

Марина Колісник

Кандидат філологічних наук, доцент,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Київ, Україна
<https://orcid.org/0000-0002-6697-5850>
Kolisnyk.maryna@lil.kpi.ua

Назар Самар

Здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Київ, Україна
<https://orcid.org/0009-0004-0981-7751>
n.samar.la02@kpi.ua

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ У СФЕРІ ЦИФРОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Стаття присвячена дослідженню особливостей перекладу англomовних повідомлень у соціальних мережах, що містять сленг, неологізми, емодзі, граматичну спрощеність і прагматичні маркери, та виявленню основних проблем їх передачі з англійської на українську мову. Актуальність роботи зумовлена необхідністю наукової рефлексії над змінами у транслатологічній парадигмі, спричиненими стрімким розвитком полікодового дискурсу цифрової комунікації. Особливу увагу приділено порівнянню вбудованих автоматичних перекладів (на прикладі Instagram, X (Twitter) TikTok та Threads) з ручними перекладами. Таке зіставлення дозволяє верифікувати ефективність сучасних нейромережових моделей у відтворенні неконвенційних мовних одиниць. Встановлено, що саме алгоритми машинного перекладу часто неточно передають прагматичні значення (зокрема іронію та сарказм), а також спотворюють нетипові граматичні конструкції та культурно марковану лексику. Дослідження базувалось на корпусі реальних дописів, завдяки чому було виявлено типові помилки автоматичних систем та проаналізовано механізми їх виникнення. Застосовано методики корпусного аналізу, зіставлення та елементи лінгвопрагматичної інтерпретації. Запропоновано рекомендації для підвищення точності відтворення стилістичних і прагматичних компонентів текстів соціальних мереж. Результати, отримані з дослідження, можуть використовуватись як у сфері перекладознавства, так і для вдосконалення алгоритмів машинного перекладу в умовах активної сучасної цифрової комунікації.

Ключові слова: соціальні мережі; цифрова комунікація; машинний переклад; сленг; емодзі; прагматика; іронія.

1 ВСТУП

Постановка проблеми. Соціальні мережі займають важливе місце у сучасному інформаційному середовищі. Розповсюдження соціальних мереж упродовж останніх двох десятиліть суттєво вплинуло на способи комунікації в сучасному суспільстві. Без сумніву, відомі нам всім додатки для комунікації перетворилися на ключові платформи і для індивідуального, і масового спілкування. За даними Statista (2024), понад 5 мільярдів людей по всьому світу активно використовують соціальні мережі. Значна частина комунікації також відбувається англійською мовою навіть серед користувачів, які не є носіями мови та не мають фахової мовної освіти, але володіють англійською як іноземною на певному рівні. Для україномовних користувачів це створює ситуацію постійного контакту з англomовним контентом – від перегляду новин та мемів до повідомлень для вирішення особистих та професійних питань. Мова соціальних мереж має кілька визначальних рис. Перш за все, це

мультимодальність, завдяки якій відбувається поєднання тексту, емодзі, зображень, відео та гіперпосилань. Не менш важливим фактором є високий рівень креативності. У соціальних мережах активно відбувається процес створення неологізмів, скорочень та словосполучень. А також важливою є прагматична насиченість – іронія, сарказм, метамовні коментарі, оцінні вислови. Все це виділяє соціальні мережі серед інших видів комунікації. Таким чином, традиційні методи перекладу виявляються недостатніми, оскільки для перекладу (ручного чи автоматичного) необхідно враховувати не лише значення слів та еквівалентів у мові, на яку здійснюється переклад, але й комунікативні наміри автора, культурні коди та невербальні елементи повідомлення. Проблема одночасно і полегшується, і ускладнюється тим, що більшість популярних платформ для комунікації – Instagram, X (Twitter), Threads – пропонують можливість скористатись вбудованим автоматичним перекладом, який часто не здатен адекватно передати стилістичні та прагматичні особливості оригіналу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження мови соціальних мереж і її перекладу часто стають об'єктами аналізу та обговорень у сучасному світі. Це доводить, що цей напрям активно розвивається у межах цифрової лінгвістики та перекладознавства у працях українських і зарубіжних науковців, які розглядають гібридний характер інтернет-комунікації (Crystal, 2011), визначають роль емодзі та емотиконів як прагматичних маркерів (Danet & Herring, 2007, Гудзь Н.О., 2013), описують лексичні особливості мережевого сленгу (Lamsehat & Patria, 2024) та процеси стандартизації інтернет-неологізмів (Сун М., 2017). Особливу увагу дослідники приділяють впливу алгоритмів популярних соціальних мереж на мовні практики, що виявляється у появі феномену *algospeak* (Aleksic, 2025; Moskal M, Supernak N., 2023), коли користувачі свідомо роблять заміну слів з метою уникнення блокування контенту різного характеру. Не менш важливим напрямом є аналіз прагматичної насиченості повідомлень у соціальних мережах, зокрема відтворення іронії, сарказму та імпліцитних смислів у перекладі, оскільки саме ці елементи визначають комунікативний ефект і точність передачі авторського задуму (Kotze, 2025).

