

Переклад неологізмів

**Англійські неологізми з компонентом назв соціальних
мереж та особливості їх перекладу українською
МОВОЮ**

Зміст

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НЕОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ТА СПІЛКУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	5
1.1. Проблематика визначення терміна «неологізм» та типологічні принципи класифікації неологізмів.....	5
1.2. Лексико-семантичні аспекти мови соціальних мереж	8
1.3. Способи творення англомовних неологізмів.	9
РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ НЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ НАЗВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	15
2.1. Способи перекладу англійських неологізмів українською мовою.	15
2.2. Особливості перекладу неологізмів похідних від назв соціальних мереж Twitter, Facebook, Linked In, Whatsapp, Instagram, Pinterest. Найефективніші методи відтворення англомовних неологізмів з компонентом назв соціальних мереж в українському перекладі.	18
ВИСНОВКИ	25
ДОДАТКИ.....	28
Додаток 1.....	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	29
АНОТАЦІЯ	Error! Bookmark not defined.

ВСТУП

Будь-яка мова знаходиться у тісному взаємозв'язку з усіма сферами людської діяльності, що зумовлює її безперервний розвиток внаслідок тих змін, що відбуваються в суспільстві, науці, економіці, політиці, культурі. Серед усіх складників мови найбільших змін зазнає лексика, про що свідчить її постійне збагачення новими словами. На тлі значних змін у соціальній сфері людства, посилення глобалізаційних процесів та розвитку інформаційнокомунікаційних технологій лексичний склад англійської мови зазнав протягом останніх років стрімкого поповнення новими словами та мовними нововведеннями.

Питання про появу нових слів у системі мови, про принципи їх творення, класифікації, функціонування завжди привертала увагу мовознавців. Дослідження неологізмів знаходимо в працях багатьох українських та російських науковців, таких як: Винокуров А.М., Гак В.Г., Городецька Є.Я., Данкевич Т., Драбов М., Комісаров В.М., Куш Є.О., а також низки зарубіжних – Algeo J., Barz I., Cannon G., Lehrer A., Watts K. та інших.

З розвитком інформаційних технологій відбувається частковий перехід від традиційних способів спілкування до нових і прогресивних – соціальних мереж, що приходять на зміну звичним практикам спілкування

Таким чином, **актуальність** цього дослідження зумовлена необхідністю вивчення нової лексики як засобу відображення змін, що відбуваються в сучасній лінгвокультурі, а також вивченням способів адекватної передачі англійських неологізмів українською мовою.

Метою розвідки є аналіз особливостей перекладу англійських неологізмів похідних від назв соціальних мереж українською мовою.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- 1) з'ясувати, що таке «неологізм» та типологічні принципи класифікації неологізмів;
- 2) виявити особливості комунікації в соціальних мережах;
- 3) визначити словотвірні механізми, які беруть участь в утворенні неологізмів;

- 4) дослідити особливості перекладу неологізмів похідних від соціальних мереж;
- 5) на підставі проведеного дослідження виокремити найефективніші способи перекладу.

Об'єкт дослідження – неологізми похідні від назв соціальних мереж.

Предмет дослідження – особливості перекладу неологізмів похідних від назв соціальних мереж.

Матеріалом дослідження слугували понад 100 англomовних новостворених лексичних одиниць соціальних мереж Twitter, Facebook, Linked In, Whatsapp, Instagram, Pinterest, що були визначені за допомогою методу суцільної вибірки зі спеціалізованих зарубіжних Інтернет **джерел**, а саме: онлайн словників сленгу та неологізмів (Word Spy, Urban dictionary, Twittonary, Cambridge dictionary, Slang dictionary, Longman dictionary) та авторських статей. Період вибірки мовного матеріалу охоплює 2020 – 2021 рр.

Для досягнення поставленої мети та завдань дослідження застосовувалися загальні та спеціальні **методи**: метод вивчення словникових визначень, метод контекстного аналізу, метод порівняльного аналізу, метод класифікації та структурно-семантичного аналізу, описовий метод.

Наукова новизна полягає у залученні нових недосліджених раніше джерел ілюстративного матеріалу, виокремленні неологізмів похідних від соціальних мереж Twitter, Facebook, Linked In, Whatsapp, Instagram, Pinterest, що сьогодні активно вживаються їх користувачами. Проведення дослідження демонструє шляхи утворення саме цієї групи неологізмів та способи їх перекладу.

Теоретичне значення праці полягає в тому, що її результати роблять вагомий внесок у загальну лексичну неологію, а також неологію англійської мови, у комунікативну лінгвістику, інтернет-лінгвістику, теорію масової й медійної комунікації.

Практичне значення дослідження. Результати роботи можуть бути використані під час укладання англо-українських словників неологізмів, а також при написанні навчальних посібників і в дослідженнях науковців

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НЕОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ТА СПІЛКУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

1.1. Проблематика визначення терміна «неологізм» та типологічні принципи класифікації неологізмів.

Попри упереджене ставлення лінгвістів XVIII ст. до такого явища, як неологізація мови (вважалося, що неологізми «псувають» народну мову), поповнення лексики – історично неминучий процес, необхідний для того, щоб на кожному етапі свого розвитку мова могла відповідати потребам суспільства як у спілкуванні, так і в закріпленні результатів пізнання дійсності, в розвитку та збагаченні культури народу [1, с. 118].

У лінгвістичній науці поняття «неологізм» (від гр. νέος 'новий' і λόγος 'слово'), має давню традицію, проте його аналіз, залишається досить суперечливим. Термін «неологізм» в англійській мові був вперше офіційно зафіксований в 1772 році. Але англійський варіант цього терміна не був новий, тому що у Франції, Італії та Німеччині вже були свої відповідники [7, с. 44].

Дослідженню неологізмів присвячені численні праці вітчизняних і зарубіжних лінгвістів (Е.І. Ханпіра, Н. І. Фельдман, О.Г. Ликов, В.В. Лопатін, Ю. А. Зацний, М.О. Бакіна, О.А. Габінська, О.А. Земська, А.О. Брагіна, А.В. Березовенко, І.Г. Дегтяр, А.Г. Ликов, Algeo J., McKean E., Sheidlower J., Sornig K., Fischer R. та ін.) [1, с. 118].

Проблема визначення терміна «неологізм» є суперечливою і недостатньо обґрунтованою. Якщо період народження і зникнення слова фіксується більш-менш об'єктивно, то тривалість перебування слів в «статусі новоутворень» є суб'єктивною.

Слово «неологізм» вперше з'явилося в 1735 р. у французькій мові («néologisme»), звідки було запозичене англійською мовою в значенні «використання або звичка використання нових слів, інновацій у мові, а також нове слово або вираз». З того часу в лінгвістичній літературі поняття «неологізм» вживається стосовно нових слів у різних мовах [12, с. 5].

