

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ**  
**ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ**

**Факультет права, гуманітарних та соціальних наук**  
**КАФЕДРА ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ПЕРЕКЛАДУ**

На правах рукопису

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти

«Магістр»

На тему: **Особливості функціонування та перекладу емоційно-інтенсифікуючих засобів в інтернет-дискурсі**

**здобувач:** студент 2 курсу групи АМП-24дм

**спеціальність:** 035 Філологія

**спеціалізація:** 035.041 Філологія. Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська

Тен Дмитро Рєвович

**Керівник роботи:** к. пед. н., доцент

Гнедкова Олена Геннадіївна.

Київ - 2025 року

## АНОТАЦІЯ

### **Тен Д. Р. Особливості функціонування та перекладу емоційно-інтенсифікуючих засобів в інтернет-дискурсі**

Роботу присвячено комплексному дослідженню лінгвальних і паралінгвальних засобів емоційної інтенсифікації, що функціонують у сучасному інтернет-дискурсі, а також особливостей їх перекладу українською мовою. У роботі розглядаються теоретичні засади інтернет-дискурсу як мультимодального, гібридного та варіативного феномену, що формує нові моделі комунікації та зумовлює появу специфічних емоційно-експресивних маркерів. Узагальнено погляди українських та зарубіжних дослідників на категорії емоційності, експресивності та інтенсифікації, визначено їх роль у процесі конструювання емоційного впливу в цифровому середовищі.

У роботі систематизовано основні групи емоційно-інтенсифікуючих засобів, характерних для інтернет-комунікації: графічні (повторення букв, написання великими літерами, емодзі, пунктуаційні маркери), лексичні (сленг, неологізми, віральні вислови), синтаксичні (еліпсис, парцеляція, вигуки) та мультимодальні (GIF, меми, реакції). Проаналізовано їхні функції, прагматичні особливості й механізми впливу на адресата. Особливу увагу приділено перекладацьким стратегіям, що застосовуються для відтворення емоційного ефекту: транскреації, компенсації, функціональній заміні, конкретизації, генералізації та адаптації. Окреслено типові труднощі, пов'язані з високою динамічністю інтернет-середовища, культурною маркованістю та мультимодальністю цифрових повідомлень.

Емпіричною базою дослідження слугували приклади англомовного інтернет-дискурсу, відібрані з платформ TikTok, Reddit та YouTube (2023–2025 рр.). Для кожного типу інтенсифікаторів проаналізовано особливості перекладу та запропоновано оптимальні рішення з використанням відповідних перекладацьких трансформацій. Результати роботи можуть бути застосовані у практиці перекладу інтернет-контенту, медіалінгвістиці, локалізації цифрових

продуктів та у навчальних курсах із теорії і практики перекладу.

**Ключові слова:** інтернет-дискурс, інтенсифікація, емоційність, експресивність, переклад, транскреація, мультимодальність, сленг, соціальні мережі.

## SUMMARY

### **Ten D. R. Features of Functioning and Translation of Emotional Intensifiers in Internet Discourse**

The study is devoted to a comprehensive analysis of linguistic and paralinguistic means of emotional intensification functioning in modern Internet discourse, as well as the specifics of translating such elements into Ukrainian. The research outlines the theoretical foundations of Internet discourse as a multimodal, hybrid, and highly variable communicative environment that shapes new expressive strategies and facilitates the emergence of distinctive emotional and evaluative markers. The work summarizes scholarly approaches to emotionality, expressiveness, and intensification, highlighting their role in constructing emotional impact within digital communication.

The paper systematizes the main groups of emotional intensifiers typical of online communication: graphic (letter repetition, caps lock, emojis, punctuation markers), lexical (slang, neologisms, viral expressions), syntactic (ellipsis, parcelling, interjections), and multimodal (GIFs, memes, reactions). Their functions, pragmatic features, and mechanisms of influencing the recipient are analyzed. Particular attention is paid to translation strategies used to reproduce emotional intensity, including transcreation, compensation, functional substitution, concretization, generalization, and cultural adaptation. The study identifies common challenges associated with the dynamic nature of online communication, cultural markedness, and the multimodal structure of digital messages.

The empirical material consists of examples of English-language Internet discourse collected from TikTok, Reddit, and YouTube (2023–2025). For each type of intensifier, translation patterns were examined and optimal solutions based on relevant translation transformations were proposed. The findings may be applied to the practice of translating online content, media linguistics, digital product localization, and academic courses in translation theory and practice.

**Key words:** Internet discourse, intensification, emotionality, expressiveness, translation, transcreation, multimodality, slang, social media.

## ЗМІСТ

|                                                                                             |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП                                                                                       | 6  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ<br>ЕМОЦІЙНОСТІ ТА ДИСКУРСУ           | 13 |
| 1.1. Інтернет-дискурс у сучасному комунікативному просторі                                  | 13 |
| 1.2. Інтенсифікація та емоційність у мові та мовленні                                       | 16 |
| РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРИНЦИПИ ТА СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКЛАДУ<br>ЕМОЦІЙНО-ІНТЕНСИФІКУЮЧИХ ЗАСОБІВ | 24 |
| 2.1. Теоретичні засади перекладу інтернет-дискурсу                                          | 24 |
| 2.2. Класифікація перекладацьких трансформацій у контексті інтернет-<br>комунікації         | 31 |
| 2.3. Прагматичний підхід до перекладу емоційно-інтенсифікуючих<br>одиниць                   | 39 |
| РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ РІШЕНЬ ПРИ ВІДТВОРЕННІ<br>ЕМОЦІЙНО-ІНТЕНСИФІКУЮЧИХ ЗАСОБІВ  | 51 |
| 3.1. Аналіз перекладу лексичних та синтаксичних інтенсифікаторів                            | 51 |
| 3.2. Особливості відтворення графічної та культурної інтенсифікації                         | 63 |
| ВИСНОВКИ                                                                                    | 76 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ                                                                  | 79 |
| ДОДАТКИ                                                                                     | 85 |

## ВСТУП

Стрімкий розвиток цифрових технологій та глобальна медіатизація комунікацій зумовили появу нових форм мовленнєвої взаємодії, об'єднаних поняттям інтернет-дискурсу. Соціальні мережі, інтерактивні платформи, месенджери, стрімінгові сервіси та онлайн-спільноти формують новий тип комунікативного середовища, у якому емоційність, експресивність, неформальність та швидкість реакцій стають невід'ємними складниками мовлення. В таких умовах зростає роль емоційно-інтенсифікуючих засобів, які виконують функцію регуляції міжособистісної дистанції, створення ефекту залученості, підсилення іронії, гумору чи драматизму.

У перекладознавстві проблема передачі емоційності та інтенсифікації вважається однією з найбільш складних, оскільки такі одиниці є високозалежними від культурного контексту, прагматичних намірів мовця та жанрової специфіки комунікації. Особливих викликів додає мультимодальність інтернет-дискурсу, де емоційне забарвлення формується не лише вербально, а й за рахунок графічних засобів, емодзі, GIF-анімацій, мемів, шрифтового виділення, синтаксичних деформацій тощо. Унаслідок цього традиційні моделі перекладу виявляються недостатніми для якісного відтворення емоційного ефекту оригіналу.

У сучасній практиці перекладача дедалі більшої ваги набувають стратегії локалізації, функціональної заміни та транскреації, які дозволяють створювати емоційно й прагматично еквівалентні цільові тексти. Саме транскреація, орієнтована на збереження перлокутивного впливу й адаптацію емоційного тону повідомлення, вважається одним із найефективніших підходів до роботи з інтернет-контентом, однак її застосування потребує чіткої методологічної та теоретичної бази.

**Актуальність теми** зумовлена тим, що український сегмент інтернет-комунікації активно розвивається, набуваючи власних лінгвокультурних маркерів емоційності. Це створює потребу у глибокому дослідженні того, як саме

функціонують емоційно-інтенсифікуючі засоби в англomовному та українському цифрових середовищах, якими є їхні структурні, лексико-семантичні та прагматичні особливості, а також які перекладацькі стратегії є найбільш ефективними для їхнього адекватного відтворення.

Таким чином, обрана тема є науково значущою, поєднує лінгвістичний, перекладознавчий та культурологічний аспекти і відповідає сучасним завданням розвитку української філології та практики міжкультурної комунікації.

**Метою** дослідження є комплексний аналіз особливостей функціонування емоційно-інтенсифікуючих засобів в англomовному інтернет-дискурсі та виявлення ефективних стратегій їх перекладу українською мовою (зокрема локалізації, функціональної заміни та транскреації) з урахуванням прагматичних та мультимодальних характеристик цифрового середовища.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі **завдання**:

1. Окреслити теоретичні засади вивчення інтернет-дискурсу, його комунікативні, мовні та стилістичні характеристики.
2. Проаналізувати поняття емоційності та інтенсифікації в сучасній лінгвістиці та визначити їхні основні засоби вираження у цифровій комунікації.
3. Визначити місце та роль транскреації, локалізації та функціональної заміни в системі сучасних перекладацьких стратегій.
4. Систематизувати основні лексичні, синтаксичні, графічні та мультимодальні інтенсифікатори, характерні для англomовного інтернет-дискурсу.
5. Окреслити типові труднощі перекладу емоційно-інтенсифікуючих одиниць, що виникають у процесі роботи з цифровими матеріалами.
6. Розробити класифікацію перекладацьких трансформацій і стратегій, найбільш ефективних для відтворення емоційності та експресивності.
7. Проаналізувати перекладацькі рішення на матеріалі корпусу автентичних інтернет-текстів (соціальні мережі, меми, заголовки, коментарі, рекламні повідомлення тощо).
8. Визначити найбільш результативні моделі транскреаційного

перекладу, що забезпечують збереження прагматичного та емоційного ефекту оригіналу.

9. Сформулювати практичні рекомендації щодо перекладу емоційно-інтенсифікуючих засобів інтернет-дискурсу українською мовою.

**Об'єктом дослідження** є англomовний інтернет-дискурс як особливий тип цифрової комунікації, у межах якого функціонують емоційно-інтенсифікуючі мовні та мультимодальні засоби.

**Предметом дослідження** є способи функціонування та перекладу емоційно-інтенсифікуючих засобів англomовного інтернет-дискурсу українською мовою, зокрема: лексичні, синтаксичні, графічні, стилістичні та мультимодальні інтенсифікатори, а також перекладацькі стратегії локалізації, транскреації та функціональної заміни.

**Теоретико-методологічною основою** є праці українських і зарубіжних мовознавців, присвячені особливостям перекладу емоційно-інтенсифікуючих засобів інтернет-дискурсу. Теоретичну основу становлять також положення лінгвістичних досліджень із теорії дискурсу та інтернет-комунікації, представлені в працях І. Шевченко, А. Загнітка, Б. Данет, С. Геррінг, а також Р. Пейдж, К. Барнвел та Й. Унгер.