Разом з тим, аналіз українськомовної адаптації англomовних повідомлень у сфері цифрової комунікації не було значною мірою висвітлено у працях дослідників. Тому **метою** дослідження є виявити особливості відтворення англomовних повідомлень із соціальних мереж (сленг, неологізми, емодзі, спрощена граматики, прагматичні маркери) в українському перекладі та порівняти стратегії і точність вбудованих автоматичних перекладачів (Instagram, X (Twitter), TikTok та Threads) з ручними перекладами, визначивши сильні і слабкі сторони автоматичного перекладу порівняно з перекладом, виконаним людиною.

2 МЕТОДИ

Матеріалом для дослідження слугував корпус англomовних повідомлень обсягом 307 одиниць, дібраних методом суцільної вибірки із соціальних мереж Instagram, X (Twitter), TikTok та Threads. До корпусу увійшли як оригінальні дописи, що містять сленг, неологізми, емодзі, граматичну спрощеність та прагматичні маркери, так і їхні українські переклади – автоматичні (вбудовані у платформи) та ручні, виконані користувачами.

Для досягнення поставленої мети та всебічного аналізу матеріалу було застосовано комплексний методологічний інструментарій, що поєднує різні методи наукового підходу. Загальнонауковий метод дослідження ґрунтується на підходах систематизації та класифікації, які стали основою для структурування виявлених лінгвістичних явищ. Емпірико-теоретичні методи представлені аналізом фахових праць із цифрової лінгвістики, перекладознавства та прагматики, що сформували теоретичне підґрунтя роботи, а також зіставним аналізом задля виявлення закономірностей перекладу англomовних повідомлень у соціальних мережах з їхньою українськомовною адаптацією. Більше того, були проведено порівняння автоматизованого (машинного) та ручного перекладів з метою встановлення адекватності перекладу. Спеціалізований лінгвістичний метод включає лексико-прагматичний аналіз, спрямований на глибоке вивчення функціонування мовних одиниць у заданому дискурсі.

За допомогою методів класифікації та систематизації було описано масив лексико-семантичних новоутворень (зокрема блендинги, акроніми) і способи їх перекладу (калька, адаптація, еквіваленти), а також структуровано функції емодзі та прагматичних маркерів. Центральним для емпіричної частини роботи став зіставний аналіз автоматичних та ручних перекладів, який було залучено задля виявлення типових помилок, семантичних втрат та стилістичних спотворень, що виникають при машинній обробці. Для глибшого дослідження функціонального навантаження відібраних одиниць було використано лексико-прагматичний аналіз, зосереджений на вивченні ролі сленгу, неологізмів та емодзі у формуванні емоційної та іронічної конотації й способів її передачі у перекладі. Окрім того, емпіричне дослідження здійснювалось із використанням кількісного аналізу для визначення частоти вживання різних типів мовних одиниць, що дозволило об'єктивно оцінити їх поширеність та вплив на вибір перекладацьких прийомів та загальну адекватність перекладу.

У сукупності, застосування зазначеного методологічного комплексу дозволило повноцінно оцінити як мовні, так і перекладацькі особливості англомовних повідомлень соціальних мереж та запропонувати обґрунтовані рекомендації для покращення якості їх перекладу.

