

2. Amri, M. A., De Rossi, M., & Hartati, R. (2025). NLP Meta Model to Enhance Soft Communication Skills in Mobile Legends. *International Journal of Humanities, Social Sciences and Business (INJOSS)*, 4(3), 357-373.
3. “How to use NLP in sales? Win at sales with NLP.” NLPSure – NLP in Sales. (2021, Oct 29). Retrieved from nlpsure.com.
4. Pardesi, D. S. (n.d.). *Influence of NLP on Sales: Reflections from an in-depth case study*. Retrieved from Scribd.

Довбиш Катерина

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Фрумкіна А. Л.

Міжнародний університет

МОВНА КАРТИНА СВІТУ КОРИСТУВАЧА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: ВИКЛИКИ ДЛЯ ПЕРЕКЛАДАЧА

Сучасні платформи соціальних мереж стали провідним середовищем комунікації, яке суттєво впливає на мовні звички користувачів. Інтернет і цифрова комунікація змінили спосіб, у який люди передають думки, емоції та інформацію. Миттєвий обмін повідомленнями, використання скорочень, емодзі, мемів та неформальних висловів формують новий тип мовної реальності, який поєднує елементи живого мовлення, письмового тексту та візуальних символів. У результаті створюється унікальна мовна картина світу, що вимагає від перекладача глибокого розуміння не лише мови, а й культурного контексту, соціальних кодів та емоційної складової цифрового простору.

З розвитком соціальних мереж змінюються не лише форми спілкування, а й способи конструювання значень. У цифрових платформах мова стає засобом самоідентифікації, способом демонстрації належності до певної групи чи культури. Таке явище висуває нові вимоги до перекладачів, адже класичні методи перекладу не завжди здатні передати сенс і тональність онлайн-спілкування. Необхідно враховувати гумор, іронію, емоційність, візуальні

компоненти, що супроводжують текст, а також мовну динаміку, у якій слова швидко змінюють значення або набувають нових конотацій [1].

Мовна картина світу користувачів соціальних мереж формується під впливом граматичних, лексичних та культурних чинників. Вона відображає як індивідуальне, так і колективне бачення світу. Цифрова комунікація породжує численні неологізми, запозичення, акроніми та англіцизми, які згодом входять до активного словника. Прикладами можуть слугувати вислови *lol* (голосно сміюся), *brb* (скоро повернуся) чи *selfie* (фото себе). Такі одиниці не лише економлять час під час спілкування, а й створюють нові соціокультурні коди взаємодії, зрозумілі переважно тим, хто залучений у цифрову культуру. Саме тому перекладач має вміти не лише знайти словниковий еквівалент, а й правильно передати стиль, тон і емоційність повідомлення.

Поряд із лексичними змінами відбувається й трансформація граматичних структур. У цифровому середовищі повідомлення часто позбавлені традиційних розділових знаків, а речення набувають уривчастої, розмовної форми. Користувачі дедалі частіше уникають великих літер, змішують кілька мов у межах одного повідомлення або використовують вигуки на кшталт *wow*, *ugh*, *meh*. Такі форми надають тексту динамічності, передають емоційний стан мовця й створюють новий ритм спілкування. Для перекладача це означає потребу враховувати не лише лексичний зміст, а й емоційний тембр висловлювання [2].

Важливим компонентом мовної поведінки користувачів соціальних мереж є культурні маркери – меми, хештеги, цитати з кіно, серіалів чи музики. Наприклад, фраза «Нарешті п'ятниця *#relax #weekend*» не лише позначає емоційний стан, а й демонструє належність до спільного культурного простору відпочинку. Хештеги та меми функціонують як своєрідні знаки культури, тому їх переклад вимагає не буквального, а адаптованого підходу. Перекладач має розуміти, як змінюється сенс, коли фраза переноситься з одного культурного контексту в інший [3].

Особливу складність становлять запозичення з англійської, які вже стали частиною щоденного словника користувачів, як-от *like, share, post*. Вони перетворилися на універсальні культурні індикатори цифрового світу. Граматика при цьому теж спрощується: замість «I do not like it» часто вживають «I no like it». Такі конструкції свідчать про неформальний стиль і швидкий темп спілкування. Емодзі та стікери стають засобом невербальної комунікації, допомагаючи передати інтонацію, емоцію чи ставлення до сказаного. Наприклад, коротке повідомлення «This weather #mondayblues» поєднує мінімалістичний текст і хештег, який виконує функцію вираження настрою [4].