Дослідження емоційності, експресивності та прагматики мовлення спираються на напрацювання Ляшенка, Чабаненка, а також корпусно-прагматичні студії Д. Бібера.

Класичні та сучасні моделі перекладознавства представлені працями таких дослідників, як Ю. Найда, П. Ньюмарк, М. Бейкер, Л. Венуті, Г. Вермеєр, Дж. Мандей та Е. Пім, чий підходи заклали фундамент для аналізу еквівалентності, функціональності та соціокультурної зумовленості перекладацького процесу. Питання транскреації, локалізації та мультимодального перекладу ґрунтовно досліджуються у працях Ф. Чауме, В. Габалло, С. Райке та Ф. Шауме, які акцентують на трансформаціях змісту й форми в умовах цифрової комунікації та платформної взаємодії.

Матеріалом дослідження стали 430 фрагментів із TikTok (короткі пости,

описи до відео, коментарі), 310 фрагментів із YouTube (коментарі до блогерського, реакційного та оглядового контенту), 260 фрагментів із Reddit (r/teenagers, r/memes, r/AskReddit, r/popculturechat), 200 фрагментів із X (Twitter) (твіти та треди), 150 креолізованих мемів (статичних та GIF-/reaction-мемів), відібраних з англомовного сегмента мережі.

У роботі використано комплексну **методику** лінгвістичного та перекладознавчого аналізу, що поєднує традиційні та сучасні підходи до вивчення інтернет-дискурсу:

- описовий метод — для інвентаризації та класифікації емоційно-інтенсифікуючих засобів (лексичних, графічних, синтаксичних, мультимодальних) у соціальних мережах та онлайн-платформах;
- метод контекстуального аналізу — для визначення ситуативного значення сленгових одиниць Gen Z, інтернет-ідіом та меметичних конструкцій, а також для встановлення їхнього емоційного навантаження;
- порівняльний (зіставний) метод — для виявлення специфіки відтворення інтенсифікаторів у перекладі на українську мову, аналізу перекладацьких трансформацій, стратегій локалізації та транскреації;
- метод прагматичного аналізу — для визначення комунікативної мети, перлокутивного ефекту та прагматичної сили емоційних інтенсифікаторів у цифровій комунікації;
- елементи дискурсивного аналізу — для вивчення функціонування інтенсифікації в умовах мультимодальної, інтерактивної та гіпертекстуальної природи інтернет-дискурсу;
- кількісний аналіз — для встановлення частотності використання окремих інтенсифікаторів та виявлення домінантних моделей перекладацьких стратегій у корпусі досліджуваних матеріалів.

**Наукова новизна** роботи визначається тим, що в ній:

- здійснено перекладознавчий аналіз найновішого шару інтернет-

лексики покоління Z (Gen Z slang 2023–2025 pp.), включаючи такі одиниці, як *glazing*, *crash out*, *lore*, *rizz*, *based*, *delulu*, які ще не отримали системного опису в українському мовознавстві та не представлені у наукових дослідженнях з перекладу;

- уточнено класифікацію графічних та візуально-графічних інтенсифікаторів (написання великими літерами, подвоєння букв, емоціконів, емодзі-комбів, реакцій у соцмережах), з урахуванням мультимодальної природи сучасних платформ TikTok, X (Twitter), Instagram, Threads, Telegram та українського сегмента Facebook;
- описано особливості транскреації мемів та інших креолізованих текстів (зображення + текст), що розглядаються як одиниці культурної трансляції, здатні швидко змінюватися залежно від соціального та політичного контексту України;
- виявлено специфіку функціональної заміни емоційних інтенсифікаторів у перекладі англomовного інтернет-контенту на українську мову з урахуванням культурної адаптації, локальних алузій, соціальної маркованості та тенденцій українського онлайн-дискурсу;
- доведено необхідність інтеграції транскреаційного підходу при перекладі емоційно насиченого контенту, що апелює до гумору, іронії, соціальних ролей та експресивних маркерів, непрямо пов'язаних із лінгвістичною формою.

**Практичне значення** полягає в тому, що результати дослідження:

- можуть бути використані в навчальних курсах з теорії та практики перекладу, медіалінгвістики, стилістики англійської мови, семіотики інтернет-дискурсу та культурної адаптації текстів;
- є придатними для розроблення практичних рекомендацій для перекладачів, редакторів, копірайтерів, SMM-фахівців, спеціалістів із локалізації та транскреації цифрового контенту;
- можуть бути застосовані під час створення українських локалізацій

веб-сайтів, мобільних застосунків, рекламних кампаній та відеоконтенту, що орієнтований на швидку емоційну реакцію;

- мають потенціал використання у створенні алгоритмів автоматичного перекладу та контент-модерації, зокрема для виявлення інтенсифікаторів емоційності у креолізованих повідомленнях;
- сприяють поглибленню наукового розуміння українського сегмента соцмереж та його взаємодії з глобальним англомовним дискурсом, що має важливе значення в умовах цифрової глобалізації.

**Публікації.** Гнедкова О. Г., Тен Д. Р. Особливості функціонування та перекладу емоційно-інтенсифікуючих засобів в інтернет-дискурсі. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 36 (75) № 6, 2025 (статтю прийнято до розміщення та друку).

**Структура магістерської роботи.** Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У першому розділі розглянуто теоретичні засади дослідження емоційності та інтернет-дискурсу, уточнено поняття інтенсифікації в мові й мовленні, проаналізовано лінгвістичні підходи до вивчення емоційно забарвлених одиниць у цифровій комунікації.

Другий розділ присвячено методологічним принципам перекладу інтернет-матеріалів та стратегіям відтворення емоційно-інтенсифікуючих одиниць: розглянуто роль локалізації, транскреації, функціональної заміни, лексичних і граматико-стилістичних трансформацій, а також особливості культурної адаптації онлайн-контенту.

У третьому розділі подано практичний аналіз перекладів 1200 одиниць інтернет-дискурсу, здійснено порівняння оригіналу й перекладу, виявлено типові перекладацькі рішення, труднощі та ефективні стратегії відтворення емоційної інтенсифікації.

У висновках сформульовано головні результати дослідження та окреслено

перспективи подальших наукових пошуків.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІЙНОСТІ ТА ДИСКУРСУ

### 1.1. Інтернет-дискурс у сучасному комунікативному просторі

Стрімкий розвиток цифрових технологій, соціальних мереж та мобільних платформ спричинив появу нових форм комунікації, що суттєво впливають на структуру, динаміку й функціонування сучасної мови. Інтернет-дискурс як феномен постіндустріального суспільства є не просто сукупністю текстів, опублікованих у мережі, а складним, мультимодальним та інтерактивним простором взаємодії, у якому поєднуються лінгвістичні, соціокультурні, прагматичні та технологічні чинники. На думку М. Кроніна, цифрова комунікація змінює саму природу тексту, перетворюючи його на «рухому форму», що постійно переписується, адаптується й реконтекстуалізується під впливом інтерфейсу та аудиторії [44, с. 44].

Інтернет-дискурс характеризується відсутністю чітких меж, відкритістю комунікативних ролей та високою варіативністю жанрових форм. У межах одного цифрового середовища поєднуються синхронні (чат, стрім) та асинхронні (коментар, пост, форумне повідомлення) типи спілкування, що формує нові стратегії мовленнєвої поведінки користувачів. Багато дослідників підкреслюють, що інтернет-комунікація має транснаціональний характер, але з локальними проявами: користувачі орієнтуються на глобальні тренди, проте інтерпретують їх крізь призму власного культурного коду.

Вихідним пунктом для розуміння специфіки мовної поведінки користувачів є аналіз комунікативних особливостей інтернет-дискурсу.

Важливою рисою інтернет-дискурсу є його мультимодальність. Текстові елементи нерозривно пов'язані з невербальними компонентами — зображеннями, GIF-анімаціями, емодзі, відео, аудіо, інтерактивними кнопками та інтегрованими медіаоб'єктами. Як зазначає Ф. Шауме, мультимодальність перетворює традиційний текст на «креолізовану структуру», у якій значення створюється за рахунок взаємодії різних семіотичних ресурсів [70, с. 19]. У

соціальних мережах (TikTok, Instagram, YouTube) вербальний компонент часто виконує не інформативну, а емоційно-оцінну або експресивно-посилуючу функцію.

Ще однією характерною ознакою є гіпертекстуальність, що проявляється у фрагментарності висловлювань, постійних відсиланнях до інших медіа, мемів, тредів, культурних явищ. Значення цифрового тексту формується на перетині багатьох дискурсивних шарів — поточних трендів, попередніх мемів, контексту спільноти тощо.

Інтерактивність є ключовим параметром інтернет-дискурсу: користувачі не просто споживають текст, а активно змінюють, реміксують і коментують його. Згідно з підходом О. Ребрія, така динаміка формує «відкритий текст», який перебуває у стані постійної семіотичної взаємодії зі спільнотою [26, с. 215].

Окремої уваги потребує соціокультурна специфіка інтернет-комунікації, яка визначає норми поведінки, ціннісні орієнтири та мовні коди віртуальних спільнот.

Інтернет-дискурс функціонує в умовах глобального взаємопроникнення культур, що породжує кроскультурні гібриди — лексичні, графічні та прагматичні елементи, які поєднують глобальні (англомовні) та локальні (українські) семіотичні моделі. Після 2022 року український сегмент інтернету демонструє стрімку українізацію контенту та появу локальних інтерпретацій світових трендів.

Тенденція локалізації глобальних мемів є особливо показовою. Так, англомовні формули “NPC”, “It’s giving...”, “delulu is the solulu” отримують українські адаптації:

- «Ти сьогодні прям як NPC»;
- «Це прям дає вайб...»;
- «Делулу — то моє солулу».

Такі приклади демонструють «перекодовування» культурних моделей у локальному середовищі, про яке говорить Д. Катан [57].

Особливості соціальної взаємодії в онлайн-просторі проявляються у

жаргонізації, іронічній поведінці, специфічних комунікативних ритуалах, що формуються всередині окремих платформ (Reddit, TikTok, YouTube). Тут значення сленгу є динамічним і визначається соціальною групою носіїв.

Специфіка віртуальної комунікації зумовлює унікальні мовні особливості інтернет-дискурсу, який поєднує ознаки писемного мовлення (фіксованість) із характеристиками усного (спонтанність, емоційність).

Мова інтернет-дискурсу характеризується такими рисами:

- компресія тексту, обумовлена швидкістю комунікації;
- розмовність та субстандартність — широке використання молодіжного сленгу, жаргону, гібридних одиниць;
- поширеність графічних інтенсифікаторів: написання великими літерами, повтори літер, знаки «!!!», «???»;
- емодзі як семіотичні одиниці — носії емоцій та оцінок;
- дискурсивна нестабільність, коли значення одиниць залежить від контексту спільноти та мемної ситуації.