3 РЕЗУЛЬТАТИ Й ОБГОВОРЕННЯ

Проведений аналіз англомовних повідомлень у соціальних мережах Instagram, X (Twitter), TikTok та Threads дозволив всебічно охарактеризувати специфіку англомовних повідомлень у сфері цифрової комунікації. Як було визначено у теоретичних засадах роботи, сучасна цифрова інтернет-комунікація, і зокрема дискурс соціальних мереж, являє собою складний, гібридний лінгвістичний простір, який, за влучним визначенням Д. Кристала (2011), ефективно комбінує ознаки як усної, так і письмової мови. Наше дослідження підтверджує, що цей дискурс надзвичайно насичений специфічними лінгвістичними явищами, які знаходяться на периферії або поза межами стандартизованої літературної мови. Аналіз матеріалу дозволив виявити та структурувати ключові лексичні одиниці, притаманні інтернет-комунікації, що водночас становлять найбільший виклик для перекладу. Дослідження показало, що найвищу частотність вживання, та, у свою чергу, найбільшу складність для відтворення становлять сленгові одиниці та динамічні неологізми, що утворюються, зокрема, шляхом блендингу та свідомого словотворення («algospeak»). Також поширеними засоби мовної економії є акроніми та скорочення, мультимодальні компоненти, серед яких домінуючу роль відіграють емодзі як носії семантико-прагматичного навантаження, та граматична спрощеність, що межує з ненормативністю. Ключова проблема для перекладу полягає не стільки у фіксації зазначених одиниць, скільки у відтворенні їхнього глибокого прагматичного характеру. Повідомлення є джерелом культурних кодів, ситуативної іронії, соціальної ідентичності та миттєвого емоційного забарвлення. Саме ця прагматична насиченість, що вимагає від реципієнта не лише знання мови, але й глибокого занурення в контекст, робить ці одиниці надзвичайно важкими для адекватного відтворення та стає практично нездоланною перешкодою для алгоритмів вбудованого машинного перекладу. У нашому дослідженні ми послідовно вивчили кожен з цих категорій, детально аналізуючи механізми виникнення помилок при автоматичному перекладі та порівнюючи їх з ефективними стратегіями ручного перекладу.

Дослідження переконливо доводить, що сленгові одиниці в сучасному інтернет-дискурсі представлені переважно динамічними неологізмами або ситуативними новоутвореннями. Мова в соціальних мережах не є статичною, вона радше знаходиться в процесі постійного оновлення, яке зумовлене високим рівнем креативності користувачів, потребою в постійній мовній грі, вираженні групової ідентичності та, що є унікальною рисою сьогодення, необхідністю адаптуватися до технологічних обмежень платформи. Причина чому сленг та неологізми є найчастотнішою категорією полягає у самій природі соціальних мереж як середовища для швидкоплинної, неформальної та емоційно насиченої комунікації. Традиційний словниковий запас часто виявляється недостатнім для опису нових цифрових

реалій або для передачі складних емоційних відтінків у лаконічній формі. Для адекватного аналізу цих одиниць недостатньо просто зафіксувати їх, необхідно зрозуміти механізми їх творення. Наше дослідження виділило два високопродуктивні механізми, які становлять особливий виклик для перекладу, а саме стилістично-креативний (блендинг) та технологічно-детермінований (algospeak).

Одним із найяскравіших прикладів стилістичного словотворення є блендинг. Наприклад, лексема «*hangry*», утворена злиттям слів *hungry* + *angry*, є хрестоматійним зразком. Аналіз перекладацьких рішень, використаних у зазначеному прикладі, є вкрай показовим. Ця одиниця не є просто сумою двох значень, а скоріше новим концептом, що вербалізує специфічний, культурно впізнаваний психофізіологічний стан. У випадку з лексемою «*hangry*» автоматичний перекладач може видати лише один компонент («*голодний*» або «*злий*»), ігноруючи бленд як цілісну одиницю. Інший тим помилки це семантично хибний результат, коли система може запропонувати занадто загальний або неточний переклад, наприклад «*драмативний*» або «*сварливий*», що не передає специфічного психофізіологічного концепту, закладеного в оригіналі. Ручний переклад, у свою чергу, пропонує дві основні стратегії. Перша – описова адаптація («*розлючений від голоду*»). Цей варіант семантично є коректним, але зі сторони перекладознавства є надто слабка, оскільки повністю втрачає ключові характеристики оригіналу: лаконічність, стилістичну експресію та, власне, саме мовну гру слів. Друга, значно більш вдала стратегія – створення відповідного неологізму в українській мові, наприклад, «*голоднешний*», що дозволяє відтворити сам механізм словотвору та зберегти експресивний заряд.

