відповідних мовних засобів у цільовій мові [6, с. 46].

О. Г. Васильєва наголошує, що іронія та сарказм в SMS-сленгу реалізуються через контрастне співвідношення буквального значення слів та контексту їх використання. Відповідно, перекладацька стратегія передбачає

збереження цього контрасту шляхом застосування релевантних мовних механізмів української мови [6, с. 47].

І. Палагута звертає увагу на специфіку перекладу сленгових виразів з потужним емоційним навантаженням. Встановлено, що лексичні одиниці «cool», «awesome», у значенні «круто» «чудово» мають виразну позитивну конотацію в англійській мові. Відтак, перекладацьке завдання ускладнюється необхідністю віднайдення еквівалентів, здатних передати не лише денотативне значення, але й емоційне забарвлення [61, с. 5].

І. Палагута підкреслює, що сленгові вирази характеризуються значно інтенсивнішим емоційним забарвленням порівняно з їх стилістично нейтральними відповідниками. Так, англійське «awesome» може бути перекладене як «шикарно» або «супер» з обов'язковим збереженням первинної емоційної інтенсивності [23, с. 6].

В. Г. Чорнобай розширює наукове розуміння проблеми, звертаючи увагу на гіперболічні конструкції як специфічний комунікативний прийом. Показовим прикладом слугує вираз «Я вмираю від сміху» («I'm dying») на позначення надзвичайно комічної ситуації. Перекладацька стратегія має забезпечити збереження гіперболічного ефекту без втрати вихідного змісту повідомлення [75, с. 79].

У контексті наукового дослідження експресивності SMS-сленгу В. Г. Чорнобай акцентує увагу на функціональній ролі гіперболічних конструкцій у створенні комічного ефекту комунікативного повідомлення [35, с. 80]. Встановлено, що трансформація англійської експресивної одиниці «I'm dying of laughter» в українськомовні еквіваленти «я помираю зо сміху» або «я ледь не луснув від сміху» забезпечує збереження гіперболічного характеру оригінального вираження.

О. С. Таран доводить, що передача емоційного забарвлення абрєвіатур та акронімів у SMS-сленгу є складним лінгвістичним завданням. Абрєвіатура «OMG» (Oh My God) демонструє потужне емоційне навантаження, яке експлікує стан здивування або шоку. Відповідно, перекладацька стратегія має

бути спрямована на пошук адекватних мовних засобів, здатних відтворити первинну емоційну інтенсивність [32, с. 183]. Також О. С. Таран наголошує, що аббревіатури та акроніми в SMS-сленгу характеризуються значно інтенсивнішим емоційним забарвленням порівняно з їх повними формами. Так, «OMG» може бути перекладене як «овва» або «о Боже» з урахуванням контекстуальних особливостей та інтенсивності емоційного вираження [32, с. 184].

Будіаса і Савітрі звертають увагу на специфіку перекладу мемів та інтернет-фольклору, які є невід'ємним складником SMS-комунікації. Встановлено, що такі елементи мають потужне емоційне забарвлення та базуються на специфічному культурному контексті. Отже, перекладацьке завдання ускладнюється необхідністю не лише декодування значення мему, але й віднайдення способів відтворення його емоційного впливу для цільової аудиторії [62].

Л. О. Ставицька досліджує проблематику перекладу ненормативної лексики та евфемізмів у контексті SMS-сленгу. Науковець доводить, що такі мовленнєві одиниці зазвичай мають виражене емоційне забарвлення та вимагають особливої уваги при міжмовній трансформації. Принципово важливим є врахування культурних норм та очікувань цільової аудиторії, що передбачає можливість застосування буквального перекладу, пом'якшення або повного опущення експресивних елементів [56, с. 466-467].

Встановлено, що ненормативна лексика в SMS-сленгу виконує переважно функцію підсилення емоційного ефекту, а не образи. Відтак, перекладацька стратегія має забезпечити збереження емоційної інтенсивності шляхом адаптації експресивності до норм цільової культури.

Дослідження експресивних особливостей перекладу SMS-комунікації передбачає комплексний аналіз лінгвістичних механізмів передачі емоційного навантаження. Графічні елементи в SMS-сленгу набувають особливого значення як інструмент вираження комунікативної експресії.

К. Терлоу наголошує, що графічні засоби в цифровій комунікації виконують функцію паралінгвістичних маркерів, замінюючи інтонаційні особливості усного мовлення [58]. Написання слів великими літерами або використання спеціальних графічних виділень (*so*) потребує особливої уваги при перекладі з метою збереження емоційної інтенсивності повідомлення.

Фразеологічні звороти в SMS-комунікації становлять окрему складну категорію перекладу. Т. О. Рябокучма та А. Л. Горбаченко звертають увагу на культурну специфіку та емоційне забарвлення таких виразів. Переклад ідіоми «to be over the moon» «бути на сьомому небі» або «літати від щастя» вимагає пошуку функціонального аналога, здатного передати первинну емоційну експресію [44, с. 143].

Трансформаційні процеси фразеологізмів часто слугують додатковим інструментом посилення експресивності. Наприклад: вираз «cool as a cucumber» може трансформуватися в «cool as a frozen cucumber» («Залишатися спокійним»), що додає додаткових емоційних нюансів. Перекладач має відтворити цю експресивну градацію, застосовуючи адекватні мовні механізми [44, с. 144].

Градація емоцій виступає важливим комунікативним механізмом SMS-сленгу. Т. О. Мизин досліджує особливості вираження емоційної інтенсивності через послідовність лексичних одиниць. Послідовність «like» - «love» - «adore» («подобатися» - «любити» - «обожнювати») демонструє різні рівні позитивного ставлення, що вимагає ретельного підходу при перекладі [18, с. 90].

Мовознавець підкреслює роль інтенсифікаторів та підсилювальних часток у вираженні емоційних нюансів. Градація «nice» - «very nice» - «super nice» може бути відтворена українською як «гарно» - «дуже гарно» - «неймовірно гарно» з максимальним збереженням емоційної динаміки [18, с. 91].

Неологізми та okazіоналізми представляють особливий інтерес у дослідженні експресивності SMS-комунікації. К. А. Бровко звертає увагу на

креативні механізми словотворення, зокрема блендинг та телескопію. Прикладом слугує новоутворення «hangry» може перекладатися «голозлий» (поєднання «hungry» («голодний») та «angry» («злий»)), яке вимагає творчого підходу при перекладі [4, с. 128-129].

Запропонований підхід до перекладу SMS-сленгу демонструє необхідність комплексного врахування лінгвістичних, прагматичних та культурних чинників комунікації, що забезпечує адекватну передачу емоційного навантаження повідомлення.

У контексті дослідження експресивності SMS-сленгу особливої уваги заслуговує проблема передачі емоційного забарвлення через комунікативний контекст. Дж. Слотта наголошує, що перекладач має враховувати системні взаємозв'язки між структурними компонентами повідомлення та намагатися зберегти загальну емоційну атмосферу, навіть якщо не всі окремі елементи можуть бути передані буквально [55, с. 121-122].

Культурологічний аспект перекладу SMS-комунікації визначається необхідністю врахування соціокультурних особливостей цільової аудиторії. Дослідники Алькантара-Пілар, Дель Барріо-Гарсія та Порку звертають увагу на значні відмінності у сприйнятті емоційного забарвлення мови в різних культурних контекстах [60]. Так, В. Ф. Перетокіна додає, що комунікативні стратегії, прийнятні в англійській культурі, можуть сприйматися як неприйнятні в українському комунікативному просторі [25, с.129-133].

Х. Б. Бережницька акцентує увагу на віковій диференціації сприйняття експресивних мовленнєвих форм. Молодіжний сленг характеризується підвищеною емоційною насиченістю, що вимагає особливого підходу при перекладі для різних вікових груп [2, с. 80-81].

Принципово важливою характеристикою SMS-комунікації є лаконічність вираження емоційного стану. О. С. Таран доводить, що використання аббревіатур та скорочень дозволяє досягти максимальної компресії емоційного навантаження. Прикладом слугує аббревіатура «IDC» (I

don't care) (мені байдуже), яка передає не лише денотативне значення, але й певний емоційний дистанціонований стан [32, с. 186].

Запропонований підхід демонструє комплексність перекладацької стратегії в контексті SMS-комунікації, що передбачає врахування лінгвістичних, прагматичних, соціокультурних та вікових чинників комунікативної взаємодії.

У сучасній лінгвістиці особливої актуальності набуває дослідження специфіки перекладу SMS-сленгу, що зумовлено динамічним розвитком цифрової комунікації та необхідністю збереження комунікативної експресивності повідомлень. В. В. Каптюрова у своєму дослідженні «Комунікативні стратегії користувачів соціальних мереж та мікроблогів» наголошує на складності відтворення паралінгвістичних засобів, які по суті виконують функцію інтонації та жестів у реальному спілкуванні [15, с. 110-111].

Принципового значення набуває проблема передачі іронії та сарказму в SMS-комунікації. Як переконливо доводить О. Г. Васильєва, іронічний тон формується через тонкий контраст між буквальним значенням слів та контекстом їх використання [6, с. 49]. Показовим прикладом є фраза «Yeah, right» («так,вірно»), яка залежно від контексту може мати протилежні значення - від щирої згоди до повного заперечення.

Дослідження О. Г. Васильєвої виявляє суттєві гендерні відмінності у використанні комунікативних стратегій. Вона аналізуючи свої спостереження каже, що жінки схильні до більш емоційно забарвленої лексики, тоді як чоловіки демонструють стриманіший комунікативний стиль [6, с. 50]. Ці особливості набувають визначального значення при перекладі, особливо коли йдеться про відтворення індивідуальних комунікативних характеристик.

Синтаксичні конструкції SMS-сленгу становлять окремий дослідницький інтерес. А. Р. Бездітко переконливо доводить, що структура речень безпосередньо відображає емоційний стан мовця [1, с. 60]. Короткі,



уривчасті фрази можуть транслювати різні емоційні стани - від збудження до прихованого напруження.