Є.В. Розен трактує неологізми як нові словникові одиниці, які використовуються інтенсивно в реально виголошених або записаних текстах протягом досить тривалого часу. Ці одиниці не утворюються кожного разу для задоволення комунікативної потреби, а відтворюються, «витягуються» у вже сформованому вигляді з мовної пам'яті [8, с. 56].

Словник-довідник лінгвістичних термінів під редакцією Д.Е. Розенталя і М.А. Теленкової визначає неологізм, як «слово або мовний зворот, створений для позначення нового предмета чи нового поняття» [7, с. 20].

К.Ф. Заболотний дотримується думки, що «неологізм – це нове слово (стійке поєднання слів), яке відповідає вимогам спілкування, нове за значенням і за формою (або за формою, або за значенням), утворене за словотвірними законами мови або ж запозичене з іншої, яке сприймається мовцями мови як нове протягом деякого періоду часу» [12, с. 4].

Н.А. Князев визначає, що «неологізм» – це лексична одиниця, що володіє новизною, але створена за існуючими в мові словотвірними моделями, що виникла і стала фактом мови в силу суспільної потреби за ініціативою її покоління, що може вийти з ужитку під час змінених соціальних умов [7, с. 21].

Визначення, подібні перерахованим вище, наводять і зарубіжні джерела:

1. Neologism – a new word or expression – нове слово або вираз;
2. A new meaning acquired by an existing word or expression – нове значення, набуте вже існуючим словом або виразом [34];
3. Neologism – word, term or phrase which has been recently created – often to apply to new concepts, or to reshape older terms in newer language form – неологізм – слово, термін або словосполучення, яке було створене недавно для позначення нових понять або надання старим одиницям нової мовної форми [32].

Заслуговує на увагу думка М. Шанського, який звернув увагу на те, що нова лексема є неологізмом лише до того моменту, поки мовець розуміє предметно-логічну новизну цього слова або стилістичну своєрідність [8, с. 55].

Таким чином, стає зрозумілим, що поняття неологізму змінне в часі і відносно: лексема залишається неологізмом доти, поки носій мови відчуває у ньому новизну.

Існує декілька традиційних класифікацій неологізмів. Це розподіл неологізмів за способом їх утворення та за стилістичним забарвленням. А дехто ще й спирається на ознаки, властиві тільки цим мовним одиницям [26, с. 88].

Зазвичай виділяють чотири типи класифікації неологізмів [9]:

I. За видом мовної одиниці:

1. неолексеми – нові слова, які є результатом запозичення;
2. неофраземи – нові, стійкі сполучення слів із ідіоматичною семантикою;
3. неосемеми – нові значення старих слів.

II. За ступенем новизни мовної одиниці:

1. абсолютні неологізми (сильні) – слова, які раніше були відсутні в мові;
2. відносні неологізми (слабкі) – принципово не нові слова, тобто лексичні одиниці, які колись існували, але на сучасному етапі виступають вже в іншому осмисленні. Також сюди можна віднести і так звані «внутрішні запозичення», які є перерозподілом у видах і жанрах мовлення.

III. За видом означуваної реалії позначають:

1. нову реалію;
2. стару реалію;
3. актуалізовану реалію;
4. відмираючу реалію;
5. неіснуючу (гіпотетичну) реалію.

IV. За способом утворення:

1. запозичені (поділяються на зовнішні і внутрішні запозичення);
2. словотвірні (утворені за словотвірними моделями);
3. семантичні (нові значення лексичних одиниць).

Таким чином, в основі класифікації неологізмів можуть бути різні ознаки. За ознакою мовної одиниці неологізми діляться на: неолексеми, неофраземи і неосемеми. За ступенем новизни новоутворення діляться на абсолютні та відносні, за видом позначуваної реалії позначають: нову, стару реалію. За способом утворення неологізми діляться на: запозичені, словотвірні та семантичні.

1.2. Лексико-семантичні аспекти мови соціальних мереж

Протягом останніх двох десятиліть лексична система англійської мови постійно зазнає змін, пов'язаних зі стрімким розвитком та поширенням соціальних мереж, блогів, твітів, публікацій в епоху переходу до віртуального спілкування. За допомогою них користувачі глобальної мережі Інтернет можуть спілкуватися й поширювати інформацію на умовах анонімності та рівності.

Свідченням цих змін у мові є поява неологізмів – слів чи сполук, використаних мовою в певний період на позначення нового або вже наявного поняття в новому значенні, які усвідомлюються носіями мови та відображають їхній спосіб життя й мислення [22, 417].

Найбільш популярною онлайн-платформою є YouTube, який з'явився 2005 року й надає послуги з розміщення відеоматеріалів. Така популярність відобразилася на лексичному складі англійської мови, у якій зафіксовано неологізми: *youtube-it* (порадити комусь переглянути відео в Youtube), *youtube moment* (прикре відчуття, спричинене відсутністю фотоапарату в необхідний момент), *Youtube D. J.* (користувач, який вмикає музику на Youtube, щоб розважити аудиторію).

Facebook, інтерес до якого значно зріс за останні п'ять років, залишається однією з найбільших поширених соціальних мереж серед дорослих у світі, зокрема в США. Це демонструє тенденція до створення нових лексичних одиниць на кшталт: *Facebook «friends»* (контакти у Facebook), *Facebook Official* (повідомлення про свій сімейний статус у профілі), *Facebook rape* (написання образливої чи глузливої інформації в чужому профілі, коли користувач забуває вийти з нього).

Дорослі до 30 років віддають перевагу додаткам Instagram, Snapchat та TikTok. Завдяки такій популярності в мові зафіксовано ряд лексичних

новоутворень: *Instagramable* (пост, вартий публікації), *Instagram spite* (видалення підписника та лайків йому з профайлу в Instagram як помста за те, що він припинив стежити за вашими постами), *Snapcheat* (надсилання особистих фотографій багатьом друзям у Snapchat, при цьому кожен друг вважає, що це фото адресоване саме йому), *Snapchat Relationship* (стосунки людей, які передбачають обмін повідомленнями у Snapchat та особисті зустрічі без зобов'язань), *TikTok Addicts* (фанати, які проводять години, вивчаючи тренди TikTok), *TikTok crush* (популярний тіктокер, у якого закохуються користувачі) [4].

Отже, соціальні мережі створюють простір, в якому людина може найповніше реалізувати свої потреби у такий спосіб, якого вимагає сучасне суспільство. Інтернет уможливив надання стійкості міжособистісним, часто випадковим, контактам.