Не менш складним, але вже з інших причин, виявляється неологізм «*stan*», який, імовірно, виник як блендинг *stalker* + *fan*. У цьому прикладі простежується явище семантичного зсуву, яке є невидимим для машинного перекладу. Слово, яке потенційно мало негативну етимологію (*stalker*), у сучасному інтернет-дискурсі повністю змінило конотацію на позитивну, означаючи «*палкий, відданий шанувальник*». Аналіз помилки машинного перекладу тут є наочним: повідомлення «*I'm such a stan for this artist!*» офіційний перекладач Instagram, у ролі якого виступає штучний інтелект, відтворює як «*Я такий сталкер для цього артиста!*». Це є катастрофічною прагматичною помилкою. Переклад не просто неточний, він скоріше інвертує комунікативний намір автора, підміняючи захоплення (позитивну конотацію) на переслідування (негативну). Перекладач-людина, натомість, володіючи культурним контекстом, застосовує інтерпретацію та адаптацію, наприклад: «*Я шалено фанатію від цього артиста*». Це рішення повністю ігнорує форму, але бездоганно передає функцію та прагматичний намір висловлювання, а саме високий ступінь захоплення.

Якщо блендинг є результатом переважно стилістичної мовотворчості, то інший, не менш продуктивний механізм неологізації, що був виявлений у ході дослідження, має технологічно-детермінований характер. Мова йде про таке унікальне лінгвістичне явище, як «algospeak». Як зазначає Aleksic (2025, с. 1-10), це є свідомо лінгвістична стратегія, яка полягає у створенні та використанні альтернативних слів, евфемізмів або кодових фраз з прямою метою обійти алгоритми автоматичної модерації та цензурування контенту на платформах. Частота актуалізації цього лінгвістичного явища зростає, оскільки політика платформ стає дедалі жорсткішою, а користувачі вимушені винаходити нові способи для обговорення «чутливих» тем. Це створює фундаментальний парадокс для машинного перекладу: слово, навмисно створене непрозорим для алгоритму-модератора, залишається так само непрозорим і для алгоритму машинного перекладу. Це, по суті, «мова в мові», зрозуміла лише для людей, які володіють контекстом. Наше дослідження виявило понад 50 прикладів цього явища в різних контекстах: від неологізму «*unalive*» (букв. «неживий») для обговорення тем самогубства чи смерті в TikTok (оскільки слова «*suicide*» або «*dead*» жорстко модеруються та «песимізуються») до китайського омофонічного евфемізму «*米兔*, *mǐ tù*» (що звучить подібно до #MeToo і дозволяло обходити «Великий фйрвол»). Сюди ж належать кодові фрази на кшталт «*going camping*» (*йти в похід*) для позначення поїздки з метою отримання медичної послуги з переривання вагітності у США або український мем-евфемізм «*бавовна*» для позначення

вибухів на військових об'єктах, який англійською мовою відповідає «cotton» і є прикладом лінгвістичної стратегії обходу цензури. Він виник через те, що слово, яке вживалося на позначення вибуху, є омонімом слова «бавовна» (*cotton*) в іншому мовному середовищі. Навмисне використання цього буквального, але абсурдного перекладу створює захист від алгоритмів, оскільки вони розпізнають лише невинне слово. Останній приклад є особливо показовим, оскільки він еволюціонував від простої реакції на цензуру до потужного інструменту інформаційної війни з виразним іронічним підтекстом. У цифровій комунікації це призводить до поширення виразів на кшталт «Знову привезли бавовну» або «Бавовна в небі над...», що є проявом глузування та рефреймінгу подій, де іронія витісняє страх. Таким чином, це явище є беззаперечним доказом прямого впливу технологій та політик модерації на лексичне оновлення мови, що підтверджує і тезу Moskal M та Supernak N., (2023) про те, як соціальні мережі активно перебудовують мову. Переклад таких одиниць вимагає від перекладача не лише лінгвістичних знань, а й глибокого розуміння поточного соціополітичного та технологічного контексту, на що наразі не здатна жодна автоматизована система.

Разом з тим, поряд з потужною тенденцією до словотворення та неологізації, в дискурсі цифрової комунікації існує паралельний і не менш важливий процес – прагнення до максимальної мовної економії. Виникнення такої тенденції є надзвичайно поширеним явищем і це зумовлене сукупністю двох факторів: по-перше, технологічними обмеженнями (обмеження кількості символів у X(Twitter) та Threads), а по-друге – соціально-прагматичною потребою у високій швидкості комунікації, що імітує динаміку усної розмови. Ця тенденція реалізується на двох мовних рівнях: лексичному (через акроніми та скорочення) та граматичному (через спрощення та еліпсис), і саме на цьому полі автоматичні перекладачі демонструють системні збої.