Підсумовуючи, можна сказати, що адекватний переклад SMS-сленгу є надзвичайно складним лінгвістичним завданням. Він вимагає від перекладача не лише бездоганного володіння мовами, але й глибокого розуміння психології комунікації, культурного контексту та специфіки цифрового спілкування. Творчий підхід, постійний баланс між точністю змісту та емоційною експресією, врахування особливостей цільової аудиторії постають ключовими принципами успішної міжмовної комунікації в цифровому середовищі.

## **Висновки до розділу 2.**

У контексті сучасних лінгвістичних досліджень вивчення особливостей перекладу англійського SMS-сленгу українською мовою набуває винятково важливого значення. Проведений комплексний аналіз дозволив виявити низку теоретичних та практичних аспектів, що мають суттєву цінність для перекладознавства та міжкультурної комунікації.

Процес перекладу SMS-сленгу характеризується надзвичайною складністю та багатогранністю. Від перекладача вимагаються не лише глибокі лінгвістичні знання, але й фундаментальне розуміння культурного контексту, специфіки цифрової комунікації та сучасних молодіжних комунікативних тенденцій. Ефективний переклад потребує творчого підходу та мовленнєвої імпровізації для максимально адекватної передачі змісту й стилістичного забарвлення оригінального повідомлення.

Дослідження показало широкий комплекс перекладацьких методів, включаючи транскрипцію, транслітерацію, функціональні аналогії, пояснювальний переклад, калькування, компенсацію, генералізацію та конкретизацію. Вибір конкретної стратегії залежить від багатьох чинників: комунікативного контексту, цільової аудиторії та комунікативної інтенції.

Особливо складним викликом постає переклад абревіатур та акронімів через їхню багатозначність, культурну специфічність та динамічну семантичну природу. Дослідження показало необхідність створення нових українських абревіатур або використання розширеного анотованого перекладу.

Принципового значення набуває збереження емоційної експресії оригінального повідомлення. Ефективними стратегіями визначено використання смайликів, емодзі, специфічних розділових знаків, а також залучення розмовних українських форм та експресивних вигуків.

Культурні відмінності постають додатковим важливим виміром перекладацької діяльності. Багато сленгових виразів мають виразне культурне маркування, що потребує застосування методу культурної адаптації через заміну на функціонально еквівалентні вирази в українській комунікативній традиції.

Проведений аналіз виявив низку принципів аспектів, що вимагають особливої уваги перекладачів. Гра слів становить один з найскладніших рівнів перекладацької діяльності. Графічні особливості SMS-комунікації, гендерний аспект, технічна лексика, регіональна варіативність сленгу, культурні та історичні алюзії - кожен із цих елементів потребує ретельного опрацювання.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що переклад SMS-сленгу є складним інтелектуальним завданням, яке вимагає від перекладача не лише лінгвістичної майстерності, але й глибокого розуміння міжкультурних комунікативних процесів.

З огляду на перманентні зміни в мові та комунікаційних технологіях, переклад SMS-сленгу залишається динамічною дослідницькою галуззю, яка постійно ставить нові виклики перед науковцями та практиками перекладацької справи.



## РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКОГО SMS-СЛЕНГУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

### 3.1. Аналіз перекладацьких трансформацій при передачі sms-сленгу.

Дослідження перекладацьких трансформацій при передачі SMS-сленгу з англійської мови українською розкрило складну систему стратегій подолання мовних та культурних бар'єрів. Ця галузь перекладу характеризується високою динамічністю та тісним зв'язком із сучасною молодіжною культурою та технологічними інноваціями.

Вважаємо за потрібне провести аналіз перекладацьких трансформацій SMS-сленгу на конкретних прикладах. Дослідники традиційно виділяють два підходи: 1) формальний; 2) функціональний.

Формальний підхід до перекладу базується на збереженні форми та структури вихідного тексту. Він дозволяє передати мовну форму якомога ближче до оригіналу, але може бути обмежений культурними чи стилістичними відмінностями між мовами. В контексті формального підходу до перекладу ми розглянемо наступні методи: калькування, транслітерація, транскрипція.

1) Калькування (від лат. *calque* — копія) - це метод, за якого складові елементи вихідного слова або фрази перекладаються буквально мовою-реципієнтом. У результаті створюється прямий мовний еквівалент, який зберігає структурну організацію оригіналу. Калькування базується на принципі структурного відповідника. Метод є ефективним, коли між мовами існують схожі лексико-граматичні конструкції, а семантичні компоненти фрази є зрозумілими для цільової аудиторії. Калькування ефективно для передачі термінів, ідіом або фраз, які мають чітку логічну структуру. Перекладач повинен враховувати можливу неприродність дослівного перекладу в цільовій мові. У разі невідповідності кальки стилістичним нормам може знадобитися додаткова адаптація. Розглянемо ефективність

цього методу щодо перекладу акронімів. Приклад: «BFF» (Best Friends Forever) «Кращі друзі назавжди». Кожна складова в цьому прикладі калькується на рівні значення, тобто «Best» - «Кращі», «Friends» - «Друзі», «Forever» - «Назавжди». YOLO - «You Only Live Once». Переклад: «Ти живеш лише раз» (дослівно збережена структура).

Отже, ми побачили що, метод калькування добре працює для передання чітких, структурно зрозумілих висловів, наприклад, акронімів (*Best Friends Forever - Кращі друзі назавжди*) або фраз (YOLO - Ти живеш лише раз), тому що кожна складова може калькуватися як на рівні значення кожного слова в скороченні, так і буквально.

2) Транслітерація - механічне передання тексту й окремих слів, які записані однією графічною системою, засобами іншої графічної системи при другорядній ролі звукової точності, тобто передання однієї писемності літерами іншої. Транслітерація ґрунтується на принципах графічного відтворення. Вона застосовується тоді, коли форма слова важлива для збереження його ідентифікації, наприклад, у власних назвах або технічних термінах. Часто використовується для перекладу інтернаціоналізмів та акронімів. Перекладач повинен враховувати можливість незрозумілості транслітерованих слів для цільової аудиторії, якщо вони не входять до активного словника. Розглянемо транслітерацію в категорії аббревіатур. Приклад: «ASAP» («As Soon As Possible») – «АСАП». В цьому випадку транслітерація дозволяє зберегти вигляд і звучання оригінального акроніма хоча розуміння терміна може вимагати додаткових пояснень. Інший часто вживаний приклад це «LOL» - «ЛОЛ». В цьому випадку транслітерація зберігає впізнаваність слова в молодіжному середовищі.

Отже, ми побачили що, метод транслітерації найбільш доцільний для перекладу аббревіатур (LOL - ЛОЛ, ASAP - АСАП), що мають визнану форму в багатьох мовах. Ми погоджуємось з тим, що саме в цих випадках транслітерація зберігає впізнаваність слова в молодіжному середовищі, а

також вигляд і звучання оригінального акроніма, хоча іноді розуміння якогось скорочення може вимагати додаткових пояснень.

3) Транскрипція - це метод, за якого звучання слова оригіналу передається засобами цільової мови. Він спрямован на відтворення фонетики, а не графічної форми слова. Транскрипція базується на принципах фонетичної відповідності між мовами. Цей метод використовується для передачі слів або термінів, чия вимова є важливішою за їхнє написання. Використовується для перекладу запозичень або неологізмів, які ще не мають усталеного еквівалента у цільовій мові. Перекладач повинен адаптувати звучання відповідно до фонетичних норм цільової мови. Розглянемо транскрипцію в категорії запозичень. Приклад: «Selfie» - «Селфі», «Vlog» - «Влог». В цьому методі збережено звучання оригінального слова.

Отже, транскрипція ефективна для запозичень, що активно входять у вжиток, або для нових термінів, які ще не мають відповідників, тому що саме в цьому методі зберігається звучання оригінального слова.

На підставі вище наведених прикладів можемо сказати що, формальні методи перекладу дозволяють зберегти оригінальну структуру, звучання або графічну форму слова. Вони найбільш ефективні у випадках перекладу запозичень або неологізмів. При виборі методу перекладач має враховувати цільову аудиторію, контекст і культурні особливості мови, аби забезпечити адекватне сприйняття тексту.

Розглядаючи функціональний підхід до перекладу маємо зазначити, що він базується на аналізі функцій об'єкта чи системи та їхньому подальшому вдосконаленні або заміні. В рамках цього підходу можемо розглядати наступні перекладацькі трансформації: адаптація, компенсація, функціональний аналог.

Перекладацька адаптація - це тип перекладу з домінантною прагматичною настановою та орієнтацією на стереотипи очікування носіїв мови-реципієнта та його культури. Його використовують для покращення функціонування без суттєвих змін у базовій конструкції або принципах

роботи. Цей метод відображає основний зміст та функції оригінального тексту, а також зберігає культурну відповідність. Цей метод використовується у тому випадку, якщо оригінальне вираження є специфічним для культури або має форму, яка не зрозуміла в іншій мові або коли потрібно зберегти основну ідею, але надати їй природності для носіїв цільової мови. Наприклад: «BRB» (Be Right Back). В цьому випадку замість аббревіатури використовується звичне українське скорочення «Ща буду» або «Зараз прийду».

Отже, ми погоджуємось що, адаптація підходить для перекладу сленгу, який потрібно зробити максимально природним для носіїв цільової мови, або для випадків коли треба замінити англійську аббревіатуру на звичне українське скорочення.