На думку Р. Зорівчак, мовна одиниця в сучасному дискурсі не може бути розглянута поза її культурним змістом та оцінністю [8, с. 44], що особливо актуально для інтернет-комунікації.

Логічним продовженням теоретичного огляду є аналіз перекладознавчого виміру інтернет-дискурсу, що охоплює специфіку відтворення цифрового контенту засобами іншої мови.

Переклад інтернет-матеріалів є одним із найскладніших напрямів сучасного перекладознавства. Цифровий текст є динамічним, емоційно насиченим та мультимодальним, а тому переклад вимагає виходу за рамки традиційної еквівалентності.

Як зазначають С. Басснет, А. Лефевр, переклад у цифрову добу є складником ширших процесів культурної трансляції, а не лише мовного посередництва [38].

У роботі з онлайн-контентом ключовими стають:

- локалізація — адаптація до культурних і технічних норм цільової

аудиторії [63];

- функціональна заміна — пошук емоційного чи прагматичного відповідника;
- транскреація — творча адаптація емоційних та мемних елементів для збереження перлокутивного ефекту [65].

С. Габалло підкреслює, що інтернет-текст — це «рухома мішень», яка змінюється настільки швидко, що перекладач має працювати не тільки з текстом, а й з культурною ситуацією [50].

Характерною рисою досліджуваного матеріалу є динамічні особливості українського сегмента інтернет-дискурсу.

Український онлайн-простір 2023–2025 рр. демонструє активну еволюцію мовних норм, формування нових інтенсифікаторів та експресивних моделей, які стають маркерами локальної ідентичності. Прикладами можуть слугувати:

- «жесьть» → «жесТЬ»;
- «кринж вселенського масштабу»;
- «я не вивожу» як емоційний відповідник I can't handle this;
- «ну шо, поїхали мемасики?».

Ці одиниці свідчать про автономний характер українського інтернет-дискурсу, що вимагає від перекладача високого рівня культурної чутливості та адаптивності.

## **1.2 Інтенсифікація та емоційність у мові та мовленні**

Емоційність посідає центральне місце у структурі людського мовлення та виступає одним із визначальних чинників формування комунікативного сенсу. У сучасній лінгвістиці емоційність розглядають як інтегральну властивість висловлювання, що поєднує когнітивні, прагматичні та соціокультурні аспекти мовної діяльності. На думку Ф. Бацевича, емоційна складова комунікації становить частину міжособистісної взаємодії та реалізується у системі мовленнєвих інтенцій, які формують ставлення мовця до змісту висловлювання

[1, с. 112].

У дослідженнях українських мовознавців емоційність інтерпретується як комплексний феномен, тісно пов'язаний зі стилістичною організацією тексту та комунікативною настановою адресанта. Зокрема, О. Караман підкреслює, що емоційність постає невід'ємним компонентом мовленнєвої експресії, яка забезпечує актуалізацію оцінних і суб'єктивних значень у висловлюванні [10, с. 84]. Подібний підхід представлений і в праці Л. Мацько, де емоційність розглядається як стилістичний параметр, що формує інтонаційний, оцінний і прагматичний профіль висловлення [20, с. 59].

Лінгвісти підкреслюють, що емоційність не зводиться лише до вираження почуттів, а включає механізми впливу на адресата. В. Чабаненко зазначає, що емоційно забарвлені одиниці виконують функцію посилення експресивної енергії тексту та сприяють інтенсифікації авторського смислу [31, с. 144]. У подібному ключі С. Єрмоленко акцентує на ролі емоційності як чинника стилістичної диференціації мовлення, що відображає індивідуальні й соціокультурні особливості комунікаторів [33, с. 203].

З позицій функційної лінгвістики емоційність визначають як інтерпретаційну категорію, що формується у зв'язку з конкретним комунікативним наміром. За Т. Ляшенко, емоційність постає результатом взаємодії лінгвістичних і паралінгвістичних ресурсів, які забезпечують оцінювання ситуації та вплив на адресата [19, с. 15]. Такий підхід узгоджується з положеннями А. Загнітка, який розглядає емоційність як складник прагматичної структури висловлювання та важливий засіб моделювання значеннєвої перспективи тексту [7, с. 241].

У контексті соціальної лінгвістики емоційність розглядається також як показник соціальної позиціональності мовця. Л. Масенко наголошує, що мовні засоби емоційності нерідко віддзеркалюють соціальні норми, культурні очікування та комунікативні ролі учасників взаємодії [21, с. 76]. Тому емоційність функціонує не лише як внутрішня властивість тексту, а й як

індикатор групової та національної ідентичності.

Загалом емоційність у сучасній лінгвістиці постає багатовимірною категорією, що включає семантичні, прагматичні, стилістичні та соціокультурні компоненти. У цифровому дискурсі ці характеристики набувають особливої актуальності, оскільки емоційність стає визначальним ресурсом для підтримання взаємодії в умовах високої динамічності та мультимодальності комунікації.

Інтенсифікація у лінгвістиці визначається як спосіб підсилення семантики висловлювання через використання спеціальних мовних, стилістичних і структурних засобів, що посилюють оцінний, модальний або емоційний компонент змісту. За визначенням А. Загнітка, інтенсифікація відображає прагнення мовця «підсилити ступінь прояву ознаки або емоційної реакції», тобто модифікувати інтерпретацію висловлювання адресатом [7, с. 256].

У межах традиційної мовної системи інтенсифікатори формуються на різних рівнях. Як зазначає О. Караман, інтенсифікація може реалізовуватися через лексичні елементи (підсилювальні прислівники та прикметники), словотвірні моделі (суфікси суб'єктивної оцінки), морфологічні форми (ступені порівняння), синтаксичні конструкції (повтори, градація, сегментація), а також інтонаційні засоби [10, с. 91]. Л. Мацько підкреслює, що інтенсифікація тісно пов'язана з експресивністю, оскільки створює підсилені емоційно-оцінні смисли у висловлюванні [20, с. 102].

У прагматичному аспекті інтенсифікація постає як засіб впливу: за Т. Ляшенко, підсилювачі значення виконують функцію регуляції комунікативного ефекту, сприяючи виразнішому окресленню ставлення мовця до ситуації [19, с. 17]. Емоційно та оцінно забарвлені елементи активізують увагу адресата, роблять висловлювання більш переконливим і виразним.

У цифровій комунікації інтенсифікація набуває нових функцій. На думку М. Кроніна, в інтернет-середовищі інтенсифікація перетворюється на «швидкий емоційний сигнал», який компенсує відсутність невербальних засобів та забезпечує оперативне вираження реакції мовця [25, с. 41]. Це зумовлено високою швидкістю комунікації, стислим форматом повідомлень і прагненням

користувачів передати емоцію максимально компактно.

Інтернет-дискурс розширює традиційні межі інтенсифікації завдяки мультимодальним засобам, які взаємодіють із вербальним компонентом. Як доводить М. Руденко, графічні та візуальні ресурси (емодзі, GIF-анімації, стикери, меми) функціонують як рівноправні інтенсифікатори, здатні підсилювати значення або навіть замінювати текстове висловлення [27, с. 49]. О. Коць зазначає, що повтори, нестандартні графічні форми, а також платформно зумовлені структури (тегування, лайки, реакції) формують новий шар інтенсивності значення, характерний саме для цифрового середовища [16, с. 137].

У сучасному українському інтернет-дискурсі інтенсифікація відзначається високою динамічністю та творчим потенціалом. Вона проявляється у гіперболізованих емоційних реакціях, локальних сленгових інноваціях, поєднанні вербальних та візуальних маркерів. Як підкреслює О. Селищева, інтенсифікатори у соціальних мережах створюють «емоційно-прагматичний рельєф» комунікації, який забезпечує експресивність та зрозумілість висловлювання для носіїв певної онлайн-спільноти [28, с. 115].

Отже, інтенсифікація є універсальним механізмом посилення семантики, однак в інтернет-дискурсі вона набуває мультимодальної природи та розширює свої функції. Вона не лише підсилює значення, а й виконує роль швидкого емоційного індикатора, культурного маркера та засобу групової ідентифікації.

У сучасних українській та англійській мовах інтенсифікатори становлять багаторівневу систему засобів, які посилюють семантику висловлювання. Їх класифікація охоплює лексичні, словотвірні, морфологічні, синтаксичні та фонетико-графічні (зокрема цифрові) ресурси. У лінгвістичних дослідженнях (А. Загнітко [7, с. 241]; О. Караман [10, с. 88]; Д. Болінжер [38, с. 22]) підкреслюється, що інтенсифікація є універсальним механізмом, однак засоби її реалізації різняться залежно від мовної системи та комунікативного середовища.

До лексичних інтенсифікаторів належать слова та вирази, які безпосередньо

підсилюють ознаку або емоцію:

- англ.: *very, extremely, absolutely, totally*;
- укр.: *дуже, надзвичайно, страшенно, капець як* (з елементами молодіжного сленгу).

Вони відзначаються високою частотою в обох мовах і становлять базовий рівень інтенсифікації.

Словотвірні моделі формують підсилені значення через суфікси, префікси та композиції:

- укр.: *-езн-, -енн-, -юсіньк-* (*величезний, близьосінько*) [20, с. 117];
- англ.: *super-, ultra-, mega-* (*super-cute, ultra-fast*)

У цифровому середовищі з'являються інноваційні моделі, як-от *кринжовий, флексити*, що засвідчено в новітніх українських дослідженнях (Коць [16]).

Морфологічна інтенсифікація реалізується через ступені порівняння, інтенсивні займенники та підсилені форми:

- англ.: *so much better, the very best*;
- укр.: *най-, такі, усіляко* (у значенні посилення).

Морфологічні інтенсифікатори створюють граматично кодифіковану інтенсивність (О. Караман [10, с. 94]).

Синтаксичний рівень охоплює повтори, градацію, сегментацію, інверсію та еліпсис як засоби підсилення:

- *It was so, so good*;
- *Та це ж просто — шок!*

А. Загнітко наголошує, що саме синтаксична будова формує «емоційно-прагматичний профіль» висловлювання [7, с. 258].

Цифрова комунікація активно використовує графічні та фонетичні форми

як новий тип інтенсифікації:

- подовження літер (*sooooo good; ooooooooo*),
- написання великими літерами (*THIS IS CRAZY; ЦЕ ЖЕСТЬ!*)
- надмірна пунктуація (!!!, ???, !?!),
- стилізації (*~drama~, надаю*).

Як доводять М. Денезі [47, с. 59] та С. Райк [30, с. 72], такі форми стають рівноправними інтенсифікаторами, які компенсують відсутність невербальних сигналів у мережевій комунікації.