1.3. Способи творення англомовних неологізмів.

Сучасна англійська мова налічує три способи утворення нових слів, а саме [30]:

1. Фонологічний спосіб утворення неологізмів – це такий спосіб, при якому нові слова утворюються з поєднань звуків, найчастіше з звуконаслідувальних вигуків. Здебільшого даний спосіб використовується в американському сленгу.
2. Запозичення також є джерелом утворення нових слів. Лексичний склад англійської мови поповнюється саме за рахунок запозичень з різних мов.
3. Морфологічний спосіб утворення неологізмів
 - афіксальних способів
 - словоскладання
 - конверсія
 - скорочення

Морфологічний спосіб утворення неологізмів є найпоширенішим, оскільки лише афіксальні одиниці складають 24% всіх новоутворень і в незначній мірі поступаються складним словам. Однак ніколи ще в історії англійської мови кількість афіксів не була настільки багатою та різноманітною, як в наш час. Похідне

слово, так як і складне, характеризується розчленованістю і наявністю внутрішньої предикації [2]. Нову лексику соціальних мереж, що утворилася у цей спосіб, поділяють на три групи:

1) неологізми, утворені суфіксальним способом:

- іменникові (*-er, -dom, -ness, -ation*);
- дієслівні (*-en, -fy, -ize*);
- прикметникові (*-able, -less, -ful, -ic, -ous*).

2) неологізми, що утворенні префіксальним способом;

3) неологізми, які утворилися суфіксально-префіксальним способом (парасинтез).

Перша група включає суфікси за допомогою яких утворюються іменники: *-ing, -er, -ese, -hood, -dom, -ness, -ism, -ian, -ia, -ie, -ation, -tician, -ry*; слотовірні елементи: *-philia, -phobia, -(o)logy, -sphere, -aholoc, -pedia*.

Суфікс *-er* служить для утворення іменників від дієслів (*інфінітив без to + -er, -or*). [36]. У соціальній мережі Twitter за допомогою цього суфікса був утворений неологізм *twitterer* п – людина, яка відправляє твіти в мікроблоговій соціальній мережі Twitter. Наприклад: *She's so connected, she's on every social network. She just became a Twitterer recently, but is really going to town!* [39]

Суфікс *-ese* вказує на мову або ж на національну приналежність кого-небудь [36]. Наприклад: *twitterese* п – мова чи стиль мовлення, що використовується в написанні повідомлень: *Your Twitterese is gibberish* [39].

Вельми абстрагованим значенням наділені суфікси, що передають значення стану, означають різноманітні заняття, ідеї і концепції та ін.: *-ness, -cy, -ity, -ence, -hood, -dom, -ment, -ship, -ism, -ish*.

Споконвічно англійський суфікс *-hood* означає стан людини, пов'язаний з її віком, соціальними відносинами, іноді діяльністю; або ж групу людей, об'єднаних цим станом: *twitterhood* п – інтернет-спільнота, де можна знайти різних експертів, друзів і нових людей для підписки за інтересами. Наприклад: *After examining the chain of events on the official #Twitterhood of the Butt Lifting Pajants Facebook page, it appears that Julia DeVillers fired up the festivities in Georgia* [39].

Суфікс *-dom* означає стан і властивості або приналежність, як сленгвий неологізм: *twitterdom* n – конкретний домен або сфера спілкування в Twitter. Наприклад: *In the #twitterdom of gossip, Ann and Katie are queens* [39].

Широкого використання в англійській мові отримали складні слова компонентом яких є «словотвірний елемент» (combining form): *micro-, multi-, -aholic, -philia, nano-, neo-, tele-* та інші.

Існують три типи словотвірних елементів [9]:

1) форми, запозичені з грецької чи латини, які є похідними незалежних іменників, прикметників, дієслів. Цей різновид словотвірних елементів часто використовується в утворенні сленгових неологізмів соціальної мережі Twitter. Наприклад: *I have total twitterphobia about following people, they just never follow back!* [40]

2) складна форма самостійного слова. Прикладом цього різновиду словотвірних елементів в соціальній мережі Twitter є словотвірний «*worthy*», який утворює прикметники, із загальним значенням «той, що заслуговує на, підходять для», наприклад: *tweetworthy* adj – те, що є вартим публікації в Twitter: *But, as more and more people utilize the micro-blogging service – especially feverish news junkies for whom everything is tweet-worthy – it's also become a relentless gush of information that can outgrow its usefulness by being too overwhelming to consume* [40].

3) форма, вилучена з існуючого самостійного слова, що використовується як зв'язана форма (морфема). Цей різновид словотвірних елементів є також дуже продуктивним в утворенні нових лексем у соціальній мережі Twitter, наприклад, *-aholic*, вилучений з «*alcoholic*». Завдяки йому словниковий запас сучасної англійської мови збагатився такими неологізмами як: *twittaholic* n – той, хто має одержимість або виявляє нав'язливий інтерес до соціальної мережі Twitter. Наприклад: *Man, you're such a twittaholic! Get off Twitter and do something with your day!* [40].

Одним з найживаніших сленгових суфіксів є суфікс *-y|-ie*. Він додається до односкладових основ. Похідні слова, утворені на його основі обмежені у використанні рамками неофіційного спілкування, переважно серед молоді.

Наприклад, *tweetie* n – Твіттер-додаток для iPhone та iPad: «*go check tweetie to see what Courtney just tweeted about swine flu*» [40]

Низка суфіксів, які беруть участь в утворенні слів, що мають дві і більше суфіксальних морфем іноді називають в лексикографії як складні суфіксальні утворення, наприклад: *-ation = -ate + -ion*. Наприклад: *twitteration* n – відчуття, яке користувач отримує, коли інший користувач, на новини якого він підписався (зафоловив) в Twitter, нарешті, підписався і на його: *I felt an intense twitteration when I saw @PamelaDAnderson finally show up on my Twitter followers list* [40].

Наступна група містить в собі сленгові неологізми, утворені шляхом додавання префіксів. Префікси, які беруть участь в утворенні неологізмів соціальної мережі Твіттер: *de-, un-, re-, under-, over-, mis-, hyper-, -i*; та словотвірні елементи (префіксоїди): *self-, astro-, geo-, micro-, tele-, audio-, tele-, cyber-, pod-* etc. Дані префікси є вельми продуктивними.

Префікс *re-* який спочатку з'являвся в латинських запозиченнях, передає значення повтору, повторення дії та нерідко призводить до появи нових слів, наприклад: *retweet* v, n – ретвіт (інші форми: *retweeted* pp, *retweeting* n) – вторинна публікація повідомлення, розміщеного іншим користувачем в Twitter, з посиланням на джерело. Наприклад: *You can never take it back because you never know if someone is going to see it or re-tweet it or download it and then repost it.* [43].