Метод компенсації - це спосіб перекладу, який використовується тоді, коли деякі смислові елементи і стилістичні особливості неможливо передати дослівно. Цей метод ідентифікує елементи, які неможливо передати буквально, також передає смисл чи емоції в інші частини тексту; здійснює пошук балансу між формою та змістом. Найчастіше його використовують, якщо конкретний термін не має прямого аналога, він може компенсувати його загальним тоном або додатковим поясненням або якщо певне скорочення втрачається, він може додати неформальний або жартівливий тон у тексті, щоб відтворити стиль спілкування. Наприклад: «SMH» (Shaking My Head). У цьому випадку важко перекласти дослівно (буквально «хитаю головою»). Тому можна компенсувати додаванням емоційного виразу, який передасть суть розчарування або здивування, наприклад: «Капець просто, ну як так?». Або «WTF» (What The F\*\*\*). У цьому випадку замість дослівного перекладу використовується аналог, що зберігає емоційність, наприклад: «Що за жесь?».

Отже, компенсація корисна в тому випадку, якщо дослівний переклад неможливий або незрозумілий, тому що замість дослівного перекладу

використовується аналог, що зберігає емоційність, а також він може додати неформальний, або жартівливий тон у тексті.

Метод підбору функціональних аналогів - мовна одиниця оригіналу передається лексичною одиницею мови перекладу, яка викликає у читача перекладу схожі емоції, як і у читача оригіналу. Цей метод виявляє основної функції або сенс оригінального виразу, здійснює пошук еквівалента, який найкраще передає функцію в іншій мові, а також використовує сленгові або локальні фрази, які близькі за значенням. Проаналізувавши можемо сказати, що цей метод використовується для заміни невідомого виразу на аналогічний, але більш зрозумілий у цільовій мові, а також для використання місцевих сленгових еквівалентів. Наприклад: «IDK» (I Don't Know) «Хз» (Хто знає). В цьому випадку виконана заміна на сленговий еквівалент, який знайомий українським носіям мови. Або «ROFL» (Rolling on the floor laughing) «Катався від сміху» або «Порвало». В цьому випадку відбулося використання фрази, яка викликає аналогічний емоційний ефект.

Отже, ми погоджуємось, що функціональні аналоги ідеальні для збереження функції та загального враження від тексту повідомлення, так як в окремих випадках виконується заміна на сленговий еквівалент, який знайомий українським носіям мови, або використовується фраза, яка викликає аналогічний емоційний ефект.

Проаналізувавши всі методи ми дійшли висновку що, всі з вище перелічених методів мають як свої переваги при перекладі англійського sms-сленгу на українську мову, так звісно що і недоліки. Розглянемо недоліки деяких з цих методів.

Почнемо з методу калькування. По-перше можемо сказати, що дослівний переклад складових частин може створювати вирази, які звучать штучно або не відповідають стилістичним нормам цільової мови. Наприклад, дослівний переклад «YOLO» як «Ти живеш лише раз» виглядає громіздким і неприродним. По-друге, в SMS-слензі важливі лаконічність і емоційна виразність. Дослівний переклад може бути занадто довгим або складним, що



суперечить цим вимогам. Наприклад, «LOL» у перекладі як «Сміюся голосно» не відповідає короткості оригіналу. Отже, все ж таки, калькування найкраще працює для структурно зрозумілих акронімів чи термінів, але у випадку зі сленгом може вимагати адаптації або заміни іншими методами для забезпечення природності, стилістичної відповідності та емоційної виразності.

Перейдемо до недоліків методу транслітерації при перекладі англійського SMS-сленгу. По-перше можемо сказати, що збереження графічної форми слова не гарантує розуміння його значення. Наприклад аббревіатура «ASAP» - «АСАП» може бути впізнаваною лише в обмеженому молодіжному середовищі, тоді як інші аудиторії можуть не зрозуміти її змісту без додаткового контексту чи пояснень. По-друге, графічна форма слова, створена шляхом транслітерації, може не відповідати орфографічним чи фонетичним нормам цільової мови. Це може ускладнити його сприйняття або навіть створити хибне враження. По-третє, у випадках, коли сленговий вираз маловідомий у цільовій мові, транслітерація не допомагає в його адаптації чи популяризації, на відміну від інших методів, таких як адаптація або функціональні аналоги. Отже, все ж таки, метод транслітерації ефективний для впізнаваних акронімів і популярних слів, але може бути непридатним у випадках, коли потрібне адекватне передавання значення, стилю та емоційного забарвлення.

Розглянемо недоліки методу компенсації при перекладі англійського SMS-сленгу. По-перше, перекладач може суб'єктивно інтерпретувати емоції чи сенс тексту, що призводить до втрати об'єктивності й потенційної неточності. Наприклад, «SMH» може бути адаптоване як «Капець просто» або «Це ж треба!», але ці варіанти можуть сприйматися по-різному залежно від контексту. По-друге, можемо сказати що, компенсація часто вимагає розширених виразів для передачі сенсу чи емоцій, що суперечить економічності SMS-сленгу. Наприклад, «SMH» - «Капець просто, ну як так?» значно довше за оригінал. По-третє, у спробах зберегти сенс перекладач

може додавати додаткові пояснення, що змінює формат і сприйняття тексту, а також компенсація часто жертвує лаконічністю та стилістикою, які характерні для SMS-сленгу, що може змінювати сприйняття тексту. Отже, хоча метод компенсації дозволяє адаптувати зміст і емоційність, він створює ризики втрати лаконічності, універсальності та точності перекладу.

Таблиця 3.1

### Переваги та недоліки перекладацьких трансформацій

Метод	Переваги	Недоліки	Приклад
Формальні методи:			
1)Калькування	-Зберігає структуру та зміст оригіналу. -Простий у виконанні, якщо є відповідник у цільовій мові. -Ефективний для структурно зрозумілих висловів.	-Може звучати неприродно. -Не завжди відповідає стилю цільової мови. -Можливість втрати емоційного забарвлення або контексту.	«YOLO» - «Ти живеш лише раз»
2)Транслітерація	-Зберігає вигляд і звучання оригіналу. -Ефективний для міжнародних акронімів або популярних сленгових термінів. -Легко впізнається носіями.	-Може бути незрозумілим без додаткових пояснень. -Не передає емоційність чи стиль спілкування. -Втрачається локалізація.	«LOL» - «ЛОЛ»
3)Транскрипція	-Зберігає звучання оригіналу. -Ефективна для передання термінів, пов'язаних із	-Може бути складною для розуміння носіями цільової мови. -Не передає зміст чи	«OMG» - «О-ем-джі»

	вимовою. -Підходить для нових, незрозумілих термінів.	стиль оригіналу. -Не завжди підходить для сленгу з семантичним навантаженням.	
Функціональні методи			
1)Адаптація	-Передає зміст, стиль і емоційність. -Забезпечує природність тексту для цільової аудиторії. -Створює культурно зрозумілий переклад.	-Може відходити від оригінального змісту. -Втрачається точність передачі оригіналу. -Потребує високої кваліфікації перекладача.	«TTYL» - «До зв'язку!»
2)Компенсація	-Зберігає стиль і тон оригіналу. -Передає емоційне забарвлення. -Підходить для термінів без прямого аналога.	-Може змінити місце або спосіб передачі змісту. -Іноді створює переклад, що не збігається з оригінальною формою. -Можлива втрата частини змісту.	«SMH» - «Капець просто»
3)Функціональні аналоги	-Забезпечує максимальну зрозумілість і природність для цільової аудиторії. -Передає стиль і контекст оригіналу. -Легко інтегрується в текст.	-Вимагає від перекладача глибокого знання культури обох мов. -Може не повністю відповідати оригіналу за змістом. -Створює	«WTF» - «Що за жесь?».

		варіативність перекладу.	
--	--	-----------------------------	--

Підсумовуючи можемо сказати що, переклад SMS-сленгу є складним, але водночас захоплюючим завданням, яке вимагає від перекладача тонкого балансу між збереженням змісту оригіналу та його адаптацією до культурних і мовних норм цільової аудиторії. Формальні методи (калькування, транслітерація, транскрипція) забезпечують точність і структурну відповідність, але можуть бути менш природними. Функціональні методи (адаптація, компенсація, функціональні аналоги) дозволяють зробити текст зрозумілим і емоційно насиченим, особливо коли йдеться про молодіжний сленг.

Ефективна перекладацька стратегія передбачає творчий підхід та готовність до лінгвістичного експериментування з метою знаходження найбільш адекватного способу передачі комунікативного змісту та стилістичного ефекту оригінального висловлювання. Водночас необхідною умовою є максимально прискіплива увага до нюансів функціонування сленгу в різноманітних соціальних та культурних контекстах для уникнення потенційних комунікативних деформацій або хибних інтерпретацій.

У контексті перманентних трансформацій мовної системи та технологій комунікації, переклад SMS-сленгу залишається динамічною та перспективною дослідницькою площиною, що постійно генерує нові наукові виклики для лінгвістів та перекладознавців.

### **3.2. Рекомендації щодо перекладу англійського sms-сленгу українською мовою.**

На основі проведеного аналізу особливостей англійського SMS-сленгу та проблем його перекладу українською мовою, можна сформулювати низку науково обґрунтованих практичних рекомендацій для перекладачів. Ці рекомендації спрямовані на забезпечення адекватного та ефективного

перекладу SMS-сленгу, який би зберігав не лише змістовне навантаження, але й стилістичні та прагматичні особливості оригінального повідомлення.

Перш за все, принципово важливо підкреслити необхідність глибокого розуміння контексту використання SMS-сленгу. Перекладач повинен бути обізнаним не лише з лінгвістичними особливостями сленгу, але й з культурним та соціальним контекстом його використання. Це включає розуміння вікових особливостей користувачів, соціальних груп, в яких використовується сленг, та специфіки комунікативної ситуації.

Наприклад, розглянемо сленговий вираз «it's lit». Це популярне слово може мати різні відтінки значення залежно від контексту:

-«The party is lit» - вечірка дуже весела, енергійна

-«This song is lit» - ця пісня дуже гарна, захоплююча

-«The situation is lit» - ситуація напружена, небезпечна

Перекладач повинен ретельно проаналізувати контекст, щоб обрати найбільш підходяще значення. У першому випадку можна перекласти як «Вечірка - просто вогонь!», у другому - «Ця пісня - бомба!», а в третьому - «Ситуація накалилася».