Мультимодальні інтенсифікатори формують один із ключових компонентів сучасного інтернет-дискурсу, оскільки поєднують вербальні, візуальні та графічні засоби. У дослідженнях М. Денезі [47], Е. Дрезнера та С. Геррінг [48], Ф. Шауме [70], М. Заппавіньї [79] підкреслюється, що цифрова комунікація створює «мультимодальний емоційний простір», у якому значення конструюється одночасно кількома каналами.

Емодзі виконують функцію іконічних паралінгвістичних сигналів, компенсуючи невербальні засоби традиційного спілкування. За Д. Крісталом та М. Денезі, емодзі утворюють окремий «емоційний шар» цифрової мови, що кодує настрої, іронію, сарказм, дистанцію, інтенсивність реакцій. У деяких випадках емодзі виступають повноцінними мовними знаками (🔥 = «дуже добре», 🤡 = «дуже смішно»).

За Л. Шіфман та Б. Данет, GIF-анімації, стікери та меми виконують роль культурних інтенсифікаторів, оскільки відтворюють емоційну реакцію не лише вербально, а й через усталені візуальні шаблони. Мемні формати (reaction memes, template-memes) забезпечують швидке впізнавання емоційного стану та підсилюють оцінність висловлювання.

Формати написання великими літерами, подовження букв, надмірна пунктуація та символічні вставки (\*~drama~, удар) визнаються дослідниками (А. Коць; М. Заппавінья) як візуально-графічні засоби структурної інтенсифікації. Вони виконують функцію «візуального наголосу», формують ритм

висловлювання, створюють ефект емоційної напруги.

Комбінації вербального тексту з емодзі, за спостереженнями М. Руденка та О. Семенця, створюють нові гібридні форми емоційної комунікації. Такі конструкції («я не можу 🤯»), «я ржу 😂😂😂») не просто доповнюють текст, а змінюють його семантико-прагматичний статус: емодзі стає частиною синтаксичної та інтонаційної структури висловлювання.

## ВИСНОВКИ ДО ПЕРШОГО РОЗДІЛУ

У першому розділі магістерського дослідження було з'ясовано теоретико-методологічні засади вивчення інтернет-дискурсу та специфіки емоційно-інтенсифікуючих засобів як важливого компонента сучасної цифрової комунікації. Проведений аналіз засвідчив, що інтернет-дискурс є складним багаторівневим феноменом, який поєднує лінгвістичні, соціокультурні, прагматичні й технічні характеристики та формує нові параметри комунікативної взаємодії у глобальному інформаційному середовищі.

По-перше, визначено, що інтернет-дискурс відзначається мультимодальністю, гіпертекстуальністю, інтерактивністю та динамічністю, що безпосередньо впливає на мовну організацію цифрових текстів. Мова мережевої комунікації функціонує як креолізована структура, у межах якої вербальні, графічні та візуальні елементи перебувають у постійній семіотичній взаємодії. Особливу роль у цьому процесі відіграють нерівномірність жанрових форм та швидка варіативність мовних моделей, притаманних платформам TikTok, Reddit, YouTube та іншим середовищам.

По-друге, обґрунтовано, що соціокультурний вимір інтернет-дискурсу зумовлює активне формування кроскультурних гібридів, де англomовні моделі адаптуються до локального українського контексту. Це виявляється у специфічних формах онлайн-етикету, у використанні молодіжного сленгу, у структурі оцінної поведінки та у виникненні нових мовних інновацій, пов'язаних

із глобальними трендами. Український сегмент цифрової комунікації характеризується стабільним розширенням україномовного контенту, переосмисленням глобальних меметичних структур та формуванням власних інтенсифікаторів, що відображає сучасні культурні процеси.

По-третє, виявлено мовні параметри емоційної та інтенсифікаційної організації інтернет-дискурсу. До ключових засобів вираження емоційної інтенсифікації належать лексичні новотвори, сленг, графічні форманти (написання великими літерами, подвоєння літер, нестандартна пунктуація), емодзі та інші елементи, що виконують функцію підсилення оцінки, іронізації чи емоційного впливу. Особливістю емоційності цифрової комунікації є її ситуативність, залежність від контексту, темпу обміну повідомленнями та активної участі користувачів у формуванні смислів.

По-четверте, окреслено перекладознавчий аспект функціонування емоційно-інтенсифікуючих засобів. Переклад інтернет-дискурсу постає нетиповим видом перекладацької діяльності, який потребує врахування прагматичних, культурних та семіотичних параметрів цифрової комунікації. Показано, що традиційні підходи до еквівалентності виявляються недостатніми, а ключовими стратегіями стають локалізація, функціональна заміна та транскреація як поглиблена форма адаптації змісту з урахуванням емоційного та культурного ефекту.

Таким чином, результати теоретичного аналізу, представленого у першому розділі, дозволяють стверджувати, що інтернет-дискурс є багатовимірним простором, у якому емоційно-інтенсифікуючі засоби виконують суттєву комунікативну та культуротвірну роль. Їх дослідження та переклад потребують комплексного міждисциплінарного підходу, який поєднує лінгвістику, медіалінгвістику, прагматику, культурологію та перекладознавство. Теоретичні положення цього розділу створюють необхідне підґрунтя для подальшого розгляду методологічних стратегій перекладу та аналізу практичних перекладацьких рішень у другому і третьому розділі відповідно.

## **РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРИНЦИПИ ТА СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКЛАДУ ЕМОЦІЙНО-ІНТЕНСИФІКУЮЧИХ ЗАСОБІВ**

### **2.1. Теоретичні засади перекладу інтернет-дискурсу**

У сучасному перекладознавстві транскреація розглядається як один із ключових методів адаптації текстів, що мають високий ступінь емоційності, культурної маркованості та мультимодальної структури. На відміну від традиційного перекладу, зорієнтованого передусім на відтворення структури та семантики оригіналу, транскреація ставить у центр уваги прагматичний ефект і реакцію цільової аудиторії [50, с. 95]. Саме тому вона вважається найбільш релевантним підходом у сфері інтернет-комунікації, де текст постає не як завершений продукт, а як динамічна, відкрита й змінна семіотична конструкція.

Теоретичні засади транскреації походять від класичних моделей перекладу, передусім від концепції динамічної еквівалентності Ю. Найди, відповідно до якої перекладацька дія має забезпечувати «рівноцінний вплив» на аудиторію незалежно від її культурного ґрунту [62, с. 12]. У транскреації цей принцип реалізується через переосмислення структури тексту, добір прагматично релевантних рішень та гнучке оперування культурними кодами.

Близькою до цього підходу є й Скопос-теорія Г. Вермеєра, що визначає мету комунікації головним чинником перекладацької стратегії [77, с. 191].

Згідно з поглядами М. Кроніна, цифрова епоха радикально змінює природу тексту: він перестає бути статичним, набуваючи властивостей мультимодальності, фрагментарності та платформної залежності [44, с. 44]. Це означає, що перекладач цифрових матеріалів мусить працювати не з текстом у традиційному розумінні, а з комплексом взаємодіючих ресурсів — вербальних, графічних, візуальних, мемних. У таких умовах транскреація забезпечує не лише відповідність змісту, а й відтворення емоційно-прагматичної динаміки.

Українські дослідники також активно звертаються до категорії транскреації, підкреслюючи її актуальність для медіадискурсу та аудіовізуальної комунікації. Л. Коломієць наголошує, що переклад у сучасному культурному

просторі набуває рис творчої реконструкції, оскільки перекладач вимушений інтегрувати безліч екстралінгвальних чинників — від емоційного регістру до культурних настанов аудиторії [14, с. 121].

Подібної думки дотримується і О. Ребрій, який розглядає переклад як «креативну культурну адаптацію», що вимагає залучення інтерпретаційних та когнітивних стратегій [26, с. 87].

Дослідження В. Карабана стверджують, що в цифрових медіа транскреація є фактично домінантною моделлю, оскільки традиційні перекладацькі норми не здатні забезпечити повноцінне передавання оцінності й експресії [9, с. 36].

Важливою характеристикою транскреації є її методологічна багат шаровість. Науковці, зокрема Д. Педерсен, В. Габалло та С. Райк, виокремлюють такі ключові її параметри:

- орієнтація на комунікативну мету та прагматичний ефект;
- можливість глибокої перебудови структури оригіналу;
- використання еквівалентів, що відповідають емоційному тону та стилістичній модальності;
- інтеграція культурних, соціальних і жанрових кодів цільової аудиторії;
- урахування мультимодальних компонентів (вербальних, графічних, емодзі, мемних ресурсів);
- забезпечення когерентності тексту в межах конкретного цифрового середовища [65; 50; 69].

Українська дослідниця О. Скопненко у своїх працях з медіалінгвістики підкреслює, що цифровий текст завжди є гібридним і креолізованим, а тому його відтворення іншою мовою передбачає не трансляцію форми, а збереження функціонального навантаження емоційно-експресивних елементів [30, с. 55].

З огляду на це транскреація є не просто технікою або підтипом перекладу — вона виступає окремою методологічною парадигмою, яка:

- враховує специфіку інтернет-дискурсу як нестабільного,

- динамічного та алгоритмічно керованого середовища;
- дозволяє передавати емоційну інтенсивність та культурну релевантність тексту;
- забезпечує адаптивність і креативність перекладача в умовах цифрової комунікації;
- сприяє збереженню прагматичного впливу оригінального повідомлення [51, с. 67].

Узагальнюючи, транскреація постає одним із найефективніших інструментів перекладу інтернет-дискурсу, оскільки враховує його емоційну насиченість, культурну динаміку та мультимодальну природу.

Теоретичний аналіз транскреації як провідної стратегії перекладу інтернет-дискурсу неможливий без детального розгляду двох її ключових операційних складових — локалізації та функціональної заміни. Саме вони забезпечують можливість перетворення вихідного цифрового контенту відповідно до соціокультурних, технічних і комунікативних умов функціонування цільового тексту. В інтернет-дискурсі, де мультимодальність, гіпертекстуальність та алгоритмічна динаміка визначають спосіб продукування і сприйняття повідомлень, локалізація та функціональна заміна стають фундаментальними умовами ефективної транскреації [24, с. 44; 69, с. 70].

Згідно з положеннями Скопос-теорії, «правильність» перекладу визначається не відповідністю формі оригіналу, а досягненням цільової функції тексту в іншому культурному середовищі [77, с. 191]. Саме тому локалізація в межах транскреації виконує роль інструмента, що формує умови реалізації скопосу. Локалізація дозволяє адаптувати контент до соціолінгвістичних норм спільноти, особливостей інтерфейсу, алгоритмів платформи та очікувань користувача. Як зазначає О. Гавриленко, у цифровому комунікативному просторі «лінгвокультурні обмеження відіграють не меншу роль, ніж граматичні відповідності» [3, с. 14].

Локалізація в інтернет-дискурсі включає не лише переклад вербального компонента, але й глибоке врахування технологічного контексту платформи.

