

2. Lefevere A. Translation, Rewriting, and the Manipulation of Literary Fame. London–New York: Routledge. 1992. 94 p.
3. Paloposki O., Oittinen R. The Domesticated Foreign. In Andrew Chesterman–Natividad Gallardo–Yves Gambier (eds), Translation in Context: Proceedings of the 1998 EST Conference in Granada, Philadelphia– Amsterdam: John Benjamins. 2001. P. 373–390.
4. Ricoeur P. On Translation [transl. by Eileen Brennan]. London–New York: Routledge. 2006. 43 p.
5. Venuti L. The Translator's Invisibility. A History of Translation. London–New York: Routledge. 2008. 319 p.
6. Zhuo Y. Translation strategies of domestication and foreignization used in network catchwords. Advances in Educational Technology and Psychology. Clausius Scientific Press, Canada. Vol. 6 Num. 4. 2022. P. 59–64.

Пасічник Наталія Іванівна

кандидат філологічних наук, доцент

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

Рожко Я.О.

здобувачка другого рівня вищої освіти,

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СЛЕНГУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Мова постійно розвивається завдяки новим винаходам та змінам, що зумовлює потребу в появі нових слів. Зі зростанням технологій утворюються слова, які раніше не вживались, додаючи мові виразності. З'являються як абсолютно нові слова, так і нові значення старих слів, сформовані шляхом різних мовних процесів. Такі новоутворення часто стають сленгом, відображаючи мовні тенденції, що з часом можуть змінюватися або зникати.

Поняття що таке “сленг” кожен трактує по своєму. Наприклад відповідно до Великого тлумачного словника сучасної української мови термін “сленг” визначається таким чином: “Розмовний варіант професіонального мовлення, жаргон; жаргонні слова або вирази характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків, що проникають в літературну мову, набувають помітного емоційно-експресивного забарвлення” [1, с. 1147].

Дослідниця сленгу Л.О. Ставицька вважає, що немає чіткого визначення поняття “сленг”, тому трактує цей термін, як найбільш рухливий прошарок розмовної англійської мови, який містить слова та вирази, запозичені з англійської мови або створені за словотворчими моделями, що існують в англійській мові та використовуються в більш конкретних значеннях завдяки своєму емоційному забарвленню [3, с. 32].

Серед лексики найбільш поширеним є саме молодіжний сленг. Його функціональні особливості яскраво виражені у текстах сучасних ЗМІ, особливо – у мережі Інтернет. “Молодь – найактивніший елемент, що формує сучасний англійський сленг” так вважає С. Б. Флекснер [цит. за 2, С. 70].

Сучасний сленг є відкритою для зовнішнього світу мовною системою. Результатом цього є утворення нових лексичних одиниць. Наприклад, студентський сленг: *biggie* – a big favor або *cabbage* – money.

Отже, розвиток мови є безперервним процесом, який відбувається завдяки змінам у суспільстві, науковим досягненням та технічному прогресу. Новоутворення, зокрема сленг, займають важливе місце у формуванні сучасної лексики, збагачуючи її новими значеннями й відображаючи соціальні та культурні тенденції. Сленг виступає своєрідним індикатором змін у суспільстві, часто розвиваючись у специфічних групах і середовищах, таких як молодіжні кола чи професійні спільноти. Особливо динамічно розвивається молодіжний сленг, який, завдяки відкритості до інновацій та зовнішніх впливів, активно формує сучасну мовну картину та демонструє гнучкість мови у відповідь на нові виклики часу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови (2005) С. 1147.
2. Wentworth, Harold and Stuart Berg Flexner Dictionary of American slang : (1975) С. 70.
3. Ставицька Л. Український жаргон (2005). С. 32.

Рибіна Наталія Вікторівна

*кандидат філологічних наук, доцент,
Західноукраїнський національний університет*

ВИКОРИСТАННЯ АНГЛІЦИЗМІВ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ: НЕОБХІДНІСТЬ ЧИ ЗАГРОЗА УКРАЇНОМОВНІЙ АВТЕНТИЧНОСТІ

В останні десятиліття процес глобалізації значно вплинув на мовну ситуацію в Україні. Англійська мова, яка є домінуючою у багатьох сферах життя (технології, бізнес, наука, популярна культура), стає джерелом численних запозичень в українській мові. Англіцизми проникають у різні сфери українського суспільства, створюючи потребу в балансі між збереженням мовної автентичності та сучасністю. У цьому контексті особливого значення набуває проблема англіцизмів в українському перекладі: чи є вони необхідністю для передачі нових реалій, чи несуть загрозу для національної мови?

Однією з основних причин активного використання англіцизмів є потреба в термінах для нових понять і технологій. У багатьох випадках вони є зручнішими для використання, оскільки мають стислість, яка зберігає зміст без втрати зрозумілості. Наприклад, слова “маркетинг”, “менеджмент”, “стартап” та “інтернет” майже повністю увійшли до повсякденного вжитку і стали більш зрозумілими для широкого кола людей, ніж можливі українські аналоги.

У сучасному перекладі англіцизми часто вважаються маркером модернізації та інтеграції до світової спільноти. Вони дозволяють передати міжнародний контекст і зменшують ризик розбіжностей у розумінні між культурами. Багато спеціалістів у сфері перекладу погоджуються з тим, що використання