В. О. Дорда зазначає, що важливо також розуміти, що «lit» часто використовується молодшим поколінням, тому при перекладі для старшої аудиторії може знадобитися більш нейтральний варіант [12, с.45-53].

У сфері перекладу SMS-сленгу існує низка важливих методологічних підходів, які допоможуть максимально точно передати не лише буквальне значення, але й комунікативну функцію та емоційне забарвлення мовленнєвих конструкцій.

Один із ключових принципів полягає в збереженні функціональності сленгового виразу. SMS-комунікація має специфічні характеристики, серед яких - економія часу, створення невимушеної атмосфери, демонстрація групової приналежності та обізнаності з актуальними трендами. Тому перекладач має підшукати такий україномовний еквівалент, який би максимально точно відтворював комунікативне навантаження оригіналу.

Проілюструємо це на конкретних прикладах. Скорочення «brb» (be right back) може бути перекладено як «скб» (скоро буду) або «хв» (хвилинку), що зберігає функцію економії часу. Неформальне привітання «wassup» трансформується в українську як «шо там?» або «як справи, брате?», зберігаючи невимушений тон. Вираз «squad goals», що демонструє захоплення колективом, може звучати як «ідеальна тусовка» або «команда мрії». Модний вираз «on fleek» перетворюється на «топчик» або «бомбезно», підтримуючи функцію демонстрації сучасних трендів.

Не менш важливим аспектом є передача емоційного та експресивного забарвлення. Дослідниця В. В. Каптюрова показала, що для цього існує декілька ефективних стратегій [15, с.104-111]. По-перше, використання емотиконів та емодзі: «I'm so happy :D» стає «Я така щаслива 😄», «This movie sucks :( » - «Цей фільм - відстій 😞». По-друге, специфічна пунктуація: "OMG!!!" перетворюється на «Овва!!!», «No way...» - на «Не може бути...».

Цікавими прийомами є подовження голосних для підсилення емоційності: «This is sooooo cool!» звучить як «Це тааааак круто!»; використання капіталізації: «This is AWESOME» стає «Це НЕЙМОВІРНО»; застосування розмовних форм: "Holy cow!" перетворюється на «Отакої!», «Yikes!» - на «Ойой!».

В. В. Каптюрова також зазначає, що англійське «OMG» (Oh My God) може бути передано як «О Боже», «Господи», «Матінко», «Овва» залежно від контексту та інтенсивності емоції [15, с.104-111].

Окрему увагу варто приділити культурним особливостям. Багато сленгових виразів мають специфічні конотації, тому перекладач може вдаватися до культурної адаптації. Приміром, «That's dope» трансформується в «Це бомба» або «Це вогонь», «It's raining cats and dogs» стає «Ліє як з відра», усталений вираз «Break a leg» перетворюється на «Ні пуху, ні пера», а «Piece of cake» звучить як «Раз плюнути».

Деякі вирази потребують додаткового пояснення культурного контексту. Наприклад, «Netflix and chill» може бути інтерпретований як

«Подивимося фільм?» з поясненням романтичного підтексту. Цікавим прийомом є адаптація культурних референцій: американська приказка «as American as apple pie» може звучати як «український, як борщ».

Тож, переклад SMS-сленгу - це складний багатошаровий процес, що вимагає не лише лінгвістичної майстерності, а й глибокого розуміння комунікативних, емоційних та культурних контекстів.

У контексті дослідження SMS-комунікації важливим аспектом є робота з абрєвіатурами та акронімами, які становлять невід'ємну частину сленгового мовлення. В. Ф. Перетокіна наголошує, що при перекладі таких елементів перекладач має кілька стратегічних опцій [25, с.129-133].

По-перше, можливе збереження абрєвіатури без змін, особливо якщо вона є загальновідомою: «OK» залишається «OK», «VIP» - «VIP». По-друге, можна створити власний український еквівалент: «imo» (in my opinion) трансформується в «нмд» (на мою думку), «asap» (as soon as possible) - в «якнш» (як найшвидше).

Альтернативними підходами є розшифрування абрєвіатури: «TBH» (to be honest) стає «чесно кажучи», «FYI» (for your information) - «до вашого відома». Цікавою стратегією є створення нового акроніму на базі українського перекладу: «LOL» (laughing out loud) може перетворитися на «ржу» (реготаю як шалений українець). Також практикується транслітерація з поясненням: «FOMO» (Fear Of Missing Out) -> «ФОМО» (страх щось пропустити).

Дослідниця підкреслює, що вибір стратегії залежить від контексту, цільової аудиторії та важливості збереження форми абрєвіатури. Наприклад, «LOL» часто залишають без перекладу як інтернаціональний вираз, однак для аудиторії, незнайомої з цим акронімом, доцільним буде використання українського еквіваленту [25, с.129-133].

В. М. Русанівський та О. О. Тараненко звертають увагу на технічні обмеження SMS-комунікації [66]. Оригінальні сленгові вирази часто створюються з урахуванням обмежень на кількість символів, тому при

перекладі важливо зберігати лаконічність, навіть попри те, що українська мова зазвичай вимагає більшої кількості слів.

Серед стратегій збереження стислості - використання скорочень: «See you later» -> «До зустрічі» -> «Дз»; опущення допоміжних слів: «I am going to the store» -> «Йду в магазин»; використання символів замість слів: «I love you» -> «Я ❤️ тебе»; застосування цифр замість слів: «Great to see you» -> «Кл4сно тебе бачити»; злиття слів: «Do not know» -> «Не знаю».

С. Ібл застерігає, що такі стратегії потрібно використовувати обережно, щоб не зробити текст незрозумілим. Перекладач має знайти баланс між лаконічністю та ясністю повідомлення [47].

Окремої уваги заслуговує робота з неологізмами та okazіоналізмами в SMS-сленгу. У таких випадках перекладач може створювати власні неологізми в українській мові, які б передавали значення та стилістичне забарвлення оригінального виразу. Прикладами є: «to google» (шукати інформацію в інтернеті) -> «гуглити», «to friend» (додати когось у друзі в соціальній мережі) -> «зафрендити», «selfie» (фотографія самого себе) -> «селфі», «to photobomb» (несподівано з'явитися на чужій фотографії) -> «фотобомбити».

Таким чином, переклад абревіатур, акронімів та неологізмів у SMS-комунікації вимагає від перекладача творчого підходу, глибокого розуміння мовних особливостей та комунікативного контексту.

При створенні неологізмів у сучасній комунікації лінгвісти звертають особливу увагу на три ключові аспекти. Перш за все, новостворене слово має бути інтуїтивно зрозумілим. Це означає, що пересічний носій мови повинен одразу приблизно усвідомлювати його значення.

Друга важлива умова - милозвучність. Новий термін не повинен «різати вухо», а навпаки, легко сприйматися на слух. Українська мова має багату фонетичну палітру, тому є простір для мовної творчості.



Третій критерій - граматична відповідність. Неологізм має легко вписуватися в існуючу мовну систему, змінюватися за відомими граматичними моделями.

Практика показує, що інколи доцільно супроводжувати новий термін поясненням, особливо якщо він не є загальноживаним. Це допоможе уникнути нерозуміння з боку співрозмовника [4, с.128-133].

Окрема складність виникає під час відтворення гри слів та каламбурів. Такі мовленнєві конструкції часто базуються на специфічних особливостях англійської мови, які не мають прямих українських аналогів.

Дослідники пропонують декілька творчих стратегій. Можна створити подібну гру слів українською, яка передаватиме оригінальний задум. Наприклад, англійську фразу «I'm not a big fan of air conditioning. It's just a lot of hot air» можна перетворити на дотепну українську версію: «Я не великий фанат кондиціонерів. Вони просто роздувають проблему».

Інша стратегія - повна заміна гри слів на українську, що збереже гумористичний ефект. Класичний приклад: «Time flies like an arrow. Fruit flies like a banana» може трансформуватися в «Час летить як стріла. А мухи - на варення».

Якщо дослівне відтворення неможливе, перекладачі використовують пояснювальні примітки. Приміром, «Why don't scientists trust atoms? Because they make up everything!» можна подати з коментарем: «Чому вчені не довіряють атомам? Бо вони все вигадують! (Гра слів: «make up» означає водночас «складати» і «вигадувати»)».

Цікавим прийомом є штучне створення неологізмів, що передають подвійний сенс. Приміром, класичний вираз «Procrastination is the thief of time» може бути інтерпретований як «Прокрастинація - часокрадія», де новостворене слово відразу передає основну ідею.

Важливо розуміти: збереження гри слів вимагає чималої творчості та може призводити до часткового відхилення від буквального значення. Тому

перекладач має критично оцінювати доцільність кожного такого перетворення.

Додаткової уваги потребує відтворення графічних особливостей SMS-комунікації - роботи з емодзі, специфічної пунктуації, використання великих літер для посилення експресії. Ці візуальні елементи часто несуть значне смислове та емоційне навантаження.

Розглядаючи особливості перекладу SMS-комунікації, варто звернути увагу на низку стратегій, які допоможуть максимально точно передати комунікативний намір оригінального повідомлення.

Перша група стратегій пов'язана з відтворенням специфічних елементів комунікації:

Емодзі та графічні символи відіграють важливу роль у сучасній цифровій комунікації. При перекладі можна використовувати кілька підходів:

- 1)Збереження оригінальних емодзі без змін, наприклад: «I'm so happy 😊» - «Я така щаслива 😊»
- 2)Адаптація емодзі до культурного контексту: «It's raining cats and dogs 🌧️🐱🐶» - «Лле як з відра 🌧️💧»

Не менш важливо зберігати специфічні комунікативні особливості оригінального тексту:

- 1)Пунктуаційні особливості: «No way!!!» - «Не може бути!!!»
- 2)Капіталізація: «This is AWESOME» - «Це НЕЙМОВІРНО»
- 3)Особливості текстового оформлення: «S-l-o-w d-o-w-n» - «С-п-о-в-і-л-ь-н-и-с-я»

Окремої уваги заслуговує питання культурної чутливості емодзі. Як зазначають дослідники, один і той самий символ може мати діаметрально протилежні значення в різних культурах. Наприклад, жест «палець вгору» 👍, який здебільшого сприймається як позитивний, у деяких культурах може мати образливий підтекст.