Ф. Шауме наголошує, що цифровий текст інтегрується у складну мультимодальну систему, де значення формується на перетині вербальних, іконічних, типографічних та інтерфейсних чинників [70, с. 28]. Тому локалізація передбачає адаптацію не лише лексики, а й:

- структури подання інформації;
- довжини тексту відповідно до UI/UX вимог;
- семіотики кольору, емодзі, піктограм;
- інтерактивних механік (кнопок, жестів, навігації);
- очікуваних патернів поведінки користувачів у межах спільноти.

У цьому контексті інтернет-дискурс функціонує як динамічна культура, де зміст тексту є змінною величиною. Це узгоджується з позицією М. Кроніна, який трактує цифрову комунікацію як середовище постійної реконфігурації значень [44, с. 58].

Локалізація також передбачає адаптацію культурних моделей. Як відзначає Р. Зорівчак, культурно марковані елементи не можуть бути перенесені без урахування національного «семіотичного поля», оскільки вони активують різні сценарії інтерпретації в різних культурах [8, с. 68]. У цифровому середовищі цей процес ускладнюється тим, що культурні коди інтернет-спільнот не завжди збігаються з національними, а інколи навіть протиставляються їм, формуючи транснаціональні мережеві ідентичності.

У межах транскреації локалізація відіграє роль методологічного фундаменту, на якому здійснюються подальші творчі адаптації. Вона визначає рамкові умови для функціональної заміни, яка, у свою чергу, забезпечує відтворення прагматичного та емоційного ефекту вихідного повідомлення. На думку В. Карабана, перекладова заміна стає необхідною тоді, коли буквальне відтворення одиниць призводить до «семантичної чи комунікативної дисфункції» [9, с. 84].

У цифровому дискурсі це трапляється особливо часто, адже значна частина одиниць (сленг, меми, оцінні конструкції) має фрагментарний, ситуативний та

спільотно залежний характер.

Функціональна заміна у транскреації виконує роль операції, що дозволяє перенести комунікативний намір та інтенційний зміст у нову мовно-культурну систему, забезпечивши релевантну реакцію адресата. Відповідно до підходу Дж. Мандея, у текстах з підвищеною експресивністю перекладач має відтворювати не структуру, а «емоційну траєкторію висловлення» [61, с. 119]. Таким чином, функціональна заміна дає змогу:

- трансформувати семантично навантажені одиниці;
- компенсацію відсутності прямих відповідників;
- уникати небажаних конотацій;
- змінювати синтаксичні структури задля досягнення ефекту;
- адаптувати рівень експресії та інтенсивності;
- зберігати прагматичну спрямованість тексту.

У працях українських дослідників перекладу (О. Ребрій, Р. Зорівчак, В. Коптілов) неодноразово підкреслюється, що саме заміна забезпечує органічність цільового тексту і дозволяє уникнути «фрагментарної інтерференції» культурних кодів [26, с. 221; 8, с. 122; 11, с. 75].

У цифровому середовищі, де смисли швидко змінюються і формуються соціальними алгоритмами, функціональна заміна виконує також когнітивну функцію. Вона вимагає від перекладача уміння ідентифікувати не лише лінгвістичні значення, а й:

- наміри автора (communicative intent);
- механізми впливу (perlocutionary force);
- очікування спільноти;
- інтертекстуальні зв'язки;
- дискурсивні патерни платформи;
- невербальні сигнали (емодзі, форматування, ритм).

У цьому сенсі транскреація постає як форма міжкультурної медіації, де локалізація визначає площину прийнятності, а функціональна заміна — площину ефективності адаптованого тексту. Саме тому сучасні дослідження вважають ці

стратегії не окремими техніками, а взаємопов'язаними складовими єдиного адаптаційного процесу [50, с. 100; 65, с. 62].

Синергія локалізації та функціональної заміни забезпечує адаптацію як на рівні форми, так і на рівні змісту. Вона дозволяє перетворити вихідний текст на такий, що здатний виконувати свої прагматичні функції у цільовому цифровому середовищі, враховуючи його соціокультурні, технологічні та семіотичні параметри. Унаслідок цього транскреація в інтернет-комунікації постає не як факультативна стратегія, а як необхідна умова досягнення адекватності, оскільки традиційні моделі еквівалентності не можуть забезпечити повноцінного перенесення емоційної та функціональної специфіки цифрового контенту [38, с. 88; 57, с. 55].

Узагальнюючи викладений теоретичний матеріал, можна стверджувати, що транскреація є однією з найефективніших перекладацьких стратегій у сфері інтернет-комунікації, оскільки вона враховує специфічні властивості цифрового дискурсу — його динамічність, мультимодальність, культурну маркованість та залежність від алгоритмічних умов функціонування платформ. На відміну від традиційних перекладацьких моделей, орієнтованих переважно на структуру та семантику тексту, транскреація спрямована на відтворення прагматичного впливу, емоційної насиченості та культурної релевантності, що формують реальну цінність висловлювання в цифровому середовищі.

Ключовими операційними складовими транскреації є локалізація та функціональна заміна, які забезпечують можливість перенесення комунікативного наміру у межі іншої мовно-культурної системи. Локалізація створює умови для культурної, соціолінгвістичної та технологічної відповідності тексту: вона враховує особливості платформи, очікування спільноти, мультимодальні та інтерфейсні параметри. Функціональна заміна, у свою чергу, дозволяє зберегти емоційний та прагматичний ефект за допомогою структурної чи семантичної перебудови повідомлення, компенсуючи відсутність прямих відповідників та уникаючи небажаних конотацій.

Синергія цих двох стратегій формує адаптаційний механізм, здатний забезпечити адекватність у цифровому контексті, де комунікація є фрагментарною, неієрархічною, інтертекстуальною та алгоритмічно регульованою. Транскреація уможливорює створення тексту, який не лише передає зміст оригіналу, а й функціонує у цільовій культурі так само ефективно, забезпечуючи емоційний відгук і прагматичний результат, еквівалентний до реакції первинної аудиторії.

Таким чином, транскреація постає не як вторинна чи факультативна стратегія, а як методологічна парадигма, необхідна для перекладу мультимодальних, високоемоційних та культурно маркованих інтернет-матеріалів. Саме її застосування дозволяє забезпечити повноцінне функціонування цифрового тексту у новому комунікативному середовищі, роблячи переклад не лише точним, але й релевантним, природним та ефективним.

## 2.2. Класифікація перекладацьких трансформацій у контексті інтернет-комунікації

Лексичні трансформації відіграють визначальну роль у перекладі емоційно-інтенсифікуючих засобів, оскільки саме на рівні лексики відбувається основне накладання суб'єктивних, оцінних та експресивних компонентів, характерних для інтернет-дискурсу. Останній формує новий тип мовності, який М. Кронін визначає як «динамічну, нестабільну та ситуативно зумовлену мережеву семіотику» [44, с. 37]. Тому перекладач має працювати не лише з формальною структурою мовних одиниць, а з їхнім прагматичним потенціалом, дискурсивною варіативністю та культурною маркованістю.

З огляду на це лексичні трансформації стають механізмами, які забезпечують не просто передачу значення, а відтворення емоційної сили, перлокутивного ефекту, ступеня інтенсивності та комунікативної спрямованості висловлювання. У працях В. Карабана підкреслюється, що адаптація лексики, особливо оцінної, завжди виходить за межі формальної семантики і передбачає «конструювання нової лексичної структури, яка відтворює функцію висловлювання» [9, с. 71].

Однією з найпоширеніших трансформацій є конкретизація, що передбачає перехід від ширшого значення вихідної одиниці до більш деталізованого й експресивно точного відповідника цільової мови. Ця стратегія є особливо актуальною в інтернет-дискурсі, де багато одиниць мають узагальнену або розмиту семантику, а їх емоційна цінність зумовлена контекстом, платформою та попередніми мовними практиками.

У межах цифрової комунікації конкретизація може виконувати дві функції:

- семантичну — усунення багатозначності або невизначеності;
- прагматичну — посилення емоційного ефекту відповідно до очікувань аудиторії.

Р. Зорівчак наголошує, що конкретизація особливо актуальна для ситуацій, коли «оцінний компонент є значно актуальнішим за денотативний» [8, с. 52].

Саме так часто функціонують інтернет-інтенсифікатори, де емоційний сигнал важливіший за описову функцію слова. У цьому сенсі конкретизація стає не просто технічним прийомом, а засобом транскультурної адаптації.

Протилежною за механізмом, але не менш важливою є генералізація, що передбачає перехід до одиниці ширшого значення. У перекладі інтернет-дискурсу генералізація часто використовується для нейтралізації надто вузьких культурних, субкультурних або мемних конотацій, які не мають прямого аналога у цільовій мові.

Причиною застосування генералізації є:

- висока культурна специфічність одиниці, сформованої у межах певної онлайн-спільноти;
- небажання вводити непоширені або малозрозумілі терміни в український контекст;
- необхідність збереження природності тексту, що наголошував В.

Карабан як один із ключових параметрів перекладу [9, с. 68].

Генералізація у транскреаційному підході не є втратою змісту, а навпаки — способом забезпечення функціональної адекватності, що відповідає принципу Скопос-теорії: текст перекладу має відповідати потребам реципієнта, а не обов'язково формі оригіналу [77, с. 25]. У випадку емоційно-інтенсифікуючих одиниць це означає, що генералізація може бути виправданою тоді, коли дозволяє зберегти прагматичний ефект, уникнувши непотрібної культурної «шумності».

Найскладнішим і водночас найбільш творчим прийомом є компенсація, яку визначають як перенесення втраченого елемента на іншу ділянку тексту або заміну його іншим засобом цільової мови. Для інтернет-дискурсу компенсація є фундаментальною, оскільки значна частина емоційно-інтенсифікуючих засобів не має прямої відповідності: частина є ситуативними конструкціями, частина — продуктами субкультур, частина — короткотривалими мемними структурами.

О. Ребрій підкреслює, що компенсація є одним із найефективніших механізмів «перенесення емоційного ефекту», коли структурна відповідність

неможлива або суперечить природності тексту перекладу [26, с. 219]. Це положення перегукується з концепціями М. Кроніна про цифрову нестабільність тексту, де емоційна інтенсивність може бути зумовлена не самою лексикою, а позицією, тоном, ритмом або графічним оформленням [44, с. 44].

Компенсація також є важливою у транскреаційному підході, адже дозволяє:

- замінювати культурно маркований елемент аналогом зі схожим емоційним впливом;
- відтворювати експресивність через інші лексичні або стилістичні параметри;
- інтегрувати графічні та паралінгвальні інтенсифікатори (за потреби — у межах мультимодальної адаптації).

Усе це робить компенсацію одним із ключових механізмів у роботі з інтернет-лексикою, що постійно змінюється, актуалізується й переосмислюється спільнотою.