На лексичному рівні мовна економія (що охоплює акроніми, скорочення, бленди та *algospeak*) найбільш яскраво і продуктивно проявляється у використанні акронімів. За нашими даними, акроніми становлять близько 45% усіх виявлених одиниць, випереджаючи скорочення (30%), бленди (15%) та *algospeak* (10%). Дослідження виявило, що найскладнішою проблемою для перекладу є не стільки розшифровка акроніма, скільки той факт, що найчастотніші з них зазнали прагматичного зсуву. Вони перестали бути просто скороченнями фраз і перетворилися на повноцінні прагматичні маркери. Ідеальний приклад – акронім *LOL* (*laughing out loud*). У переважній більшості контекстів він уже давно не означає реальний фізичний сміх і слугує зазвичай для пом'якшення висловлювання, позначення іронії, заповнення комунікативної паузи або просто як сигнал ввічливості. Саме тому буквальний машинний переклад (калька) «*сміюся вголос*» є не просто стилістично незграбним, а також функціонально абсурдним. Такий переклад звучить в українському тексті неприродно, штучно і повністю руйнує комунікативний намір, відтворюючи мертву етимологію замість живої прагматичної функції. Схожа проблема виникає і з культурно-специфічними акронімами, як-от *FOMO* (*fear of missing out*). Вбудований переклад в X (Twitter) нерідко вдається до транскрипції «*ФОМО*». Для необізнаного читача така одиниця є семантично порожньою, вона переносить форму, але абсолютно не передає зміст. Це демонструє системну неспроможність автоматичних систем перекладу працювати з культурно маркованою лексикою. Ручний переклад, навпаки, вимагає описової адаптації («*Страх пропустити щось [важливе]*»), що є єдиним адекватним рішенням для передачі концепту.

Та ж сама тенденція до економії, продиктована прагненням до швидкості та імітації усного мовлення, спостерігається і на граматичному рівні. Тут вона проявляється у масовому використанні еліпсису (пропуску членів речення), відсутності стандартної пунктуації та вживанні неформальних, часто навіть ненормативних граматичних конструкцій. Фраза «*Gonna be late, sorry!*» є типовим зразком розмовної редукції (скорочення від «*I am going to be late...*»). Ця граматична економія, також відома як телеграфний стиль, охоплює не лише скорочення дієслівних форм (*gonna, wanna*), але й пропуск артиклів, допоміжних дієслів та займенників, які вважаються надлишковими. Мета такої редукції це досягнення максимальної швидкості

комунікації та імітація природного, нередагованого мовлення. Автоматичні перекладачі, навчені на масивах формальних, повних текстів, системно зазнають невдачі при обробці таких конструкцій, що веде до буквальних, граматично та семантично хибних результатів на кшталт «Збираюся бути пізно, вибачте!». Перекладач-людина, натомість, миттєво розпізнає комунікативну функцію і застосовує відповідну граматичну корекцію, відтворюючи ключовий намір: «Запізнюся, вибач». Аналогічна ситуація спостерігається і з ненормативними конструкціями, як-от «*Me and him went to the store*» (замість коректного «*He and I...*»). Машинний переклад сліпо копіює цю граматичну помилку: «*Я і він пішли до магазину*». Перекладач-людина ж у цьому випадку виступає в ролі редактора, застосовуючи граматичне перефразування і надаючи стилістично та граматично природний український відповідник: «*Ми з ним пішли до магазину*». Це доводить, що автоматичні системи, орієнтовані на класичні граматичні правила, виявляються абсолютно не готовими до роботи з «живою», спрощеною та ненормативною мовою соціальних мереж.

Однак, суто текстовий аналіз мови соціальних мереж є апіорі неповним, оскільки однією з її визначальних рис є мультимодальність. Як слушно зазначають Денет і Геррінг (2007), текст, зображення та графічні символи в інтернет-комунікації взаємодіють для формування єдиного, синкретичного смислу. У цьому контексті емодзі виходять далеко за межі простої ілюстрації чи засобу мовної економії. Дослідження показало, що вони виконують дві складні функції: по-перше, лексико-семантичну, замінюючи слова чи навіть цілі фрази, а по-друге – прагматичну, виступаючи як потужні емоційні маркери, що здатні не просто підсилити, а й радикально змінити тональність усього текстового повідомлення. Аналіз показав, що у понад 70% випадків в X (Twitter) саме емодзі мали вирішальний вплив на сприйняття повідомлення. Наприклад, переклад повідомлення з автоматичним перекладом, у якому емодзі або проігнороване, або замінено на текстовий опис, втрачає емоційну теплоту та щирість, закладену автором. Ще складніші комбінації створюють більші проблеми. Різні послідовні емодзі є менш поширеними та стандартизованими у великих навчальних корпусах, ніж поодинокі символи. Це робить їх контекстуально залежними та непрозорими для алгоритмів. У фразі «*That meeting was a nightmare*» разом з емодзі, які позначають чашку кави та втому, емодзі не просто ілюструють, а створюють цілий додатковий наратив, передаючи відчуття крайньої втоми та потреби в каві для відновлення (Рис. 1):