Гендерні особливості комунікації також відіграють significant роль у перекладі SMS-повідомлень. Дослідження показують відмінності у використанні сленгу представниками різних статей:

Жіночий комунікативний стиль часто характеризується: 1) Емоційно забарвленою лексикою. Прикладом може слугувати переклад: «This dress is totes adorbs!» -> «Ця сукня просто чарівна!»

Чоловічий комунікативний стиль притаманний: 1) Більш лаконічним та експресивним виразам. Приклад: «That game was sick, bro!» -> «Ця гра була просто бомба, чувак!»

Водночас важливо пам'ятати, що ці характеристики не є абсолютними і залежать від індивідуальних особливостей комунікантів.

Окрему складність становить переклад професійного жаргону, який часто проникає в неформальну комунікацію. Як зазначає П. В. Тимошенко [33, с.47-49], такі переклади вимагають спеціальних знань та особливої уваги.

Розглянемо приклади з різних професійних сфер: ІТ-сленг: «The server is down. Need to debug ASAP» -> «Сервер впав. Треба дебажити якнайшвидше»; медична термінологія: «Patient presents with SOB and tachycardia» -> «У пацієнта спостерігається задишка та тахікардія»; фінансова лексика: «The stock is tanking. Time to HODL» -> «Акції падають. Час тримати і не продавати»

При роботі з професійною лексикою перекладач має дотримуватися наступних принципів:

1. Зберігати термінологічну точність
2. Враховувати рівень підготовки цільової аудиторії
3. За потреби надавати додаткові пояснення
4. Використовувати описові конструкції за відсутності прямих відповідників.

П. В. Тимошенко підкреслює необхідність творчого підходу, можливість створення неологізмів та описових конструкцій там, де бракує прямих мовних відповідників [33, с.47-49].

Таким чином, переклад SMS-комунікації – це складний багат шаровий процес, що вимагає не лише лінгвістичної компетентності, але й глибокого розуміння культурного та соціального контексту.

Наступний рекомендаційний пункт полягає у врахуванні регіональних особливостей SMS-сленгу. М. Р. Ткачівська додає, що англійський сленг може значно відрізнятися в різних англійськомовних країнах. Наприклад, британський та американський варіанти SMS-сленгу мають свої специфічні риси. При перекладі важливо враховувати ці регіональні відмінності та обирати найбільш підходящий український еквівалент [34, с.114-118].

Розглянемо кілька прикладів:

- Британський сленг: «That's proper brilliant, mate!» - «Це просто чудово, друже!» «I'm knackered» - «Я виснажений»
- Американський сленг: «That's awesome, dude!» -> «Це круто, чувак!» «I'm beat» - «Я втомлений»
- Австралійський сленг: "G'day, mate!" -> «Привіт, друже!» «That's a ripper!» - «Це просто супер!»
- Канадський сленг: «That's beauty, eh?» -> «Це чудово, га?» «I'm going to Timmies» - «Я йду в кав'ярню»

При перекладі регіонального сленгу важливо: визначити походження сленгу; врахувати культурний контекст; обрати український еквівалент, який передає відтінок значення та регіональний колорит.

Ю. В. Нестеренко зазначила, що у деяких випадках може бути доцільно додати пояснення про регіональне походження сленгу, якщо це важливо для розуміння контексту [21, с.44-47].

Тринадцята рекомендація стосується роботи з історичними та культурними алюзіями в SMS-сленгу. Деякі сленгові вирази можуть містити посилання на історичні події, популярну культуру або медіа-контент. При перекладі важливо зберегти ці культурні референції, можливо, з додатковими поясненнями, якщо вони можуть бути незрозумілими для української аудиторії.

Розглянемо кілька прикладів:

- Історичні алюзії: «It's my Waterloo» -> «Це мій Ватерлоо» (з поясненням: вирішальна поразка)
- Літературні алюзії: «To be or not to be, that is the question» -> «Бути чи не бути, ось в чому питання»(з поясненням: цитата з «Гамлета» Шекспіра)
- Кіноалюзії: «May the Force be with you» -> «Нехай Сила буде з тобою» (з поясненням: фраза з «Зоряних війн»)
- Музичні алюзії: «Another one bites the dust» -> «Ще один кусає пил» (з поясненням: назва пісні Queen)
- Алюзії на відеоігри: «The cake is a lie» -> «Торт - це брехня» (з поясненням: фраза з гри Portal)

При роботі з такими алюзіями перекладач повинен: визначити джерело алюзії; оцінити, наскільки це джерело відоме в українській культурі; вирішити, чи потрібне додаткове пояснення; за необхідності, знайти еквівалентну алюзію в українській культурі.

Переклад SMS-сленгу та алюзій - справжнє мистецтво. Тут важливо знайти баланс між точною передачею оригінальної ідеї та забезпеченням розуміння читачем. Надто детальні пояснення можуть зіпсувати ефект, тому перекладач має бути обережним та тактовним.

Насамперед варто зважати на вік цільової аудиторії. Те, що легко зрозуміє молодь, може спантеличити старше покоління. Тому перекладач адаптує текст під конкретну вікову групу.

Скажімо, фразу «This party is lit fam!» для підлітків можна перекласти як «Ця туса просто вогонь, братва!». А от «That's so fetch!» для них буде «Це так кльово!». Молоді дорослі зрозуміють «I'm adulting so hard right now» як «Я зараз так сильно дорослішаю». А от для старших краще сказати просто «Ця вечірка чудова!» замість «This party is great!»

Перекладаючи сленг, зважайте на прийнятний рівень формальності, уникайте надто модних чи незрозумілих старшим виразів, але зберігайте загальний тон. До речі, дослідники Бетані К. Дюма і Ж. Лайтер кажуть, що

сленг, особливо молодіжний, швидко застаріває. Тож перекладач має бути в курсі останніх віянь б1].

А ще треба вміти працювати з табуйованою лексикою та евфемізмами. Те, що прийнятно в одній культурі, може бути зовсім неприйнятним в іншій. Тому перекладач вирішує, чи зберегти рівень табуйованості, чи пом'якшити його відповідно до українських норм.

Є кілька стратегій. Можна передати табуйоване слово прямо («This sht is crazy» -> «Це лайно просто божевільне»). Або пом'якшити («Це просто божевілля»). Чи взяти евфемізм («He kicked the bucket» -> «Він відійшов у вічність»). Або замінити на прийнятніший вираз («What the fck?» -> «Якого біса?»). Або використати символи для цензури («This is f\*\*ing awesome» -> «Це о\*\*\*нно круто»).

Головне - враховувати культурний контекст, норми аудиторії, важливість табуйованості для загального ефекту та бути послідовним у виборі стратегії. І пам'ятати, що деякі евфемізми теж можуть вимагати пояснень чи адаптації.

Врахування прагматичних аспектів - один з найважливіших елементів якісного перекладу SMS-сленгу. Перекладач має розуміти комунікативні наміри відправника, соціальні зв'язки між співрозмовниками та контекст ситуації. Тільки так можна підібрати найточніший варіант перекладу.

Ось кілька красномовних прикладів: а) Іронія: «Yeah, right» (з сарказмом) перекладемо як «Ага, звісно» (теж іронічно) б) Непевність: «I guess so» буде «Мабуть, так» с) Ввічливість: «Could you possibly...» стане «Чи не могли б ви...» d) Наполегливість: «I need it ASAP!» передамо як «Мені це потрібно ТЕРМІНОВО!» е) Дружність: «What's up, homie?» можна перекласти як «Як справи, друже?»

Перекладаючи, важливо зважати на контекст, відносини між співрозмовниками, інтенцію мовця та адаптувати рівень формальності до ситуації. М. Галай наголошує, що особливої уваги потребують непрямі мовленнєві акти, де буквальне значення відрізняється від того, що насправді

має на увазі мовець. Наприклад, фраза «It's a bit chilly in here» може бути не просто констатацією факту, а проханням зачинити вікно.

Ще один важливий аспект - інтертекстуальність SMS-сленгу. Багато сленгових виразів походять з фільмів, пісень, мемів тощо. Завдання перекладача - зберегти ці зв'язки, можливо, замінивши їх на більш знайомі українській аудиторії культурні референції.

Наприклад: а) Кіноцитата «I'll be back» з «Термінатора» стане «Я повернусь» (за потреби - з поясненням джерела) б) Рядок з пісні «Never gonna give you up» Ріка Астлі можна передати як «Ніколи тебе не покину» (можливо, з посиланням на схожу за змістом українську пісню) с) Інтернет-мем «This is fine» із собакою в палаючій кімнаті перекладемо як «Все нормально» (з поясненням мему, якщо аудиторія може його не знати) д) Літературна алюзія «To be or not to be» з шекспірівського «Гамлета» буде «Бути чи не бути» (знову ж таки, з поясненням джерела за потреби)

Працюючи з інтертекстуальністю, перекладач має визначити джерело референції, оцінити його впізнаваність в українській культурі, за потреби знайти еквівалентну референцію та додати пояснення, якщо оригінальна референція важлива, але може бути незрозумілою.

Перекладач повинен бути обережним, щоб не перевантажити текст поясненнями, які можуть зруйнувати ефект оригінального повідомлення.

Вісімнадцята рекомендація полягає у врахуванні фонетичних особливостей SMS-сленгу при перекладі. Деякі сленгові вирази базуються на фонетичній грі або звуконаслідуванні. При перекладі важливо спробувати зберегти ці звукові ефекти, навіть якщо це вимагає значної трансформації оригінального виразу.