Третім продуктивним способом словотворення в соціальних мережах є префіксально-суфіксальний. До цієї групи відносяться префікси: *co-, de-, un-, re-*; префіксоїди: *self- i micro-* і такі суфікси як: *-fy, -ish, -able, -er, -ie, -ing* і суфіксоїд *-worthy*.

Латинський префікс *co-*, який означає «разом» сьогодні є досить продуктивним і утворює нові слова, що вказують на співпрацю або рівність. Наприклад: *co-twitterer* n (префікс *co-* і суфікс *-er*) – сленгова одиниця, що використовується для найменування іншої, ще однієї людини, яка публікує твіти з одного облікового запису. У слові «*co-twitterer*» і великій кількості аналогічних форм суфікс *-er* редуплікується.

Негативний префікс **un-** взяв участь в утворенні наступних префіксально-суфіксальних інновацій: **untweetworthy** – *I can't speak for James and Meghan, but my ride home was uneventful. I have no tweet for this, as it was obviously untweetworthy, so I'll leave you with this humorous tweet I re-tweeted* [43];

За допомогою префікса **self-** і суфікса **-ie** був утворений сленговий неологізм **selfie**, який означає фотознімок самого себе, зазвичай зроблений на смартфон або веб-камеру і розміщений у соціальних мережах.

Загальновідомо, що скорочення слів є одним з найпоширеніших видів економії мовних ресурсів. Лексичні скорочення поділяються на [5]:

1) аббревіатури:

- ініціальні (представлені початковими буквами скорочуваних компонентів словосполучень чи складних слів);
- акроніми (послідовність звуків, позначених початковими літерами, які читаються як звичайне слово).

2) усічення;

3) контамінації (телескопізми).

Вагому частину складноскорочених слів сучасної англійської мови складає **телескопія** – спосіб утворення нових лексичних одиниць, який полягає в накладанні однієї морфеми одного вихідного компоненту на морфему іншого вихідного компоненту [33, с. 356].

На відміну від інших способів, слотовірною одиницею тут є не основа, а її довільний фрагмент. Такий фрагмент не існує в мові, а з'являється тільки в момент утворення слова, що пояснює і відсутність єдиної моделі в утворенні слова [30, с.13]. Сленгові неологізми, які виникли в процесі спілкування в Twitter, об'єднує те, що в своїй основі вони містять морфему **tweet**, яка безпосередньо вказує на сферу використання нових лексичних одиниць. Такі одиниці виникають за структурними моделями, компоненти яких складаються:

1) з першої половини першого слова і другої половини другого слова: **twiatus** = **Tw(itter)** + **(h)iatu**s – відпочинок, або перерва від твітингу. Наприклад: *I took a*

short twiatus to get my thoughts together before updating everyone of my whereabouts [39].

2) з першої половини першого слова і першої половини другого слова: *twapp* = *tw(itter)* + *app(lication)* – додаток соціальної мережі Twitter; *twinfo* = *tw(itter)* + *info(rmation)* – невелике інформаційне повідомлення, передане через Twitter;

3) з початку і другої половини першого слова і другої половини другого слова: *fa-bweeting* = *fa(ce)b* + *(t)weeing* – публікувати чи переглядати інформацію в Facebook та Twitter водночас;

4) початку першого слова, початку другого, другої частини першого слова. Наприклад: *attwicted* = *a(ddi)cted* + *twi(tter)* – бути залежним від соцмережі Twitter; *otwituary n* = *o(b)ituary* + *tw(itter)* – твіт, що інформує про смерть людини.

5) із складного поєднання трьох і більше слів: *smores* = *S(ocial) M(edia)* + *(wh)ores* – люди, у яких тисячі послідовників у Twitter.

Таким чином, в сучасній англійській мові спостерігається використання численних способів утворення нової лексики. За статистикою, найбільш уживаними є словоскладання та афіксальний спосіб утворення.

РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ НЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ НАЗВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

2.1. Способи перекладу англійських неологізмів українською мовою.

Переклад неологізмів є одним з найскладніших та потребує детального дослідження та аналізу.

На думку Я. Низенко та Н. Григоренко, найдоцільніше при перекладі неологізмів використовувати такі способи як:

- 1) пошук в українській мові нестандартної одиниці аналогічної експресивності;
- 2) використання описового перекладу, тлумачення і роз'яснення предметно-логічного значення.

Дослідники також уточнюють, що «коли йдеться про значення нестандартних одиниць в оригіналі, що перекладається, і про передачу їх певними одиницями мови, на яку перекладається текст, звичайно не можна не зважати на контекст, в якому вони є в оригіналі і повинні бути в перекладі» [20].

Дослідник теорії перекладу І. Бик виділяє такі способи перекладу, які доцільно використовувати під час перекладу неологізмів, а саме[3]:

- 1) еквівалент;
- 2) аналог;
- 3) пояснювальний або описовий переклад.

До цієї класифікації Т. Холстиніна додає також транскрипцію, транслітерацію та калькування (переклад за частинами слова) [24].

Як підкреслює І.М. Хавкін, найчастіше переклад новоутворень будується на трьох основних прийомах [23, с. 208]:

- 1) Транслітерація або транскрипція;
- 2) Калькування;
- 3) Описовий переклад.

Проведене дослідження дає підстави стверджувати, що в сучасній науковій літературі чимало дослідників виокремлюють наступні основні способи перекладу неологізмів:

1. транскодування:
 - транслітерація;
 - транскрипція;
2. калькування;
3. описовий спосіб;
4. трансплантація (пряме включення);
5. приблизний переклад.

Транскодування - це такий спосіб перекладу, коли звукова та/або графічна форма слова вихідної мови передається засобами абетки мови перекладу. Транскодування таких неологізмів відбувається в тих випадках, коли в культурі і, зокрема, науці країни мови перекладу відсутнє відповідне поняття і відповідний перекладний еквівалент, а перекладач не може підібрати слово або слова в мові перекладу, які б адекватно передавали зміст поняття і відповідали вимогам до термінотворення.

В.І.Карабан, а також Ж.А.Голікова розрізняють чотири види транскодування [14]:

- 1) транслітерація;
- 2) транскрибування;
- 3) змінаше транскодування;
- 4) адаптивне транскодування.

Транслітерація базується на передачі графічного зображення, а саме на передачі букв англійського алфавіту буквами українського алфавіту. Наприклад: Sam tracks the geographical location of recent tweets. He`s real *geotwitter!*[34] - Сем відстежує географічне розташування останніх твітів. Він ральний *геотвіттер!*

Транскрипція базується на фонетичному принципі, тобто на передачі українськими літерами звуків англійських найменувань (звучання слова). За допомогою транскрипції передається звукова форма іншомовного слова. Наприклад: *Twitter timeline* - *таймлайн Twitter*.