У транскреації лексичні трансформації виконують не допоміжну, а центральну творчу функцію, оскільки:

- забезпечують відтворення прагматичного ефекту;
- дозволяють реконструювати інтенційний профіль висловлювання;
- дають змогу адаптувати емоційну силу відповідно до норм українського інтернет-сегмента.

С. Баснет та А. Лефевр, наголошують, що переклад — це не передача форми, а перекодування культурно-оцінних моделей [38, с. 74]. У цифровому середовищі цей принцип реалізується особливо виразно: лексичні одиниці несуть високий рівень індексальної (ідентифікаційної) семантики, а тому трансформації стають не лише технічними прийомами, а інструментами культурної медіації.

Так само Дж. Мандей підкреслює, що в мультимодальному дискурсі «лексика є лише одним зі складників емоційного впливу», тому перекладач має

працювати із системою значень, а не з окремою одиницею [61, с. 112].

Отже, застосування лексичних трансформацій у перекладі емоційно-інтенсифікуючої лексики інтернет-дискурсу є багатоаспектним процесом, який поєднує семантичну, прагматичну та культурну адаптацію. Конкретизація дозволяє зберегти точність та інтенсивність емоційного сигналу; генералізація забезпечує природність і доступність тексту; компенсація — відтворення складної системи оцінних та експресивних значень. Усі три механізми інтегруються у транскреаційну модель і забезпечують відтворення комунікативної сили вихідного висловлювання, що особливо важливо в умовах швидкоплинного, мультимодального та соціально змінного цифрового середовища.

Граматичні та стилістичні трансформації у перекладі інтернет-дискурсу виконують не лише структурну, а й прагматично-функціональну роль, оскільки емоційна інтенсифікація в мережевій комунікації є засобом конструювання соціальної взаємодії, групової ідентичності та експресивного впливу. На відміну від традиційних підходів, що пояснюють трансформації передусім структурними відмінностями мов, у цифровому середовищі їх необхідність зумовлена жанровою гнучкістю платформ, алгоритмічною економією висловлювання та культурною багатошаровістю онлайн-спільнот. Як підкреслює Левицька, перекладач у цифровій комунікації працює не зі словом як одиницею, а з «прагматичним імпульсом» повідомлення [18, с. 41].

Дієвим інструментом відтворення синтаксичної організації тексту виступають граматичні трансформації, що забезпечують адаптацію динамічної структури онлайн-висловлювання.

У цифровому дискурсі граматична будова виконує не лише інформаційну, а й емоційну функцію, оскільки темп, ритм і ступінь фрагментарності слугують індикаторами інтенсивності. Платформи типу TikTok або X (Twitter) формують комунікативний мінімалізм, що спричиняє появу редукованих конструкцій,

нестандартних моделей і ситуативних імплікацій.

У таких умовах перекладач застосовує граматичні трансформації з метою:

- відтворення синтаксичної ритміки, релевантної українській мові;
- узгодження форм із дискурсивними нормами спільноти;
- компенсації змісту, який у джерелі передається невербальними або алгоритмічними засобами, такими як підказки, реакції чи нитки коментарів.

На думку Г. Вермеєра, перекладач повинен орієнтуватися на функцію тексту в конкретній ситуації комунікації, а не на буквальне відтворення його структури [31, с. 58]. Це особливо важливо для онлайн-дискурсу, де граматична модель допускає зміну заради збереження експресивності.

У випадках, коли прямий переклад призводить до нейтралізації емоційного ефекту, застосовуються компенсаційні граматичні стратегії. Емоційна насиченість цифрових висловлювань нерідко формується через поєднання лаконізму, графічних засобів та синтаксичної фрагментарності. Тому перекладач змушений здійснювати синтаксичне розгортання, експлікацію чи зміну структури у ситуаціях, коли:

- інтенсивність у джерелі позначена невербальними маркерами (емодзі, реакції, меми);
- значення «сховане між рядками» та формується попереднім дискурсом;
- імпліцитність оригіналу суперечить граматичним нормам української мови.

Такі випадки потребують граматичних рішень, спрямованих на інтерпретацію змісту, що, за В. Коптіловим, є не викривленням, а обов'язковим елементом адекватного перекладу [13, с. 99].

Стилістичні трансформації є ще складнішими, оскільки вони безпосередньо впливають на емоційну інтенсивність, яка часто реалізується через іронію, гру слів, метафоризацію або експресивні формули. Стилістична

структура онлайн-дискурсу визначається:

- регістром спільноти (іронічний, саркастичний, молодіжний);
- жанром (тред, мем, коментар, реакційний пост);
- платформними нормами.

Тому стилістичні трансформації охоплюють:

- зміну тональності, інтенсивності, ступеня експресивності;
- добір соціально маркованих лексем;
- адаптацію ритміки коротких реплік;
- відтворення дискурсивних конвенцій, властивих культурі джерела.

Д. Катан наголошує, що стилістична адаптація спрямована на відтворення «культурного сценарію комунікації» [57, р. 82], і це особливо важливо у випадку глобальних інтернет-трендів, що поширюються з англомовного середовища.

Специфічні дискурсивні норми кожної соцмережі зумовлюють міжплатформну варіативність стилю, що стає вагомим фактором перекладацьких рішень і вимагає диференційованого підходу до кожного каналу комунікації.

Особливістю цифрової комунікації є відсутність універсального стилістичного стандарту. Коментар Reddit різниться від TikTok-репліки за:

- довжиною;
- інтонаційним рисунком;
- функціональною метою.

Це зумовлює застосування різних стилістичних рішень для передачі інтенсифікації:

- компактність і фрагментарність — для TikTok;
- логічно впорядкована, але іронічна структура — для Reddit;
- емоційно-усні інтонації — для YouTube-коментарів.

Такий підхід відповідає положенню Е. Піма про те, що перекладацькі рішення завжди залежать від «соціальних норм жанру» [68].

Необхідність уникнення автоматичної модерації («тіньового бану») зумовлює безпосередній вплив алгоритмічної комунікації на граматико-

стилістичні рішення, провокуючи появу навмисних орфографічних девіацій.

У цифровому середовищі емоційна інтенсифікація нерідко підсилюється:

- алгоритмами рекомендацій;
- автоцензурою;
- обмеженнями за довжиною повідомлення;
- структурою коментарних гілок.

Ці чинники формують «зовнішній граматичний тиск» на повідомлення: фрази скорочуються, синтаксис спрощується, емоційні маркери стають шаблонізованими. Як зазначає В. Габалло, цифрова комунікація змінює саму логіку тексту, роблячи його «динамічно адаптивним» [50].

Перекладач має враховувати ці механізми, оскільки вони впливають на:

- форму подання думки;
- добір інтенсифікаторів;
- способи передачі емоційності.

Проведений аналіз засвідчує, що перекладацькі трансформації у сфері інтернет-комунікації відіграють ключову роль у збереженні прагматичного потенціалу, емоційної сили та комунікативної функції вихідного висловлювання. На відміну від традиційного письмового дискурсу, цифрове мовлення характеризується високою динамічністю, ситуативною варіативністю, прискореним темпом зміни мовних тенденцій та мультимодальністю, що вимагає від перекладача застосування не шаблонних, а гнучких, адаптаційно-транскреативних рішень.

Лексичні трансформації — конкретизація, генералізація та компенсація — забезпечують не лише точність змісту, а й відповідність прагматичного впливу, що є визначальним у середовищі соціальних мереж. Конкретизація дозволяє посилити емоційний сигнал і зробити висловлювання більш наближеним до української комунікативної традиції; генералізація знімає надмірну культурну специфіку та зберігає природність тексту; компенсація стає інструментом перенесення або реконструкції емоційної сили там, де пряма еквівалентність відсутня. У цифровому дискурсі ці трансформації функціонують як механізми

культурної медіації, дозволяючи перекладачеві відтворити інтенсивність, оцінність та експресивність, що формують емоційний профіль висловлювання.

Граматичні трансформації забезпечують передачу ритму, темпу, фрагментарності та синтаксичної структури, що властиві різним онлайн-платформам. Емоційна інтенсифікація у соціальних мережах нерозривно пов'язана зі структурними особливостями висловлювань, тому перекладач повинен ураховувати як граматичні норми української мови, так і алгоритмічні обмеження платформи, жанрові формати та ритм цифрового мовлення. Застосування синтаксичного розгортання, редукції або експлікації є засобом не формальної, а прагматичної корекції, спрямованої на створення максимально автентичного емоційного ефекту.

Стилістичні трансформації відіграють особливо важливу роль, оскільки стиль у цифровому середовищі виконує не лише естетичну, а й ідентифікаційну та соціально-марковану функцію. Відтворення іронічності, саркастичності, розмовності, мемності або навмисної простоти вимагає від перекладача глибокого розуміння норм і дискурсивних моделей кожної окремої платформи — TikTok, Reddit, YouTube. Стилістична адаптація забезпечує коректне відтворення соціального тону та комунікативної стратегії автора, що є центральним для інтернет-комунікації.

Загалом перекладацькі трансформації в цифровому середовищі постають не як технічні прийоми, а як комплексні інструменти смислової, культурної та прагматичної адаптації. Вони дозволяють зберегти комунікативну силу вихідного тексту, відтворити інтенційність та забезпечити відповідність перекладу очікуванням цільової аудиторії. Усі три групи трансформацій — лексичні, граматичні та стилістичні — у взаємодії формують основу транскреативного підходу, який є найбільш релевантним для перекладу емоційно-інтенсифікуючих одиниць у сучасному мультимодальному та швидкоплинному інтернет-дискурсі.

### 2.3. Прагматичний підхід до перекладу емоційно-інтенсифікуючих одиниць

Прагматичний аспект перекладу емоційно-інтенсифікуючих одиниць відіграє ключову роль у сучасному інтернет-дискурсі, де комунікативний успіх визначається не лише точністю передачі змісту, а передусім здатністю тексту викликати аналогічну емоційну реакцію аудиторії. Перлокутивний ефект, відповідно до теорії мовленнєвих актів Дж. Остіна, охоплює реальний вплив висловлювання на реципієнта — від емоційного збудження до оцінних змін та формування поведінкової мотивації [35, с. 121]. У цифровому спілкуванні, де значення часто створюється імпліцитно, через контекст, мемність та групові норми, відтворення цього ефекту є складним і потребує не буквального перекладу, а культурної адаптації, стилістичного моделювання та прагматичної інтервенції з боку перекладача.

Особливої ваги набуває культурна адаптація у контексті інтернет-комунікації, що передбачає декодування чужорідних культурних кодів (мемів, прецедентних текстів) та їх заміну на національно-специфічні відповідники.