Розглянемо кілька прикладів:

-Звуконаслідування: «The cat goes meow» -> «Кіт каже няв»

-Алітерація: «Peter Piper picked a peck of pickled peppers» -> «Карл у Клари вкрав корали»

-Рима: «See you later, alligator» -> «Бувай здоровий, носоріг чудовий»  
 -Фонетична гра слів: «Why was six afraid of seven? Because seven eight nine!» -  
 > «Чому шість боялася сім? Бо сім вісім з'їв!» (зі збереженням гри слів на основі співзвучності «eight» і «ate»)

При роботі з фонетичними особливостями важливо: визначити, чи є фонетичний аспект важливим для загального ефекту повідомлення; спробувати знайти аналогічний фонетичний ефект в українській мові; за неможливості збереження фонетичного ефекту, розглянути можливість компенсації іншими мовними засобами.

Перекладач повинен бути готовим до творчого підходу, оскільки пряма передача фонетичних особливостей часто неможлива через різницю у звуковій структурі мов.

Подальша порада стосується роботи з візуальними елементами SMS-комунікації, такими як мему, GIF-анімації тощо. Ці елементи часто є невід'ємною частиною повідомлення і несуть важливе смислове навантаження. При перекладі важливо враховувати ці візуальні компоненти та забезпечити їх правильну інтерпретацію в контексті перекладеного тексту.

Розглянемо кілька стратегій: а) Збереження оригінального візуального елемента з перекладом текстової частини: Мем «Distracted Boyfriend» («Розсіяний хлопець») з англійськими підписами -> той самий мем з українськими підписами; б) Заміна візуального елемента на більш знайомий українській аудиторії: GIF з американського серіалу -> GIF з українського серіалу зі схожим змістом; с) Додавання пояснення до візуального елемента: Мем «This is fine» -> Мем «This is fine» з поясненням його значення; d) Створення нового візуального елемента на основі українських реалій: Мем з американської політики -> аналогічний мем з української політики.

Працюючи з візуальним контентом, треба думати, чи зрозуміє його наша аудиторія. Українці можуть сприймати емодзі, гіфки, мему по-своєму. Тому важливо перевірити, чи картинка відповідає тексту, а якщо ні - дати



пояснення або контекст. Бо те, що очевидно для американця, може бути незрозумілим для українця.

Але це ще не все. Перекладаючи сленг, ми маємо зважати на закон і етику. Бо деякі сленгові фрази натякають на щось нелегальне або образливе. З таким треба бути обережним, може, навіть порадитися з клієнтом, як краще передати.

Є кілька варіантів: а) Пом'якшити образливе. Наприклад, «That's so gay» (в негативному сенсі) перекласти як «Це так безглуздо». б) Попередити про нецензурщину. Мовляв, «Увага: лайка!» перед перекладом з матюками. в) Прибрати згадки про нелегальне. Наприклад, викинути посилання на наркотики чи інші злочини. г) Замінити конкретику на загальні фрази. «Let's score some weed» -> «Давай розважимося» (без деталей про траву).

При цьому треба: знати закони країни, для якої перекладаєш; пам'ятати про етичні норми аудиторії; питати клієнта про політику щодо такого контенту; бути готовим пояснити, чому переклад був таким чи іншим.

Ми професіонали, тому не можемо сприяти поширенню чогось нелегального чи неетичного. Треба завжди пам'ятати про відповідальність.

### **Висновки до розділу 3**

Третій розділ дослідження присвячено аналізу перекладацьких трансформацій при передачі sms-сленгу, а також комплексному аналізу перекладу англійського SMS-сленгу українською мовою, що уможливило формулювання низки теоретично обґрунтованих висновків та практичних рекомендацій для перекладацької діяльності.

Передусім необхідно акцентувати увагу на тому, що проведений науковий аналіз переконливо підтвердив надзвичайну складність процесу перекладу SMS-сленгу. Така складність детермінована не лише внутрішньомовними лінгвістичними особливостями, але й глибинним взаємозв'язком з сучасною молодіжною культурою, перманентними технологічними інноваціями та динамічними трансформаціями мовного середовища.

Дослідження виявило, що ефективна перекладацька стратегія вимагає від фахівця фундаментального розуміння контекстуальних параметрів використання сленгових конструкцій. Це передбачає не лише системні лінгвістичні знання, але й комплексне розуміння соціокультурного контексту, вікових характеристик комунікантів та специфіки конкретної комунікативної ситуації. Така контекстуальна компетентність дозволяє перекладачеві обрати найбільш адекватний спосіб трансформації сленгового виразу при максимальному збереженні його функціональної та емоційної домінант.

Аналітичне дослідження переконливо демонструє, що одним з ключових аспектів перекладацької стратегії є збереження функціональної природи сленгового вислову. Сленгові конструкції здебільшого виконують специфічні комунікативні функції: оптимізація часових та когнітивних витрат, генерування неформальної комунікативної атмосфери, маркування групової приналежності. Для адекватної міжмовної трансформації принципово важливо віднайти україномовний еквівалент, який би максимально точно відтворював комунікативну інтенцію оригінального вислову.

Особливу дослідницьку увагу було приділено проблематиці відтворення емоційно-експресивного компонента сленгових конструкцій. Встановлено, що SMS-сленг характеризується високим рівнем емоційності та експресивності, які транслюються через специфічні лексичні та графічні механізми. Ефективними стратегіями збереження зазначених аспектів при перекладі визначено використання емотиконів та емодзі, специфічної пунктуаційної організації, фонетичної маркованості (подовження голосних), графічного підсилення (капіталізація), а також залучення розмовних форм та експресивних вигуків.

Проведене дослідження акцентувало увагу на принциповій важливості врахування культурних відмінностей при перекладі SMS-сленгу. Значна кількість сленгових виразів має глибинні культурно-специфічні конотації, що

можуть бути неочевидними для української комунікативної аудиторії. У таких випадках ефективним методологічним прийомом постає культурна адаптація, коли перекладач здійснює заміну оригінального виразу на функціонально еквівалентний в українському соціокультурному просторі. Подекуди такий трансформаційний підхід може вимагати додаткового експлікативного тлумачення культурного контексту.

Аналітичне дослідження виявило, що особливу складність при перекладі SMS-сленгу становлять абревіатури та акроніми. Зазначені мовні елементи характеризуються високим рівнем багатозначності та культурної маркованості. Для їх адекватної трансформації було запропоновано низку стратегій: збереження абревіатури без змін (за умови її загальновідомості), генерування українського еквіваленту, розшифрування абревіатури, створення нового акроніму на базі українського перекладу або використання транслітерації з подальшим поясненням.

Принципово важливим аспектом дослідження постала необхідність врахування технічних обмежень SMS-комунікації при перекладі. Оригінальні сленгові вирази здебільшого створюються з огляду на обмеження кількості символів у повідомленні. При перекладі критично важливо прагнути збереження цієї лаконічності, навіть якщо українська мова вимагає більшої кількості лексичних одиниць для трансляції ідентичного змісту. З цією метою запропоновано використання скорочень та допоміжних слів, застосування символів замість лексем, використання цифр замість слів.

Дослідження продемонструвало визначальну важливість роботи з неологізмами та okazіональними утвореннями, притаманними SMS-сленгу. У подібних випадках перекладач змушений генерувати власні неологізми в українській мові, які б максимально точно передавали семантику та стилістичне забарвлення оригінального виразу. При цьому принципово важливо враховувати зрозумілість новоствореного слова для цільової аудиторії, його милозвучність та відповідність граматичним нормам української мови.

У процесі комплексного дослідження комунікативних стратегій цифрового простору встановлено визначальну роль графічних компонентів SMS-сленгу. Передусім, йдеться про структуру емодзі, нестандартну пунктуацію та специфічне використання шрифтових виділень, що слугують потужним інструментом експресивізації повідомлення.

Наукова розвідка переконливо доводить необхідність глибокого опрацювання професійного жаргону, що активно інтегрується в SMS-комунікацію. Подібні мовленнєві конструкції вимагають спеціалізованих фахових знань, а тому можуть потребувати консультацій з галузевими експертами або залучення спеціалізованої термінологічної бази.

Вікові параметри цільової аудиторії постають визначальним чинником трансформації сленгових конструкцій. Молодіжний сленг, цілком прийнятний у комунікативному просторі однолітків, може виявитися неприйнятним або незрозумілим для старших вікових груп.

Особливої методологічної уваги потребує робота з табуованою лексикою та евфемізмами. Культурні відмінності в сприйнятті комунікативної експресії зумовлюють необхідність зважених рішень щодо збереження або нейтралізації оригінального емоційного забарвлення.

Прагматичний вимір SMS-комунікації передбачає глибоке розуміння комунікативних інтенцій, соціальних взаємовідносин та ситуативного контексту. Адекватна інтерпретація цих чинників уможливорює вибір оптимальної перекладацької стратегії.

Інтертекстуальні зв'язки SMS-сленгу, що ґрунтуються на цитатах з масової культури, потребують особливо делікатного підходу. Трансформація культурних референцій має забезпечувати максимальну близькість до сприйняття українською аудиторією.

Фонетична організація сленгових конструкцій, що базується на мовній грі та звуконаслідуванні, вимагає творчого підходу при перекладі. Збереження звукових ефектів може потребувати значних лінгвістичних трансформацій оригінального виразу.

З позиції нашого дослідження, особливої методологічної уваги заслуговує проблема інтеграції візуальних компонентів у систему SMS-комунікації. Меми, GIF-анімації та інші графічні елементи постають не просто допоміжними ілюстраціями, а самостійними семантичними одиницями, що формують глибинний комунікативний контекст повідомлення.

У контексті перекладознавчого аналізу ми константуємо, що такі невербальні складники несуть важливе смислове навантаження і потребують особливо ретельної інтерпретації. Процес перекладу передбачає не механічну трансформацію текстової складової, а комплексне відтворення комунікативної інтенції з урахуванням усіх структурних елементів повідомлення.