Змішане транскодування поєднання транскрипції і транслітерації, напр.: *interface* – *інтерфейс*.

Адаптивне транскодування це адаптація лексичної одиниці до структурних особливостей мови перекладу: *Twitterpedia – Твіттерпедія*.

Переклад неологізмів за допомогою **калькування** полягає в заміні складових частин морфем чи слів одиницями оригіналу – їхніми лексичними відповідниками мовою перекладу, водночас зберігається незмінна внутрішня форма лексичної одиниці. Наприклад, *tweetstorm* – твіт-шторм.

Описовий спосіб – це лексико-граматична трансформація, під час якої лексична одиниця мови оригіналу замінюється словосполученням, що роз'яснює її значення таким чином, що вона отримує повне пояснення або визначення мовою перекладу [16, с. 125]. Його часто порівнюють з тлумаченням слова. Даний переклад має істотний недолік – багатослівність.

Наприклад, *facecrook* – злочинець, який використовує Фейсбук для здійснення, планування або обговорення злочину, *diss tweet* – нешаноблива або образлива публікація в Твіттері.

Популярним останнім часом є спосіб **трансплантації (прямого включення)**, який використовує написання англійського слова в оригінальній (початковій) формі. Зрозуміло, його використовують, коли жоден з вищезазначених методів не передає необхідно значення поняття, що перекладається. [15, с. 167]. Наприклад: Can you share your *Instagram sturies*? [40] – Можеш поділитись своїми *Instagram stories*?

В. Комісаров визначає **приблизний переклад** як «використання граматичної одиниці мови перекладу, яка у даному контексті частково відповідає безеквівалентній граматичній одиниці мови оригіналу» [17, с. 249]. Під час такого перекладу зберігається основне значення слова, проте в українській мові слово відрізняється від мови оригіналу лексичним фоном. Наприклад, *nerd* – неприємна, неприваблива людина; *buddy* – друг, товариш.

І. Козаченко вважає даний спосіб перекладу, як такий, що не повністю відповідає вимогам перекладу, проте зазначає, що «використовуючи спосіб приблизного перекладу, можна зберегти основне значення слова, але воно буде відрізнятися лексичним фоном» [15, с. 167].

Таким чином, жоден з проаналізованих методів перекладу не є універсальним та самостійним, адже він не забезпечує абсолютно адекватного перекладу. Так, під час здійснення перекладу перекладачу необхідно враховувати до якого типу слів належить слово, чи є воно терміном, назвою, скороченням, також контекст, у якому дане слово використовується для того, щоб найбільш точно передати зміст неологізму, що перекладається, та при цьому водночас зберегти його емоційні й стилістичні характеристики і зробити переклад якомога зрозумілішим для сприйняття українськомовними реципієнтами.

2.2. Особливості перекладу неологізмів похідних від назв соціальних мереж Twitter, Facebook, Linked In, Whatsapp, Instagram, Pinterest. Найефективніші методи відтворення англomовних неологізмів з компонентом назв соціальних мереж в українському перекладі.

Одним із продуктивним шляхом поповнення мови залишається процес запозичення великої кількості іншомовних слів, особливо з англійської мови, що часто спричиняє виникнення труднощів під час перекладу через фіксацію таких слів в сучасних словниках.

Більшість науковців під час перекладу неологізмів використовують такі основні способи як: *транскрипція, транслітерація, калькування, описовий переклад, переклад за допомогою прямого включення та приблизний переклад* (І. Андрусак, В. Дорда, О. Дьолог, О. Глазова, А. Пасічник, М. Третяк, С. Новоселецька, Ю. Шустак тощо). Універсальних словників з перекладу сучасних англomовних неологізмів немає, тож найчастіше інформації подається в різних статтях та підбірках.

У цій роботі, використавши досвід попередніх дослідників, було зазначено найновіші англomовні запозичення й відносно групувано їх за способами перекладу й показано, які способи перекладу найпродуктивніші для кожної соціальної мережі.

Завданнм не було повністю зібрати та класифікувати усі запозичення. А лише взяти до уваги найновіші, найменш досліджені лінгвістами або ж найуживаніші англomовні неологізми та подати, найдоцільніші способи їх перекладу.

У першу чергу, хочеться зазначити, що неологізми похідні від соціальних мереж є основою молодіжного сленгу, які у побуті вживають сучасну ІТ та комп'ютерну термінологію, вдаючись до скорочень, метафоризації, переосмислення, часто вульгаризації, застосовують афікси національної мови, щоб адаптувати їх до української мови або використовують пряме включення.

Через те, що ця мова носіїв молодіжного сленгу характеризується надмірною експресивністю, часто вживанням вульгаризмів та обценної лексики, то і способи перекладу повинні враховувати ці особливості.

Розглядаючи **описовий метод** перекладу, зрозуміло, що це не переклад, а більш-менш розлоге тлумачення значення англійських неологізмів, тобто їхнє розгорнуте пояснення. Пояснення, що міститься в описовому перекладі, може бути дуже розлогим. Звичайно, можливість скорочення цих пояснень під час перекладу залежить від реального контексту. Коли з попереднього або наступного викладу ясно, про що йде мова, відпадає необхідність в детальному поясненні значення слова. Ось декілька характерних прикладів описового перекладу англійськомовних неологізмів, які були перекладені:

1. Twitter:

A *twitteration*! Love the show and the presenters [40]. - **Взаємна підписка!**
Подобається шоу та ведучі.

Man I've just bought a car, how *twitterific* is that [38]! - Чувак, я тільки що купив машину, **треба терміново це затвітити!**

2. Facebook:

"The *facebooktivists* are out in full force protesting Facebook's new privacy features." [40] - «**Активісти у своїх статусах** повною силою протестують проти нових функцій конфіденційності Facebook».

3. LinkedIn:

During a high school graduation ceremony this past weekend, Mrs. Anderson was graciously introduced as a "*LinkedIn Mom*" instead of a "soccer mom." [40] - Під час церемонії випуску в середній школі минулих вихідних місіс Андерсон люб'язно

представили як «мама LinkedIn», а не «мама-футболу», оскільки *вона віддає перевагу онлайн спілкуванню з іншими мамами.*

Rob is famous on Youtube, but Sean is making \$10k a month with surveys and great report posts. He's a Boss among *LinkedInners*. [29] - Роб відомий на Youtube, але Шон заробляє 10 тисяч доларів в місяць завдяки опитуванням і чудовим публікаціям постів. Він є босом серед *усіх зареєстрованих користувачів платформи LinkedIn.*

Dude, I don't care how much *Linkedinglish* you use to describe yourself, being in middle management will not help you. [40] - Чувак, мені байдуже, *як саме ти покращив свій профіль і які недоліки приховав*, називаючи себе керівником середньої ланки, але це не допоможе тобі.