У цифровому середовищі емоційні інтенсифікатори функціонують як культурні маркери: вони передають не лише ступінь інтенсивності, а й належність мовця до певної спільноти, тренду чи медіаплатформи. Згідно з підходом Д. Катана, культурні сценарії формують «рамки сприйняття повідомлень», і без їхнього урахування переклад втрачає природність та впливовість [57, с. 84]. В інтернет-дискурсі ці сценарії ще більш динамічні: вони змінюються залежно від мемотворчості, алгоритмів, вірусності та соціальної моди.

Культурна адаптація в перекладі інтенсифікаторів передбачає:

- урахування локального контексту сприйняття, оскільки одна й та сама емоційна одиниця може мати різний ступінь прийнятності в різних культурах;
- відтворення кодових практик спільноти (наприклад, іронічного стилю українського TikTok або саркастичного дискурсу Reddit);

- заміну емоційних сигналів, які не мають еквівалента у цільовій культурі, на функціонально подібні елементи.

О. Ребрій зазначає, що культурна адаптація у перекладі соціальних медіа є одночасно «медіацією значень і конструюванням нового культурного тексту» [26, с. 244].

Специфіка транскреації полягає у зміщенні фокусу з семантичної еквівалентності на прагматичну, де домінує перлокутивний ефект як перекладацька мета (змусити сміятися, купити, поширити).

На відміну від традиційних моделей перекладу, орієнтованих на семантичну точність, у випадку інтернет-дискурсу метою стає еквівалентний вплив, що включає:

- емоційний відгук,
- оцінну реакцію,
- впізнавання культурного натяку,
- комічний або іронічний ефект,
- залучення до інтеракції (коментар, лайк, поширення).

С. Басснет та А. Лефевр підкреслюють, що переклад у культурному просторі завжди має на меті «створення аналогічного ефекту, а не просте копіювання тексту» [38, с. 12]. Тому для онлайн-комунікації пріоритетом є не відповідність слів, а відповідність прагматичного впливу.

Перлокутивний ефект в інтернет-дискурсі формується за рахунок:

- емоційно насичених інтенсифікаторів;
- гіперболізації;
- розмовного стилю та субстандартних елементів;
- ритму коротких реплік;
- невербальних компонентів (емодзі, написання великими літерами, повтори);
- мемної інтертекстуальності.

Саме тому перекладач має не відтворювати формальну структуру, а моделювати емоційний імпульс, що викликав би в українського читача ефект максимально наближений до реакції первинної аудиторії.

Специфіка національного менталітету знаходить своє вираження через роль культурних моделей сприйняття, що диктують патерни реагування на певні стимули (кольори, символи, архетипи).

У межах інтернет-комунікації культурна компетентність користувачів визначає спосіб декодування інтенсифікаторів. Дослідниця Г. Херрінг у праці «Digital Affect and Online Communication» наголошує, що цифрові емоційні маркери читаються «не буквально, а через лінзи культурних схем сприйняття» [54, с. 77]. Наприклад, те саме повторення букв у різних мовних культурах може сигналізувати різні емоції: збудження, іронію, захоплення чи навіть агресивність.

Для українського інтернет-контексту характерними є:

- підкреслена іронічність;
- поєднання емоційних маркерів з національними мемами;
- гумористичне переосмислення англомовних тенденцій;
- культура тілесно-емоційних експресем (типу «аааа», «ой всьо»).

Тому передача перлокутивного ефекту потребує врахування культурних норм інтерпретації, а також стильового клімату платформи (TikTok → експресивність; Reddit → саркастичність; YouTube → усно-розмовний тип комунікації).

Для усунення комунікативних збоїв та забезпечення функціональної адекватності тексту необхідною стає прагматична інтервенція перекладача у структуру та зміст оригіналу.

На думку Е. Піма, перекладач у сучасному цифровому середовищі виконує роль «медіатора вибору», який приймає рішення з урахуванням соціальних очікувань цільової аудиторії [68, с. 61]. Це означає, що переклад емоційно-інтенсифікуючих одиниць може вимагати:

- регулювання ступеня експресивності (пом'якшення або підсилення);
- зміни стилістичного регістру;
- адаптації інтонаційної моделі;
- заміни культурної алюзії на локально впізнавану;
- інтерпретаційного доповнення змісту.

Така інтервенція не є порушенням норм перекладу, а закономірним явищем у динамічному медійному дискурсі, де прагматичний результат значно важливіший за семантичну «буквальність».

Необхідною умовою цілісності сприйняття повідомлення виступає прагматична релевантність у межах креолізованих цифрових текстів, що передбачає смислову та функціональну узгодженість вербального компонента з візуальним.

Оскільки інтернет-дискурс є мультимодальним, перекладач має враховувати вплив невербальних компонентів на емоційність висловлювання. М. Кронін зазначає, що цифровий текст «не можна розглядати як суто мовний об'єкт» [44, с. 103], тому прагматичний ефект створюється не словами, а взаємодією лінгвістичних і графічних одиниць.

Передача перлокутивного ефекту у таких умовах потребує:

- компенсаційних стратегій для емодзі;
- стилістичного моделювання при втраті графічної інтенсифікації;
- інтеграції невербальних елементів у структуру речення;
- урахування кольорових та візуальних маркерів значення;
- здатності перекладача «зчитувати» конотативний шар цифрових сигналів.

Невербальні інтенсифікатори — емодзі, стікери, GIF-анімація, реакційні кнопки — стали невід'ємним елементом інтернет-дискурсу та виконують функцію прагматичних маркерів емоційності, інтерперсональної дистанції, стилістичного регістру й культурної належності висловлювання. На відміну від традиційних паралінгвістичних засобів, цифрові невербальні одиниці мають

більш складну семіотичну природу: вони одночасно є текстовими, графічними й культурними знаками, що передають оцінку, ставлення, іронію та тональність повідомлення. Як зазначає Д. Крістал, емодзі формують «другий канал значення», який отримувач інтерпретує паралельно з мовним текстом [42, с. 211].

У перекладознавстві проблема відтворення невербальних інтенсифікаторів пов'язана з необхідністю збереження прагматичного потенціалу, який у цифровому середовищі часто переважає над семантикою. Культурна варіативність сприйняття емодзі й стікерів зумовлює потребу не буквального відтворення графічних об'єктів, а функціонально-прагматичної адаптації, яка забезпечує аналогічний емоційний ефект у цільовій культурі. Психологічний комфорт учасників комунікації забезпечують невербальні інтенсифікатори як елементи емоційної регуляції дискурсу, компенсуючи дефіцит емоційної інформації у віртуальному середовищі.

У цифровому спілкуванні емодзі виконують кілька ключових функцій:

- інтенсифікаційну — підсилюють емоційне забарвлення висловлювання;
- дискурсивну — сигналізують іронію, сарказм, жарт або знижену серйозність;
- соціально-маркерну — вказують на приналежність до певної онлайн-спільноти;
- модальну — передають ставлення мовця, яке не виражене вербально.

Ці функції підтверджує й підхід М. Денезі, який визначає емодзі як «культурно закодовані одиниці інтерперсональної емоційної навігації» [47, с. 34]. Для перекладача це означає, що кожен невербальний елемент є не просто графічним знаком, а носієм прагматичної інформації, яка має бути відтворена або компенсована.

Хоча технічно емодзі є універсальними, їхня семантика та прагматика — культурно зумовлені. Наприклад, той самий смайлик може інтерпретуватися як ввічливість, сарказм чи пасивна агресія залежно від культурного контексту. Д.

Катан підкреслює, що переклад таких одиниць повинен «будувати міст між культурними моделями сприйняття» [57, с. 112].

У перекладі застосовуються такі стратегії:

- пряме перенесення (коли емодзі нейтральний або універсальний у сприйнятті);
- функціональна заміна (коли оригінальний емодзі не читається у цільовій культурі);
- додавання пояснювального елемента, якщо емоційний намір неочевидний;
- компенсація в іншому місці тексту (коли графічний елемент не можна передати технічно);
- стилістична модифікація висловлювання з урахуванням відсутності емодзі.

Підхід Ю. Найди про «динамічну еквівалентність» підтверджує необхідність прагматичного, а не візуально-точного відтворення графічних елементів [62, с. 92].

Стікери є більш контекстуально навантаженими, ніж емодзі: вони містять конкретний образ, часто прив'язаний до мемів, трендів або локальних культурних кодів. Тому при перекладі стікерів часто застосовується транскреаційний підхід, оскільки буквальний переклад є неможливим або неефективним. Я. Педерсен підкреслює, що такі одиниці «не перекладаються, а перевинаядені в іншому культурному просторі» [65, с. 51].

Для GIF-ів характерна висока інтертекстуальність, оскільки більшість із них походить із кіно, серіалів чи вірусних відео. У таких випадках перекладач:

- враховує культурну впізнаваність образу;
- за потреби замінює GIF на локально впізнаваний еквівалент;
- використовує стилістичну компенсацію, якщо медіафрагмент недоступний для цільової культури.

Відповідно до Г. Вермеєра, перекладацьке рішення повинно виходити зі «скопосної мети тексту» [77, с. 44], а в інтернет-дискурсі цією метою часто є залучення аудиторії та створення емоційної спільності. Культурний фон має вирішальне значення: емодзі «😏» у різних культурах може означати:

- прохання;
- кокетливість;
- жалість;
- емоційну маніпуляцію.

Тому стратегія перекладу має включати аналіз:

- культурного скрипту емоції;
- вікової групи аудиторії;
- платформи;
- стилістичного контексту;
- соціального рівня експресії, що прийнятний у цільовій культурі.

У працях Коломієць наголошується, що перекладач оперує не «знаками у вакуумі», а «знаками в культурі» [14, с. 78], що особливо критично для невербальних маркерів.

Специфіка інтернет-комунікації зумовлює нерозривний зв'язок між невербальними інтенсифікаторами та прагматичним ефектом, оскільки графічні засоби становлять основу емоційного забарвлення тексту. Прагматична релевантність невербальних елементів полягає у здатності:

- уточнювати емоційний намір;
- знижувати або підвищувати формальність;
- створювати ефект гри та спільності;
- керувати інтерпретацією тексту;
- впливати на комунікативний тон.

Як підкреслює Д. Крістал, «емодзі стали частиною граматики цифрової комунікації» [42, с. 215]. А отже, перекладач повинен відтворити не форму, а

функцію, тобто прагматичний ефект, який емодзі чи стікер створює у вихідній культурі.

Узагальнення проведеного аналізу показує, що переклад емоційно-інтенсифікуючих одиниць у цифровому дискурсі визначається насамперед прагматичною, а не семантичною еквівалентністю. Комунікативний успіх онлайн-тексту залежить від того, наскільки коректно перекладач відтворює перлокутивний ефект — емоційний імпульс, реакцію, іронічний або комічний тон, що супроводжують вихідне висловлювання. У цифровому середовищі, де значення формується в тісній взаємодії текстових, культурних та мультимодальних сигналів, буквальний переклад не забезпечує адекватності, тому домінуючим стає адаптаційний і транскреативний підхід.