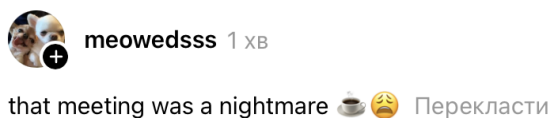


Рис. 1. Оригінальне повідомлення англійською мовою з використанням двох емодзі

Автоматичний переклад, не здатний інтерпретувати цю комбінацію та втрачає значний шар авторського посилу (Рис. 2):



Рис. 2. Автоматичний переклад, виконаний вбудованим перекладачем соціальної мережі Threads

Як зазначають Ламсехат та Патрія (2024), перекладач має враховувати прагматичну функцію емодзі, що вимагає або їх збереження, або описової адаптації. Вершиною цього прагматичного виклику, де всі описані вище проблеми (сленг, граматики, мультимодальність) сходяться воедино, є адекватна передача іронії та сарказму. Оскільки іронія, за своєю природою, є комунікативним актом, де висловлене, буквально значення є прямо протилежним тому, що мається на увазі, це є найскладнішим етапом перекладу. Автоматичні системи перекладу, засновані на статистичних моделях та прямому співставленні, є буквальними за своєю суттю. У соціальних мережах, де відсутні невербальні сигнали усної мови (інтонація, міміка), іронія маркується саме тими ледь помітними сигналами, які машини системно

ігнорують: специфічними емодзі (наприклад, емодзі лиця з піднятими до гори очима), особливою пунктуацією (надмірна кількість крапок чи знаків оклику) або вживанням певних лексичних маркерів (як-от «great», «obviously» або навіть «lol» у специфічному контексті, як було зазначено раніше) (Рис. 3):

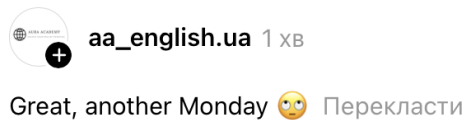


Рис. 3. Оригінальне повідомлення англійською мовою з використанням емодзі на позначення іронії

Як переконливо доводить дослідження Котзе (2024), автоматичний переклад часто не в змозі розпізнати ці імпліцитні маркери, що призводить до прямого, буквального перекладу. У результаті, комунікативна функція не просто втрачається, а інвертується, і саркастичне висловлювання прочитується реципієнтом як щире твердження. Класичний переклад «Great, another Monday» у поєднанні з емодзі на позначення іронії, ідеально ілюструє цю катастрофічну прагматичну помилку. Машинний переклад є формально коректним, але прагматично є абсолютно хибним (Рис. 4):

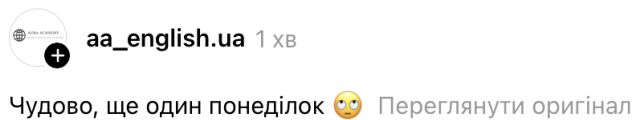


Рис. 4. Автоматичний переклад, виконаний вбудованим перекладачем соціальної мережі Threads

Алгоритм не зміг розпізнати, що семантична комбінація «Great» + «Monday» + емодзі у сучасному інтернет-дискурсі є стійким маркером сарказму, що означає «я ненавиджу понеділки». Як наслідок, саркастичне нарікання автора було перекладено як щире захоплення. Ручний переклад, натомість, «О, як же класно, знову понеділок» разом з емодзі на позначення іронії, демонструє застосування стратегії прагматичної компенсації. Перекладач-людина, розпізнавши іронію (що підтверджується ідеями Бистрова Я.В. (2010) та Юрчишин В.М. (2021)), свідомо вводить в український текст додаткові лексичні маркери (вигук «О», частки «як же», прислівник «знову»), які в цільовій мові слугують для передачі тієї самої саркастичної інтонації, і таким чином адекватно відтворює авторський комунікативний намір.