З точки зору методологічної парадигми, перекладач постає перед необхідністю вироблення виваженої стратегії комунікативної адаптації. Подекуди доцільним вважаємо проведення консультацій з замовником перекладу щодо найбільш прийнятних способів інтерпретації подібних мовленнєвих конструкцій.

Підсумовуючи результати наукової розвідки, ми дійшли висновку, що переклад SMS-сленгу є складним багатовимірним феноменом. Він вимагає від фахівця не лише бездоганного володіння лінгвістичним інструментарієм, але й широкого соціокультурного контексту, глибокого розуміння технологічних інновацій та динамічних процесів у молодіжній комунікативній парадигмі.

Ефективна перекладацька стратегія, на нашу думку, передбачає гнучкість мисленнєвих алгоритмів, здатність до перманентної адаптації в умовах мінливого комунікативного середовища та готовність до креативних лінгвістичних рішень.

У контексті постійних еволюційних змін мовної системи та комунікативних технологій, переклад SMS-сленгу залишається динамічною

дослідницькою площиною. Він перманентно генерує нові наукові виклики для лінгвістів, перекладознавців та комунікативістів.

Представлені висновки та методологічні рекомендації можуть слугувати концептуальним підґрунтям для подальших наукових розвідок та становити практичну цінність для фахівців, які безпосередньо працюють у сфері міжмовної комунікації.

## ВИСНОВКИ

У результаті проведеного комплексного дослідження визначено, що переклад англійського SMS-сленгу українською мовою є складним багатовимірним лінгвістичним феноменом, який потребує системного міждисциплінарного підходу.

Наукова розвідка переконливо доводить, що SMS-сленг становить динамічне мовне явище, яке нерозривно пов'язане з сучасною цифровою культурою. Його адекватний переклад вимагає не лише глибоких лінгвістичних знань, але й ґрунтовного культурологічного аналізу.

Ключовими методологічними принципами дослідження визначено: комплексний підхід до вивчення SMS-сленгу; врахування соціокультурних та лінгвістичних аспектів комунікації; системний аналіз перекладацьких стратегій.

Дослідження показало, що ефективний переклад SMS-сленгу передбачає глибоке розуміння широкого контексту комунікації, включаючи: лінгвістичні особливості сленгових конструкцій; культурний та соціальний фон комунікації; вікові характеристики користувачів; специфіку конкретної комунікативної ситуації.

Принципово важливим аспектом перекладацької діяльності є збереження функціональності сленгових виразів. Це означає, що переклад має не лише передавати безпосередній зміст повідомлення, але й відтворювати його комунікативну інтенцію, емоційне забарвлення та стилістичні особливості.

Особливу складність при перекладі становлять аббревіатури, акроніми, неологізми та okazіональні вирази. Їх трансформація часто вимагає: створення нових лексичних одиниць в українській мові; використання анотованого описового перекладу; застосування творчих перекладацьких стратегій.

Культурні відмінності постають критичним чинником при перекладі SMS-сленгу. Багато сленгових виразів мають глибинні культурно-специфічні конотації, які можуть бути незрозумілими українській аудиторії. У таких випадках ефективним є метод культурної адаптації, що передбачає заміну оригінального виразу на функціонально еквівалентний в українській культурі.

Емоційно-експресивне забарвлення визнано необхідною умовою коректного перекладу. Серед ефективних стратегій його збереження виділено:

- 1) Використання смайликів та емодзі;
- 2) Збереження специфічної пунктуації;
- 3) Застосування українських розмовних форм та вигуків;
- 4) Відтворення інтонаційних та експресивних характеристик оригіналу.

Проведений аналіз перекладацьких трансформацій дозволив виділити найефективніші методи перекладу SMS-сленгу: транскрипція; транслітерація; функціональна аналогія; калькування; компенсація; генералізація; конкретизація.

Вибір конкретного перекладацького методу залежить від низки факторів: комунікативний контекст; цільова аудиторія; комунікативна мета повідомлення; соціокультурні особливості.

Дослідження переконливо довело, що SMS-сленг є потужним інструментом самовираження молодого покоління, який справляє значний вплив на розвиток сучасної мови. Він відображає не лише лінгвістичні особливості, але й глибинні соціокультурні тенденції сучасного суспільства.

Результати дослідження підтверджують необхідність міждисциплінарного підходу до вивчення та перекладу SMS-сленгу. Якісний переклад тексту повинен здійснювати фахівець, який володіє високою не тільки лінгвістичною кваліфікацією, але й має широке культурне, інноваційне та сучасне молодіжне спілкування.



Актуальність дослідження визначається розробкою чітких рекомендацій для перекладачів щодо підвищення якості перекладу SMS-сленгу та сприяння більш ефективній міжкультурній комунікації в цифровому просторі. Перспективними напрямками наукової діяльності розглядаються: визначення загальних закономірностей і тенденцій впливу інформаційних технологій на розвиток сленгу; регіональні особливості вживання SMS-сленгу; складання спеціальних словників і програм-програм-трансляторів.

Переклад SMS-сленгу залишається динамічним і захоплюючим полем дослідження в умовах постійних змін у мовних і комунікаційних технологіях і вимагає постійного наукового розуміння та методологічного вдосконалення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 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](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pafn_2020_81_10). (Access date: 15.10.2024).
2. Бережницька Х. Б. Молодіжний сленг як своєрідний засіб вербалізації явищ буття. Студентські наукові записки. Серія «філологічна». Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія». Вип. 4. 2011. 236 с.
3. Бондар-Фурса О. С. Можливість використання сленгу у вивченні іноземної мови. Наука та суспільне життя України в епоху глобальних викликів людства у цифрову еру (з нагоди 30-річчя проголошення незалежності України та 25-річчя прийняття Конституції України) : у 2 т.: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 21 трав. 2021 р.) / за загальною редакцією С. В. Ківалова. Одеса : Видавничий дім «Гель-ветика», 2021. Т. 1. С. 654–657.
4. Бровко К. А. Теоретико-практичні засади утворення англійського мережевого сленгу». Актуальні питання гуманітарних наук. Вип. 65, 2023. С. 128-133. URL: [http://www.aphn-journal.in.ua/archive/65\\_2023/part\\_1/20.pdf](http://www.aphn-journal.in.ua/archive/65_2023/part_1/20.pdf) (Access date: 20.10.2024).
5. Василенко Ю. А. Сучасний український молодіжний сленг Ю.А.Василенко // Львівський національний університет імені Івана Франка. – 2009 – С. 8.
6. Васильєва О. Г. Оцінні прикметники та прислівники в англійському молодіжному дискурсі: гендерний аспект (на матеріалі телесеріалу «Друзі»). Збірник наук. праць КиМУ. ГДППМ. Серія «Актуальні питання філології». 2012. Вип. 3. С. 43–50.
7. Венідіктов С. В Молодіжний сленг як результат медіа споживання. Обрії друкарства. 2022. 1(11). С. 6-16.
8. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов / Л. Г. Верба. – Вінниця: Нова Книга, 2003. – 160 с

9. Галай М. Молодіжний сленг як сучасне мовне явище. Knowledge, education, law, management. 2017. 1 (17). С. 123-131.
10. Голдованський Я. П. Словник англіцизмів – [Електронний ре-сурс]. URL: <http://www.slovyk.lutsk.ua/> (Access date: 17.10.2024).
11. Дзюбіна О. І. Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook. URL: [http://www.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2016/05/dis\\_dzyubina.pdf](http://www.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2016/05/dis_dzyubina.pdf) (Access date: 29.09.2024).
12. Дорда В. О. Аксіологічні аспекти студентського сленгу США. Філологічні трактати. Суми : СумДУ, 2006. № 11. С. 45–53.
13. Дубенко О. Ю. Порівняльна стилістика англійської та української мов / О. Ю. Дубенко. – Вінниця: Нова книга, 2005. – 224 с.
14. Загребнюк Ю. Аналіз особливостей молодіжного сленгу в процесі вивчення іноземної мови (англійської) у закладі вищої освіти. Збірник наукових праць «Проблеми підготовки сучасного вчителя», 2020. Вип. 2(22), С. 64–69.
15. Каптюрова В. В. «Комунікативні стратегії користувачів соціальних мереж та мікроблогів» Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. Київ. Україна, 2013, с. 104-111.
16. Карабан В. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі : навчальний посібник. Частина II. Київ : Нова книга. 2004. С. 315–316.
17. Косович О. Конверсія як різновид транспозиції словотвірного характеру. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2017. 30. Том 2, 21-23.
18. Мизин Т. О. Семантичні аспекти американського молодіжного сленгу. Вісник ХНУ. Серія «Лексикологія». 2013. № 1072. С. 87-91.
19. Михайленко А. Перекладацькі трансформації складних економічних та технічних слів-термінів і словосполучень англійської мови та їх класифікація / А. Михайленко, Н. Ситайло // Актуальні питання гуманітарних наук. -

2022. - Вип. 47(3). - С. 62-66. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd\\_2022\\_47\(3\)\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2022_47(3)_12). (Access date: 25.10.2024).
20. Мігорян О. Особливості функціонування американського молодіжного сленгу (на матеріалі американського анімаційного серіалу «Сімпсони». Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Германська філологія. 2020. Вип. 822. С. 155-163.
21. Нестеренко, Ю. В. Молодіжний сленг як засіб вербалізації явищ буття англійців. Держава та регіони, Серія «Гуманітарні науки». 2016. Вип. 3-4, 44–47.
22. Ніколащенко Ю. А. Сленг як міжкультурна комунікативна компетенція при підготовці студентів-перекладачів. «Молодий вчений». № 6 (58). червень, 2018 р. С. 322-325.
23. Палагута І. Особливості молодіжного сленгу в англійській мові. Наукові пошуки молоді у XXI 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.
24. Панченко О. І. Лексико-семантична класифікація англійського молодіжного сленгу. Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Сер. Філологія. Журналістика. 2021. Т. 32 (71). № 2. Ч.1. С. 190-194.
25. Перетокіна В. Ф. Англійський молодіжний сленг та його переклад / В. Ф. Перетокіна // Англістика та американістика. - 2013. - Вип. 10. - С. 129-133. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/antame\\_2013\\_10\\_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/antame_2013_10_34). (Access date: 25.10.2024).
26. Потятинник У. О. Соціолінгвістичні та прагмастилістичні аспекти функціонування сленгової лексики (на матеріалах періодики США): автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2003. 26
27. Поцулко О. А. Українськомовний комп'ютерний сленг як комунікативна девіація сучасної молоді. Теорія і практика сучасної пси-хології. 2017. № 1. С. 69–73.
28. Захарченко Т. Е. Англійський і американський сленг / Т. Е. Захарченко – М.: Изд-во АСТ, 2009. – 133 с.

29. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: До-вкілля, 2010. 844 с. Солошенко-Задніпровська Н. Конверсія як продуктивний спосіб словотворення сучасної англійської мови (на матеріалі рекламних текстів). Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2020. 44, 129-132.
30. Столярчук О. В. Молодіжний сленг: функціональний, лексикосемантичний та структурний аспекти (на матеріалі англійської, німецької, української та російської мов) : автореф. дис.... канд. філол. наук : 10.02.15. Одеса, 2015.
31. Стрига Е. В. Комп'ютерний сленг у сучасній англійській мові: походження та функціонування. Записки з Романо-Германської Філології. 2015. 1 (32). С. 186-191.
32. Таран О. С. Функціональні особливості сленгізмів у текстових повідомленнях (смс). Лінгвістичні дослідження. 2013. Вип. 35. 2013. С. 179–185.
33. Тимошенко П. В. Засоби структуризації інтернаціональних терміноелементів в українській науковій термінології. Мовознавство. № 7. Київ, 2003. С. 47–49.
34. Ткачівська М. Р. Молодіжний сленг і його класифікації. Одеський лінгвістичний вісник. 2015. 2 (6). С. 114–118.
35. Чернобай В. Г. Сленг, історія виникнення, визначення поняття / В. Г. Чернобай // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Філологічні науки. - 2014. - Вип. 206. - С. 76-81. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnu\\_fil](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnu_fil). (Access date: 27.10.2024).
36. Шумейко А. Сучасний англійський сленг: конотативний аналіз. Дивослово. 2011. С. 31-34. Що таке мукбанг: Найпопулярніші блогери з різних країн світу, які роблять мільйони на поглинанні їжі. URL: <https://www.depo.ua/ukr/life/shcho-takemukbang-naupopulyarnishi-blogeri-z-riznikh-krain-svitu-yaki-roblyat-milyonina-poglinanni-izhi-202110281383397> (дата звернення: 29.10.2024).

- 37.Щур І. І. Український комп'ютерний сленг: формування і функціонування: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 «Українська мова». К., 2006. 20 с. 50
- 38.Андреева, І. О., Волковська, Д. Л. Особливості функціонування сленгізмів у романі Джона Гріна «Looking for Alaska». 2018. Нова філологія, (74), 1217.
- 39.Ганич Д. І., Олійник І.С. Словник лінгвістичних термінів. К.: Вища шк., 1985. 360 с.
- 40.Зацний Ю.А., Янков А. В. Нова розмовна лексика і фразеологія: Англоукраїнський словник. / Ю. А .Зацний, А. В. Янков. Вінниця: Нова Книга, 2010. 224 с.
- 41.Курило О. Й., Розман І. І. Вербальні та невербальні аспекти культури спілкування. Молодий вчений. 2017. № 4.3. С. 114–118.
- 42.Павельєва А. К., Сотніченко І.В. Сленг світу моди та модної субкультури в англійській мові: проблема словотвору та перекладу. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка, 2021. № 3 (341), квітень, С. 152–160.
- 43.Петришин О.Л., Лужецька О.М. Новітні англійські запозичення як засіб міжкультурної комунікації. Young Scientist. 2018. № 3.1 (55.1). С. 135–138.
- 44.Рябокучма Т. О., Горбаченко А. Л. Способи утворення американських сленгових інновацій. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2019. 41. Т. 1. С. 141-144.
- 45.Офіційний сайт British Council. URL: <https://www.britishcouncil.org.ua/slangin-english> (Access date: 11.09.2024).
- 46.Coleman, J. The life of slang. Oxford: Oxford University Press, 2012. 352 p.
- 47.Eble C. (1996). Slang and Sociability: In-Group Language among College Students. Chapel Hill: University of North Carolina Press: 240.
- 48.Green J. Encyclopedia of Language & Linguistics (Second Edition). 2006, Pages 403-406.

- 49.Hrabovyi P. M. (2008). Molodizhnyi slenkh u systemi sotsiolektiv suchasnoi ukrainskoi movy [A youth slang is in the system of social group of modern Ukrainian]. *Linghivistychni studiji*, vol. 16: 294–297.
- 50.Nykoliv I. N. (2010). Slenh ta sumizhni z nym poniattia z pohliadu khovratskykh ta ukrainskykh linhvistiv [Slang and contiguous concepts from the point of view of the Croatian and Ukrainian linguists]. *Linhvistychni studii*, vol. 21: 233–237.
- 51.Partridge E. (1971). *Slang today and yesterday*. London, Routledge: 488.
- 52.Partridge E. *Slang Today and Yesterday*. 4th ed. / E. Partridge –
- 53.Partridge E. *Slang To-day and Yesterday*. London : William Press, 2007. 484 p.
- 54.Ponomariv O. D. (1999). *Kultura slova: movnostylistychni porady* [Culture of word: language and stylistic advice]. Kyiv: Lybid: 240.
- 55.Slotta J. Slang and the Semantic Sense of Identity. *Texas Linguistics Forum* 59: 119-128. Proceedings of the 24th Annual Symposium about Language and Society-Austin (Austin, April 15-16, 2016). Texas. University of Texas, 2016. P. 119-128.
- 56.Stavytska L. O. (2005). *Arho, zharhon, slenkh* [Argo, jargon, slang]. Kyiv: Krytyka: 464.
- 57.Talavira N. English orientating phrases with verticality meaning: constructional approach. *Cognitive Linguistics in Wroclaw Conference*. 2016. Vol. 3-4. 69 URL: <https://sites.google.com/site/coglingwroc2/a-z-full-papers> (Access date: 13.10.2024).
- 58.Thurlow C. Generation Txt? The sociolinguistics of young people’s text messaging. URL: <http://extra.shu.ac.uk/daol/articles> (Access date: 29.10.2024).
- 59.Tomić G. Headedness in contemporary English slang blends. *Lexis*. 2019. URL: <http://journals.openedition.org/lexis/3862> (Access date: 13.10.2024).
- 60.Alcántara-Pilar, J. M., Del Barrio-García, S., & Porcu, L. A cross-cultural analysis of the effect of language on perceived risk online. *Comput. Hum. Behav.* 2013, Vol. 29, 596–603. doi: 10.1016/j.chb.2012.10.021.
- 61.Bethany K. Dumas and J. Lighter. *American Speech*. Vol. 53, No. 1, 1978. C. 517.

62. Budiasa, & Savitri Ragam Bahasa Youtuber dan Vlogger Indonesia serta Pengaruhnya terhadap Perilaku Berbahasa Generasi Muda. 2019. Laporan penelitian HUPS: Denpasar: LPPM Universitas Udayana.
63. Izmaylova, G. A., Zamaletdinova, G. R., Zholshayeva, M. S. Linguistic and social features of slang. *International Journal of Scientific Study*. 2017. (15), 6, 75-78.
64. Kundi, F. M., Ahmad, S., Khan, A., and Asghar, M. Z. Detection and scoring of internet slangs for sentiment analysis using sentiwordnet. *Life Science Journal*. 2017. 11, 66–72. doi: 10.6084/M9.FIGSHARE.1609621
65. Liu, S., Bi, X., and He, G. The impact of internet language copy on consumers' attention and perceptions of the advertisement. *Acta Psychological*. 2017, Vol. 49, 1590–1603. doi: 10.3724/SP.J.1041.2017.01590.
66. Rusanivskyi V. M., Taranenko O. O. (2007). *Ukrainska mova. Entsyklopediia [Ukrainian language. Encyclopaedia]*. Kyiv: Ukr. entsykl. im. M. P. Bazhana: 820.
67. Sabohatxon, Y., Zilolaxon, T. Y., & Shaxlo, Y. L. Expression of metaphor in different system languages. *Research and education*. 2022. 1(2), 209-212.
68. Shixiong Liu, Dan-Yang Gui, Yafei Zuo & Yu Dai Good Slang or Bad Slang? Embedding Internet Slang in Persuasive Advertising *Front. Psychol.*, 07 June 2019. doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01251.
69. Zhewei S., Zemel R., Yang Xu Semantically Informed Slang Interpretation. Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies (July 10-15, 2022). 2022. P. 52135231.
70. British attitudes towards popular slang: A 2023 report URL: <https://preply.com/en/blog/british-attitudes-towards-popular-slang/> (Access date: 21.10.2024).
71. London: Routledge & Kegan Paul, 1972.– 476 p.
72. Mobile Review. URL: <https://mobile-review.com/news/kazhdyjchetvertyjpolzovatel-smartfona-provodit-s-nimbolee-7-chasov> (Access date: 13.10.2024).



- 73.Slovnyk UA. Portal ukrainskoi movy ta kultury: website [Portal of Ukrainian language and culture: website]. URL: <https://www.slovnyk.ua/> (Access date: 13.10.2024).
- 74.The Most Commonly Used Slang in Spoken English. URL: <https://speechling.com/blog/the-most-commonly-used-slang-in-spoken-english/> (Access date: 13.10.2024).
- 75.Urban Dictionary: website. Retrieved from: <http://www.urbandictionary.com/> (Access date: 13.09.2024).
- 76.Webster: America's Most Trusted Dictionary. URL: <https://www.merriamwebster.com/> (Access date: 13.10.2024).