4. Whatsapp:

Mary kept *whatsapp edging* me real hard yesterday for like an hour! [40] - Мері вчора десь годину *дражнила мене: то набирає повідомлення, то вирізає!*

Mum sent another fake news article about onions disinfecting rooms of coronavirus, *Whatsapp University* back at it again! [40] - Мама надіслала ще одну фейкову статтю про те, як цибуля дезінфікує кімнати від коронавірусу, як мене бісить, що вона *постійно розповсюджує фейки своїм родичам!*

5. Pinterest:

Although Jill's wedding was over a year away, she was already suffering from a case of *Pinterest Syndrome*. [40] - І хоча до весілля Джилл залишилося більше року, вона вже страждала від *депресії після того, як побачила в Pinterest все, що вона хотіла б собі на весілля, але не може собі такого дозволити.*

You are a straight *Pinterestazzi!* [38] - Ти *прикріпила чуже фото на свою дошку в Pinterest!*

I saw some boomers in the tattoo studio just looking for pics online they could have the dude copy for them, fucking *pinterest brain* man. [40] - Я бачив деяких бумерів у тату-студії, які просто шукали фотографії в Інтернеті, чувак, щоб тупо скопіювати, просто *люди без власної уяви.*

6. Instagram:

Greg: Your sister goes skiing every winter.

Emmy: My sister is such an *instagram skier*. She spent \$200 to ski at Vail so she could post the pictures online and get at least 20 likes. [40]

Грег: Кожної зими твоя сестра катається на лижах.

Еммі: Моя сестра *стає на лижі лише для фото в Instagram*. Вона витратила 200 доларів на катання на лижах у Вейлі, щоб розмістити фотографії в Інтернеті та отримати принаймні 20 лайків.

Sam: "Yo you know EJ? He's such an *Instagram Boxer*."

Din: "I know right! Always posts his 'hard work' on his story but got his ass handed out to him by Xavier last Saturday ."

Sam: "The ring don't lie, my friend, the ring don't lie." [34]

Сем: «Знаєш ЕДжея? Він *ходить на бокс лише заради фото!*».

Дін: "Звичайно знаю! Завжди публікує свою "наполегливу роботу" в сторіс, але минулої суботи Ксав'єр надавав йому по повній".

Сем: «Чувак, правда завжди викривається».

It was an *Instagram Moment* when she saw the seagull swooped down into the water. [40] - *Так захотілось запостити в Instagram момент*, коли вона побачила, як чайка кинулася у воду.

З наведених вище прикладів можна зробити висновок, що при перекладі слів, які в двомовних словниках дані описово, не обов'язково користуватися словниковим тлумаченням. Майже завжди є можливість варіювати переклад. Виняток становлять терміни, що вимагають точної передачі.

Навіть коли у словнику немає потрібного слова, перекладач має можливість самостійно усвідомити і передати його значення описово, дивлячись на основу шуканого слова.

Розглянемо на конкретних прикладах неологізми, перекладені різними видами транскодування.

1. Транслітерація:

Descartes' *twitterism*: «I twitter, therefore I am». [40] - *Твіттеризм* Декарта: «Я твічу, значить я живий».

2. Транскрибування:

Someone wants to criticize a person with the username @JohnDoe on Twitter but without that person seeing the *tweet* in their Twitter *timeline*. [40] - Хтось хоче розкритикувати людину з ім'ям користувача @JohnDoe у Twitter, але щоб він не побачив цей *твіт* у своїй *таймлайн* Twitter.

3. Змінаше транскодування:

A political candidate has a *tweet gnome* in their entourage while on an election campaign. [29] - Під час виборчої кампанії політичний кандидат має у своєму оточенні *твіт-гнома*.

Harmony was angry at Geoff after he used a *twatterism*. [40] - Гармоні розлютився на Джеффа після того, як той використав *твотеризм*.

I will *retweet* that post since it was such a great idea. [34] - Я *ретвітну* цю публікацію, оскільки це була така чудова ідея.

4. Адаптивне транскодування:

His followers and tweet count proves he's a *twitterologist*. [40] - Його підписники та кількість твітів доводять, що він *твіттеролог*.

Trying to impress my date, I used *Twitterpedia* to find a fancy restaurant for us to go to. [40] - Намагаючись справити враження на свою подругу, я скористався *Твіттерпедією*, щоб знайти шикарний ресторан, куди ми могли б піти.

Адаптивне транскодування є найпоширенішим типом цього способу перекладу. Це можна пояснити розбіжністю у фонетичній та граматичній структурах мов: англійська – переважно аналітична, українська – переважно синтетична. Тому, у деяких випадках переклад адаптується до фонетичної, а в інших – до граматичної структури української мови.

Калькування полягає в заміні складових частин, морфем чи слів, одиниці оригіналу – їх лексичними відповідниками в мові перекладу. Перевагою прийому калькування є стислість та простота отриманого за допомогою еквівалента, а також його однозначна співвіднесеність з вихідним словом. Наприклад, *Twitter-hause* – Твіттер-дім.

Тобто це дослівний переклад слова по частинам, які потім об'єднуються в єдине ціле. Часто такий підхід призводить до непотрібного буквалізму. Використовуючи калькування для перекладу потрібно враховувати, чи не порушує перекладене слово норм вживання та сполучуваності слів в українській мові.

Приблизний переклад – спосіб перекладу, за якого використовуються лексичні одиниці мови перекладу, які можуть частково відповідати безеквівалентній лексиці мови оригіналу [16, с. 249]. У результаті такого перекладу значення слова загалом зберігається, однак може втрачатись його стилістичний фон. Наприклад:

Bob: Wow Alice, you have a lot of professional connections.

Alice: Naah, they are basically for *linkedin quickie*. [34]

Боб: Ого, Аліса, у тебе так багато професійних зв'язків.

Аліса: Та ні, в основному це *незнайомці*.

Соціальні мережі використовують для того, аби швидко знайти контакт із кимось. У такому разі повідомлення стисле. Молодь часто використовує скорочення та аббревіатури. Є навіть словник скорочених слів. Завдяки йому немає необхідності запам'ятовувати аббревіатури. Однак багато скорочених слів не є офіційними, а лише розмовні.

Коли немає можливості передання неологізму жодним з розглянутих способів перекладу у зв'язку зі специфічністю його звучання або написання, особливо це стосується різного роду аббревіацій, то перекладач має використати **пряме включення/трансплантацію**.