Підсумовуючи, порівняльний аналіз перекладів з Instagram, X(Twitter), TikTok та Threads продемонстрував, що вбудовані системи машинного перекладу, попри свою швидкість та доступність, забезпечують лише поверхневий, недосконалий результат. Основні проблеми перекладу, як і було висунуто в гіпотезі, пов'язані із системною нездатністю алгоритмів адекватно відтворювати сленгові вирази, новітні неологізми (особливо культурно- та технологічно-детерміновані), граматичні особливості неформального мовлення та особливо прагматичні нюанси. Це повністю корелює з висновками Гаспарі (2015), які зазначали, що сучасні системи машинного перекладу все ще не можуть повноцінно працювати з неформальною мовою та її мультимодальним контекстом. Таким чином, автоматичний переклад, ігноруючи культурно-мовні особливості, неминуче призводить до втрати смислових відтінків. А отже автоматичний переклад у поточному його стані дає лише базове розуміння тексту, але він майже повністю втрачає стилістичні, емоційні та прагматичні нюанси. Саме ці нюанси, власне, і є найважливішими для успішної комунікації в соціальних мережах. Ручний переклад, натомість, хоч і є більш затратним за часом, демонструє незрівнянно вищий рівень адекватності. Враховуючи як мовні, так і культурні особливості, перекладач-людина застосовує гнучкі стратегії адаптації, компенсації та описового перекладу, що дозволяє значно точніше і повніше передати зміст та функціональні характеристики оригінальних повідомлень.

4 ВИСНОВКИ І НАПРЯМИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Проведене дослідження підтвердило, що вбудовані системи машинного перекладу в соціальних мережах (Instagram, X (Twitter), TikTok, Threads) хоч і забезпечують швидке, базове розуміння тексту, систематично зазнають невдач при відтворенні неформальної, прагматично насиченої комунікації. Встановлено, що ключові помилки алгоритмів пов'язані з їхньою нездатністю розпізнавати семантичний зсув у сленгових одиницях та культурно й технологічно-детермінованих неологізмах, ігноруванням семантичної ролі мультимодальних компонентів та буквальною перекладом прагматичних маркерів. Це, у свою чергу, призводить до спотворення або повної інверсії смислу, особливо у випадках передачі іронії та сарказму. Натомість ручний переклад, який спирається на гнучкі стратегії адаптації та компенсації, продемонстрував значно вищу адекватність у відтворенні комунікативного наміру автора.

Ці висновки окреслюють чіткі напрями для подальших наукових досліджень та вдосконалення перекладацьких технологій. Насамперед, ключовим завданням є інтеграція адаптивних моделей машинного перекладу шляхом створення розширених, динамічно оновлюваних словників сленгу та неологізмів, які б враховували швидкоплинний культурний контекст. Не менш важливим є перехід до повноцінних мультимодальних підходів, що здатні аналізувати емодзі як самостійні семантичні одиниці, а не просто графіку. Окремим перспективним напрямом є розробка спеціалізованих лінгвістично-зорієнтованих інструментів для розпізнавання та адекватної передачі прагматичних маркерів, зокрема іронії. Враховуючи високу креативність та складність досліджуваного дискурсу, дослідження також підтверджує, що на сучасному етапі розвитку технологій роль людини-перекладача як контролера, пост-редактора та адаптера машинного перекладу залишається незамінною.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- Бистров Я. В. Іронія як характерологічний лінгвоконструкт у ідіостилі Джуліана Барнса. *Нова філологія*. 2010. Вип. 39. С. 19–26.
- Сун М. (2017). Сучасні неологізми китайської Інтернет-мови: структурно-семантичний аналіз", *Наукові записки Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія: Філологічні науки*, 2(46), 98–103.
- Юрчишин В. Лінгвопрагматичні характеристики сатири в британському медійному дискурсі. https://svr.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/5/2021/12/Дисертація_Юрчишин.pdf
- Aleksic, A. (2025). *Algospeak: How social media is transforming the future of language*. Knopf Doubleday Publishing Group. <https://www.amazon.com/Algospeak-Social-Transforming-Future-Language/dp/0593804074>
- Crystal, D. (2011). *Internet Linguistics: A student Guide*. Routledge. <https://www.routledge.com/Internet-Linguistics-A-Student-Guide/Crystal/p/book/9780415602716?srsltid=AfmBOooVhy0oD34crYc24c5caJEXwLhHcOf52L1VNm6GcxOBrrN4GZ5>
- Danet, B. & Herring, S. (2007). *The Multilingual Internet: Language, Culture, and Communication Online*. Oxford University Press. Site: <https://academic.oup.com/book/32471>
- Gaspari, F et al. (2015). Challenges in Machine Translation of Informal Texts. *Proceedings of the 2015 Conference on Machine Translation*.
- Kotze, H (2024). Pragmatic Functions and Irony in Social Media Translation. *Translation Studies Review*, 12(4), 200–215.
- Lamsehat, L. & Patria, A (2024). Social Media and Language Evolution: The impact of Digital communication on Language Change. https://www.researchgate.net/publication/387927662_Social_Media_and_Language_Evolution_The_Impact_of_Digital_Communication_on_Language_Change
- Moskal M, Supernak N. Do you speak algospeak? An introduction to the recent yet prominent phenomenon of Internet discourse from a cognitive linguistics perspective. *Proceedings of Poznańskie Forum Kognitywistyczne*. 2023. https://www.researchgate.net/publication/370873069_Do_you_speak_algospeak_An_introduction_to_the_recent_yet_prominent_phenomenon_of_Internet_discourse_from_a_cognitive_linguistics_perspective_abstract