Соціальні мережі не лише фіксують, а й активно формують нові комунікативні норми. Мемі, жарти й іронічні вислови можуть мати локальний або навіть індивідуальний контекст. Для перекладача важливо вловити, який сенс стоїть за фразою, і як її зрозуміють представники іншої культури. Наприклад, вираз «Me when the teacher says “pop quiz”» є типовим прикладом американського мемного формату. У перекладі важливо не просто відтворити слова, а передати комічну ситуацію, зрозумілу українській аудиторії [5].

Ще однією проблемою є передача гумору, сарказму та інтертекстуальних алюзій. Мем чи хештег часто спирається на культурну пам'ять певної спільноти, тому прямий переклад може бути беззмістовним. У таких випадках перекладач застосовує адаптивні методи, що дозволяють передати не форму, а ефект – тобто реакцію, яку викликає повідомлення. Саме це вимагає поєднання лінгвістичних знань і культурної інтуїції.

Якісний переклад контенту соціальних мереж передбачає комплексний підхід, який враховує смислове, емоційне та культурне навантаження тексту. Перекладачеві необхідно ретельно аналізувати контекст, розуміти мотиви автора й реакцію аудиторії. Особливу увагу варто приділяти передачі жартів, сленгу, скорочень і мемів, адже буквальний переклад може призвести до втрати змісту чи емоційного ефекту. Важливо, щоб адаптація контенту зберігала не лише зміст, а й комунікативну силу висловлювання.

З огляду на швидкий розвиток цифрових технологій і постійну появу нових мовних явищ, перекладач повинен постійно вдосконалювати свої навички, стежити за тенденціями інтернет-культури, спілкуватися з носіями мови, аналізувати приклади живого онлайн-дискурсу. Це дозволяє глибше розуміти інтонаційні й емоційні відтінки текстів, а також забезпечує автентичність перекладу.

Мовна картина світу користувачів соціальних мереж сьогодні є складним багатовимірним явищем, що об'єднує мовні, культурні та емоційні елементи. Вона формує нову комунікативну реальність, у якій межі між мовами, стилями та жанрами поступово стираються. Для перекладача така ситуація є не лише викликом, а й можливістю проявити креативність, професійне чуття та міжкультурну компетентність.

Подальший розвиток досліджень у цій сфері має бути спрямований на створення методичних рекомендацій, практичних посібників і тематичних словників, які допоможуть перекладачам адекватно передавати значення, гумор і культурні коди цифрової комунікації. Такі інструменти стануть підґрунтям для більш точного та емоційно насиченого перекладу онлайн-контенту, що відображає сучасний світ у всій його мовній і культурній різноманітності.

Література

1. Актуальні проблеми перекладознавства та методики навчання перекладу: тези доповідей XI наукової конференції з міжнародною участю (15–16 квітня 2021 р., м. Харків, Україна). Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. — 143 с. URL: <https://foreign-languages.karazin.ua/resources/1d0b11a9fb78751de5c18e0a270a1652.pdf>
2. Ефективна комунікація в перекладацькій діяльності *Молодий вчений*. Видавництво «Молодий вчений». URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/6303> (дата звернення: 02.11.2025).

3. Electronic Kyiv-Mohyla Academy Institutional Repository. DSpace Repository. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/bc74cfbc0a4-4648-b267-5b0a4236f1e4/content> (дата звернення: 02.11.2025).
4. Hallenges in Translation of Emotions in Multilingual User-Generated Content: Twitter as a Case Study. URL: <https://arxiv.org/abs/2106.10719> .
5. Leonardi V. Communication challenges and transformations in the Digital Era: emoji language and emoji translation. DeGruyter Brill. URL: <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/lass-2022-2003/html> (дата звернення: 02.11.2025).

Дорофей Луїза

Науковий керівник: Дутко Олена Миколаївна
**Кам'янець-Подільський національний університет
імені Івана Огієнка**

РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ОСВІТНІХ ТРАЄКТОРІЙ УЧНІВ ЗАКЛАДІВ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ ЗАСОБАМИ НАВЧАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У сучасній системі середньої освіти все більшого значення набуває персоналізація навчання та формування індивідуальних освітніх траєкторій (ІОТ) учнів. Використання ІОТ дозволяє адаптувати освітній процес до потреб, здібностей та інтересів конкретного учня, сприяє розвитку автономії та мотивації у навчанні, а також підвищує ефективність опанування іноземної мови, зокрема англійської. В умовах глобалізації та швидких змін у суспільстві компетентнісний підхід та індивідуалізація навчання стають ключовими факторами успішної підготовки молоді.

Метою дослідження є аналіз можливостей розробки та впровадження індивідуальних освітніх траєкторій учнів закладів середньої освіти засобами навчання англійської мови. Для досягнення мети використано такі методи: аналіз наукової літератури, педагогічне спостереження, моделювання ІОТ.