Усі ці аббревіатури зазвичай використовуються користувачами соціальних мереж без перекладу. Наприклад:

I saw some boomers in the tattoo studio just looking for pics online, *pinterest brain*.

Я бачив деяких бумерів у тату-студії, які просто шукали фотографії в Інтернеті, *Pinterest brain*.

Отже, існує багато методів перекладу усіх особливостей неологізмів похідних від соціальних мереж. Але задля найбільш точного передання відтінку значення найвлучніше використовувати комбінацію цих методів.

Було виокремлено найефективніші методи відтворення англомовних неологізмів з компонентом назв соціальних мереж в українському перекладі:

1. **Транскодування**, коли переклад нової номінації передається за допомогою українських звуків чи букв, з усіх способів перекладу неологізмів, на нашу думку, є найпоширенішим. Наприклад:

Do you use any social networks?/Уер, Гм *tweep!* [38] - Користуєшся соцмережами?/Так, я *mvin!*

I received an FB friend request today from a guy I've never met. He apparently wants to 'know' me, wants me to be number 820!?! What a *Facehooker!* [34] - Сьогодні я отримала запит на дружбу у FB від чувака, якого я ніколи не зустрічала. Він, мабуть, хоче мене «пізнати», хоче, щоб я була під номером 820!?! Який же *фейсхукер!*

2. Також частовживаним способом перекладу неологізмів вважається **пряме включення/трансплантація** – використання оригінального написання англійського слова в перекладному тексті. Наприклад:

Aidan: Look at what he wrote, "Getting off the bus; Walking home; Just got home; Bored what to do; Think i might sleep; Off to sleep; Goodnight Facebook"

Cassie: Omg that guy is such a *facebook fag!* [40]

Ейдан: Подивись, що він написав: "Виходжу з автобуса; Йду додому; Щойно прийшов додому; Нудно, що робити; Думаю поспати; Іду спати; Доброї ночі, Facebook"

Кессі: Ой, він справжній *facebook fag!*

3. Не менш розповсюдженим є **описовий спосіб** перекладу, який полягає в описі засобами іншої мови певного неологізму. Найчастіше цей спосіб використовується, коли поняття, явище, предмет, який називає неологізм, відсутній у мові перекладу. Наприклад:

Geez I never see my husband anymore because he's too busy living his other life on twitter, I am a *twitter widow*[40]. - Боже, я ніколи не бачу свого чоловіка, тому що він занадто зайнятий своїм іншим життям у твіттері, я *вдова через твіттер*.

I love when @ballzenstein and @bannedlibrary talk about books; they are the cutest *twitter couple* [40]. - Мені подобається, коли @ballzenstein і @bannedlibrary обговорюють книги; вони наймиліша *пара, стосунки якої розвиваються в Твіттері.*

Hey come look at this! /Nope, too *Pinterested*. [29] - Хей! Глянька на це!/О ні, я *дуже зайнятий в Pinterest.*

John Mayer and ke\$ha have a *twittermance* [40]. - Джон Майєр і ke\$ha *мають якісь романтичні стосунки в твіттер.*

Проаналізувавши неологізми похідні від соціальних мереж Twitter, Facebook, Linked In, Whatsapp, Instagram, Pinterest, було з'ясовано, що найпродуктивнішими способами їх перекладу є: транслітерація, переклад за допомогою прямого включення та описовий спосіб перекладу.

ВИСНОВКИ

Соціальні мережі та Інтернет мають надзвичайно великий вплив на лексичну систему англійської мови. На сьогодні найпопулярніші соціальні мережі в світі – Twitter, Facebook, Linked In, Whatsapp, Instagram, Pinterest. Саме з їх появою пов'язують утворення неологізмів – нових слів, мовних нововведень, лексико-граматичних особливостей, що з'являються в мові, є свідченням її життя і розвитку, прагненням висловити все багатство людських знань, прогрес цивілізації.

Існує декілька традиційних класифікацій неологізмів. Це розподіл неологізмів за способом їх утворення та за стилістичним забарвленням. А дехто ще й спирається на ознаки, властиві тільки цим мовним одиницям.

Морфологічні способи словотвору відзначаються високою словотворчою активністю. Особливо слід наголосити на продуктивності такого процесу, як афіксація. Серед типів афіксального способу словотворення, суфіксальний та префіксальний є найуживанішими; менш продуктивним є суфіксально-префіксальний спосіб, що пов'язано із складністю утворення неологізмів таким чином, оскільки неологізми у мережі інтернет відзначаються характерним спрощеним варіантом формування словесних структур.

Поява нової лексики у сучасній англійській мові – активний процес поповнення її словникового складу. А оскільки неологізми охоплюють практично всі сфери життя, треба розуміти, яким чином необхідно перекладати ці лексичні одиниці українською мовою.

У результаті аналізу теоретичного та фактичного матеріалу було виявлено наступні способи перекладу англійських неологізмів: транскодування (транскрибування, транслітерація, адаптивне та змішане транскодування), калькування, описовий переклад. Існують також додаткові види передачі неологізмів для більш досконалого перекладу. Це – прийом прямого включення та приблизний переклад.

У ході дослідження було дібрано понад 100 неологізмів похідних від соціальних мереж Twitter, Facebook, Linked In, Whatsapp, Instagram, Pinterest, за допомогою методу суцільної вибірки зі спеціалізованих зарубіжних Інтернет джерел.

У результаті було виявлено, що найбільш поширеними способами перекладу англійських неологізмів похідних від соціальних мереж українською мовою є: транслітерація (28%), переклад за допомогою прямого включення (19%) та описовий спосіб перекладу (31%). (Додаток 1)

Основними ж критеріями, які повинні бути прийняті до уваги перекладачем при пошуку відповідності англійському неологізму в українській мові, є стислість і

однозначність тлумачення. Запропонований перекладачем варіант повинен бути зрозумілий для реципієнта.