REFERENCES

- Bystrov, Y. V. Irony as a characterological linguistic construct in Julian Barnes's idiolect. *New Philology*. 2010. Issue 39. Pp. 19–26.
- Sun M. (2017). Contemporary neologisms in Chinese Internet language: structural and semantic analysis, *Scientific Notes*

- of Ivan Ohienko Kamianets-Podilskyi National University. Series: Philological Sciences, No. 2(46), pp. 98-103.
- Yurchyshyn, V. Linguistic and pragmatic characteristics of satire in British media discourse. Site: https://svr.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/5/2021/12/Дисертація_Юрчишин.pdf
- Aleksic, A (2025). Algospeak: How social media is transforming the future of language. Knopf Dobleday Publishing Group. <https://www.amazon.com/Algospeak-Social-Transforming-Future-Language/dp/0593804074>
- Crystal, D. (2011). Internet Linguistics: A student Guide. Routledge. Site: <https://www.routledge.com/Internet-Linguistics-A-Student-Guide/Crystal/p/book/9780415602716?srsId=AfmBOooVhy0oD34crYc24c5caJEXwLhHcOFt52L1VNm6GcxOBrrN4GZ5>
- Danet, B. & Herring, S. (2007). The Multilingual Internet: Language, Culture, and Communication Online. Oxford University Press. Site: <https://academic.oup.com/book/32471>
- Gaspari, F et al. (2015). Challenges in Machine Translation of Informal Texts. Proceedings of the 2015 Conference on Machine Translation.
- Kotze, H (2024). Pragmatic Functions and Irony in Social Media Translation. Translation Studies Review, 12(4), 200-215.
- Lamsehat, L. & Patria, A (2024). Social Media and Language Evolution: The impact of Digital communication on Language Change. https://www.researchgate.net/publication/387927662_Social_Media_and_Language_Evolution_The_Impact_of_Digital_Communication_on_Language_Change
- Moskal M, Supernak N. Do you speak algospeak? An introduction to the recent yet prominent phenomenon of Internet discourse from a cognitive linguistics perspective. Proceedings of Poznańskie Forum Kognitywistyczne. 2023. https://www.researchgate.net/publication/370873069_Do_you_speak_algospeak_An_introduction_to_the_recent_yet_prominent_phenomenon_of_Internet_discourse_from_a_cognitive_linguistics_perspective_abstract

Maryna Kolisnyk, Nazar Samar. Features of Translation of English-Language Messages in the Field of Digital Communication.

The article is devoted to the study of the peculiarities of translating English-language messages on social networks that contain slang, neologisms, emojis, grammatical simplification and pragmatic markers and to identifying the main problems of their translation from English into Ukrainian. The relevance of the work is determined by the need for scientific reflection on changes in the translational paradigm caused by the rapid development of polycode discourse in digital communication. Particular attention is paid to comparing built-in automatic translations (using Instagram, X (Twitter), TikTok and Threads as examples) with manual translations. Such a comparison allows us to verify the effectiveness of modern neural network models in reproducing unconventional language units. It has been established that machine translation algorithms often inaccurately convey pragmatic meanings (in particular, irony and sarcasm) and distort atypical grammatical constructions and culturally marked vocabulary. The study was based on a corpus of real posts, which made it possible to identify typical errors of automatic systems and analyze the mechanisms of their occurrence. Methods of corpus analysis, comparison and elements of linguistic-pragmatic interpretation were applied. Recommendations are proposed to improve the accuracy of reproducing the stylistic and pragmatic components of social network texts. The results obtained from the study can be used both in the field of translation studies and for improving machine translation algorithms in the context of active modern digital communication.

Keywords: social networks; digital communication; machine translation; slang; emojis; pragmatics; irony.

Received: November 19, 2025

Accepted: December 5, 2025