ДОДАТКИ

Додаток 1



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антюфеева Ю.Н. Английские новообразования в развитии: потенциальное слово, окказионализм, неологизм: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 /Антюфеева Юлиана Николаевна. – Тула, 2004. – 184 с.
2. Бергельсон М.Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации / М.Б. Бергельсон [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rik.ru/vculture/seminar>.
3. Бик І. С. Теорія і практика перекладу III-IV (англійська мова). URL: <https://intrel.lnu.edu.ua/course/teoriya-i-praktyka-perekladu>.
4. Білоус Н. П., Дячук Л. С., Новохатська Н. В. Назви соціальних мереж як словотворчий елемент неологізмів XXI ст.
5. Виноградов В.А. Аббревиатура / В.А. Виноградов // Лингвистический энциклопедический словарь / гол. ред. В.Н. Ярцева. – М. : Сов. энцикл. 1990. – С. 9.
6. Винокуров А.М. Аффиксальные новые слова в современном английском языке / А.М. Винокуров // Сохранение и обновление языковых подсистем. – Тверь, 1992. – С. 12–18.
7. Гак В.Г. Новые слова и новые словари / В.Г. Гак // Новые слова и словари новых слов. – Л., 1983. – С. 15–29.
8. Городецкая Е.Я. К вопросу о путях образования неологизмов в английском языке (на материале анализа неологизмов в терминосистеме компьютерных технологий) / Р.Г. Гатауллин // Научные труды ДВГТУ. – Владивосток, 2001. – Вып. 128. – С. 52–61.
9. Грицай І.С. Сучасні підходи до вивчення неологізмів [Електронний ресурс] / І.С. Грицай. – Режим доступу : <http://www.kamts1.kpi.ua/node/1010>.
10. Данкевич Т. Переклад авторських неологізмів в англійській мові / Т. Данкевич // Мова і культура. – 2014. – Вип. 17, т. 3. – С. 341-346.
11. Драбов Н. До питання перекладу англійських неологізмів / Н. Драбов // Актуальні питання гуманітарних наук. Вип. 13, 2015. – С. 176-181.

12. Заболотный К.Ф. Семантические неологизмы в словообразовательной системе английского языка / К.Ф. Заболотный // Депон. рукопись в ИНИОН АН СССР №42482 от 23.07.90. – Черновцы, 1991. – С. 3–9.
13. Каптюрова В.В. Синтаксичні особливості повідомлень у Twitter / В.В. Каптюрова // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. праць. Київ. нац. ун-т ім. Т.Г. Шевченка. – К., 2011. – Вип. 36. – С. 397–403.
14. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Ч. II / Карабан В. І. – Вінниця: Нова книга, 2001. – 303 с.
15. Козаченко І.В. Особливості перекладу неологізмів англійської мови / І. Козаченко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. – 2014. – № 25. Том 2. – С. 166-168.
16. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. Москва : Р. Валент, 2011. 408 с.
17. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В.Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
18. Куш Е.О. Англійські політичні неологізми як перекладацька проблема / Е.О. Куш // Проблеми семантики слова, речення та тексту: зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. лінгв. ун-т / Вип. 25 / відп. ред. Н.М. Корбозерова. – К.: Вид. центр КНЛУ, 2010. – С. 220-228.
19. Машковцева К.М. Особливості перекладу неологізмів з англійської мови українською на матеріалі трактату Е. Саїда «Орієнталізм» / К.М. Машковцева // Студентські наукові студії: Молодіжний науковий журнал. – Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, Вип. 1(32). – 2013. – С. 27-30.
20. Низенко Я., Григоренко Н. Основні труднощі адекватного перекладу нестандартної лексики англійської мови. URL: http://www.rusnauka.com/16_NPRT_2012/Philologia/6_111668.doc.htm.
21. Погоріла А.І., Тимчук О.Т. Особливості перекладу неологізмів українською мовою. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/3.1/35.pdf>.
22. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.

- 23.Хавкин И. М. Занимательный специальный перевод: пособие. Издательские решения, 2015. 390 с.
- 24.Холстинина Т. В. Американский сленг в художественном тексте и проблема его передачи на русский язык. Автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук: [спец.]: 10 02 20 – Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание / Ин-т лингвистики и межкульт. коммуникации Московского гос. обл. ун-та. Москва, 2006. 17 с.
- 25.Шкуліпа Ю.С. Основні способи перекладу неологізмів публіцистичного стилю з англійської мови українською / Ю.С. Шкуліпа // Актуальні проблеми філології. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 22-23 вересня 2017 року). – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. – С. 91-93.
- 26.Algeo J. Among the New Words / J. Algeo, A. Algeo // American Speech. – Tuscaloosa, 1994. – Vol. 69. – № 1.– P. 80–90.
- 27.Auxier B., Anderson M. Social Media Use in 2021. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/socialmedia-use-in-2021> (дата звернення 14.10.2021).
- 28.Barz I. Nominationsforschung im Deutschen / I. Barz, M. Schröder. – Frankfurt am Main : Peter Lang, 1997. – 66 s
- 29.Cambridge Dictionary [Електронний ресурс] / Режим доступу до ресурсу: <https://dictionary.cambridge.org/>.
- 30.Cannon, G. Viability. The Death of Recent New Items in English / G. Cannon // Word. – 1987. – № 38. – P. 155–172.
- 31.Herring S.C. Beyond microblogging: Conversation and collaboration via Twitter [Электронный ресурс] / S.C.Herring // Proceedings of the Forty-Second Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-42). Los Alamitos, CA : IEEE Press. – Режим доступу : <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/honeycutt.herring.2009.pdf>.
- 32.Jones R. Internet Slang Dictionary / R. Jones // Lulu.com. – 2006. – 172 p.

33. Lehrer A. Identifying and Interpreting Blends: An Experimental Approach / A. Lehrer // Cognitive Linguistics. – Berlin ; New York, 1996. – Vol. 7. – № 4. – P. 359–390.
34. Longman Dictionary of Contemporary English [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ldoceonline.com/>.
35. Ludewig M. Czech ombudsman and ex-minister Otakar Motejl dies at 77 [Электронный ресурс] / M. Ludewig // The Earth Times. – 09 May 2010. – Режим доступа: <http://www.earthtimes.org/articles/show/322773,czechombudsman-and-ex-minister-otakarmotejl-dies-at-77.html>.
36. MacIntyre A. English Morphology [Электронный ресурс] / A. MacIntyre. Режим доступа : <http://www.uni-leipzig.de/~angling/mcintyre/morphology.intro.pdf>.
37. Oxford Word of the Year 2009: Unfriend [Электронный ресурс] // Oxford University Press Blog. – Режим доступа : <http://blog.oup.com/2009/11/unfriend/>.
38. Slang Dictionary – Lookup Internet & Text Slang [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.noslang.com/dictionary>.
39. Twittonary [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://twittonary.com>.
40. Urban Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=facebook>.
41. Warschauer M. Online communication [Электронный ресурс] / M. Warschauer // The Cambridge guide to teaching English to speakers of other languages. – Cambridge : Cambridge University Press, 2001. – P. 207–212. – Режим доступа : http://gse.uci.edu/person/warschauer_m/oc.html.
42. Watts K. 21st century Dictionary of Slang / Karen Watts. – Princeton : The Princeton Language Institute, 1994. – 384 p
43. Word Spy [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.wordspy.com/>
44. <http://www.studenglish.ru/index.php/2012-07-30-10-14-11>.