Важливе місце у прагматичному відтворенні займає культурна адаптація, оскільки емоційні інтенсифікатори виступають культурними маркерами онлайн-спільнот і відображають групові норми сприйняття. Переклад повинен враховувати динамічні культурні сценарії, мемну інтертекстуальність та специфіку платформи, що дозволяє створити текст, сприйнятний для української аудиторії. Перекладач у цьому контексті виконує роль медіатора, який не лише переносить зміст, а й конструює новий культурно релевантний варіант висловлювання.

Особливої ваги набуває мультимодальність інтернет-спілкування, у якому невербальні інтенсифікатори — емодзі, стікери, GIF-и, графічні підсилювачі — формують емоційний тон висловлювання та виступають рівноправними носіями значення. Оскільки ці елементи є культурно варіативними та соціально маркованими, їх переклад вимагає функціональної заміни, компенсації чи стилістичного моделювання, а не буквального відтворення. Прагматичний підхід передбачає гнучке застосування цих стратегій для забезпечення ефекту, максимально наближеного до реакції первинної аудиторії.

Таким чином, переклад емоційно-інтенсифікуючих одиниць у цифровому середовищі — це процес, що виходить за межі традиційної семантичної точності. Його сутність полягає в здатності перекладача враховувати культурні, соціальні

та мультимодальні параметри онлайн-дискурсу, підтримуючи прагматичну релевантність висловлювання. Прагматично зорієнтована перекладацька стратегія дозволяє досягти автентичного емоційного впливу, що є необхідною умовою ефективної комунікації у середовищі сучасних цифрових платформ.

## ВИСНОВКИ ДО ДРУГОГО РОЗДІЛУ

Другий розділ був присвячений аналізу методологічних засад та стратегій перекладу емоційно-інтенсифікуючих засобів інтернет-дискурсу, що становлять складний комплекс лінгвістичних, прагматичних, культурних і мультимодальних одиниць. Проведене дослідження дозволило сформулювати низку важливих висновків, які визначають сучасний стан і специфіку перекладацької діяльності у цифровому середовищі.

По-перше, встановлено, що переклад інтернет-дискурсу не може ґрунтуватися на традиційних моделях еквівалентності, оскільки цифрове середовище характеризується мультимодальністю, високою динамікою, інтерактивністю й нестабільністю значень. Це зумовлює необхідність застосування таких підходів, як Скопос-теорія, комунікативно-прагматична модель, культурологічні концепції міжкультурної адаптації та креативної реконструкції змісту.

По-друге, було продемонстровано, що транскреація виступає ключовою методологічною стратегією перекладу емоційно забарвлених і креативних одиниць інтернет-дискурсу. Її застосування дозволяє не відтворювати формально-лінгвістичну структуру тексту, а забезпечувати перлокутивний ефект оригіналу, зберігати тональність, емоційний заряд та прагматичні цілі повідомлення. Транскреація перетворюється на інструмент культурної медіації, який поєднує переклад, копірайтинг і інтерсеміотичну адаптацію.

По-третє, у підрозділі визначено, що локалізація та функціональна заміна є окремими методами адаптації цифрових матеріалів, які забезпечують культурну релевантність, технологічну відповідність і комунікативну ефективність контенту. На відміну від транскреації, локалізація спрямована на пристосування продукту (веб-сайту, додатку, медіатексту) до норм цільового середовища, тоді як функціональна заміна передбачає пошук прагматичного або культурного відповідника на місці неперекладної одиниці. Разом ці стратегії формують гнучкий інструментарій роботи з емоційними інтенсифікаторами.

По-четверте, аналіз показав, що лексичні, граматичні та графічні

трансформації є важливими засобами відтворення емоційності. Конкретизація, генералізація, модуляція, компенсація, опущення й додавання використовуються для передачі оцінності, інтенсивності та експресивності, властивих інтернет-комунікації. Графічні інтенсифікатори (повтори знаків, написання великими літерами, нестандартні символи) формують окремий пласт прагматичної інформації, що вимагає спеціальних підходів до перекладу, зокрема стилістичної компенсації та адаптивної модифікації.

По-п'яте, було акцентовано, що прагматичний аспект перекладу емоційно-інтенсифікуючих одиниць є визначальним, оскільки головним завданням перекладача стає відтворення не змісту, а ефекту — реакції реципієнта, комунікативного наміру та культурної релевантності. Культурна адаптація передбачає урахування когнітивних сценаріїв, емоційних норм, соціально-психологічних моделей поведінки та платформної специфіки (TikTok, Reddit, Instagram тощо).

По-шосте, доведено, що невербальні інтенсифікатори (емодзі, стікери, GIF-анімації) становлять унікальну категорію цифрових знаків, які функціонують як прагматичні маркери емоційної модальності. Їхнє перекладання потребує функціональної відповідності, культурної інтерпретації та врахування семіотичного навантаження. Емодзі не є універсальними; вони мають культурно варіативні значення, тому перекладач повинен застосовувати методи варіювання, компенсації або повної транскреації, винаходячи культурно релевантні еквіваленти.

Узагальнюючи результати розділу, можна зробити висновок, що переклад емоційно-інтенсифікуючих одиниць інтернет-дискурсу ґрунтується на поєднанні лінгвістичних, культурологічних, психологічних і мультимодальних підходів, а також передбачає високий рівень творчої участі перекладача. Ефективність перекладу визначається не ступенем буквальної відповідності оригіналу, а здатністю відтворити емоційний вплив, тональність та комунікативний намір вихідного повідомлення.

Отримані теоретичні висновки створюють підґрунтя для подальшого

практичного аналізу у третьому розділі, де на конкретному мовному матеріалі буде розглянуто реалізацію виявлених стратегій і трансформацій.

### **РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ РІШЕНЬ ПРИ ВІДТВОРЕННІ ЕМОЦІЙНО-ІНТЕНСИФІКУЮЧИХ ЗАСОБІВ**

#### **3.1. Аналіз перекладу лексичних та синтаксичних інтенсифікаторів**

Переклад емоційно-інтенсифікуючих одиниць інтернет-дискурсу становить одну з найбільш складних ділянок сучасної перекладацької практики. На відміну від традиційних текстів, де інтенсифікація здебільшого досягається за допомогою лексико-стилістичних засобів, у цифровому середовищі інтенсивність висловлювання формується через багатокomпонентну систему вербальних, граматичних, графічних та мультимодальних елементів. Це визначає потребу у багаторівневому аналізі перекладацьких стратегій, спрямованих на збереження прагматичного впливу оригіналу, його оцінності та експресивного потенціалу.

Лексичні й синтаксичні інтенсифікатори є ключовими маркерами емоційної напруги цифрового тексту, визначаючи ступінь залученості мовця, його ставлення до інформації та комунікативний намір. Як зазначає Дж. Мандей, інтенсифікація пов'язана передусім із «динамічною проекцією емоційної рамки» висловлювання, яка повинна бути збережена в перекладі незалежно від структурних розбіжностей між мовами [61, с. 91]. У випадку інтернет-дискурсу значення інтенсифікаторів посилюється їхнім функціонуванням у синхронних та асинхронних комунікативних форматах, де реакція аудиторії часто є невідкладною і значною мірою залежить від емоційної сили повідомлення.

Лексичні інтенсифікатори у цифровому дискурсі репрезентують широкий спектр одиниць — від традиційних інтенсифікаторів («very», «so», «super») до новітніх сленгових форм, гіпербол, експліцитних та імпліцитних маркерів оцінності. Показово, що у середовищі соціальних мереж виникають нові лексеми з підвищеним емоційним навантаженням, які мають нестабільну семантику та часто змінюють значення залежно від контексту. Це підтверджується дослідженнями М. Денезі, який називає інтернет-лексику «рухомою

семіосферою», де емоційність визначає первинний смисл одиниці [47, с. 43].

Переклад таких лексем потребує:

- урахування культурних скриптів (Г. Хофстеде, 2001 [55, с. 112]);
- аналізу соціолінгвістичних параметрів аудиторії (Д. Крістал, 2011 [42, с. 137]);
- застосування функціонально орієнтованих трансформацій (Д. Катан, 2004 [57, с. 121]);
- залучення креативних стратегій транскреаційної адаптації [65, с. 61].

Особлива увага буде приділена аналізу перекладацьких трансформацій, описаних у розділі, але на реальному матеріалі корпусу дослідження (1200 фрагментів із TikTok, Reddit, YouTube).

Синтаксичні інтенсифікатори формують емоційний ритм та композицію висловлювання, виконуючи функцію мовленнєвої драматургії. У цифровому дискурсі їхнє використання набуває специфічних рис:

- збільшення частоти парцеляції;
- активне використання еліпсису;
- інверсійні конструкції для передавання емоційного підсилення;
- міжрядкове структурування («broken syntax»), пов'язане з платформними форматами;
- формування емфатичного наголосу за рахунок мінімалізму чи фрагментації.

Згідно з Г. Вермеєром, синтаксичні інтенсифікатори є унікальними індикаторами «комунікативного наміру, закодованого в структурі тексту» [77, с. 55]. У цифровому середовищі вони визначають не лише зміст, а й швидкість та спосіб сприйняття інформації, що прямо впливає на переклад.

Під час перекладу синтаксичних інтенсифікаторів перекладач має

враховувати:

- обмеження платформ (кількість символів, форматування);
- ритм і тональність тексту;
- прагматичну функцію інтенсифікатора — підсилення, драматизація, іронізація;
- соціальні норми цільової культурної спільноти.

Як засвідчує Е. Пім, переклад емоційних елементів має «невербальну природу», оскільки значення таких структур вибудовується не лише мовно, а й культурно [68, с. 134]. Це особливо важливо при роботі з інтернет-комунікацією, де емоційність формується не лексичною одиницею, а її функцією у спільноті.

Перекладач повинен зберегти:

- інтенсивність емоційного сигналу;
- позицію суб'єкта;
- соціально-прагматичну рамку висловлювання;
- ступінь експресивності, прийнятної у цільовій спільноті.

Таким чином, лексичні та синтаксичні інтенсифікатори постають не як формальні структури, а як інструменти відтворення емоційної архітекτονіки висловлювання, що вимагає окремої стратегії перекладацької адаптації.

Лексичні трансформації відіграють ключову роль у відтворенні емоційно-експресивних значень, характерних для інтернет-дискурсу, де мовні одиниці часто поєднують буквальне значення з багат шаровою прагматичною та культурною конотацією. У молодіжному сленгу соціальних мереж TikTok, Reddit, YouTube англomовні інтенсифікатори зазвичай функціонують як маркери емоційного ступеня, оцінності та групової ідентичності, що зумовлює потребу у застосуванні перекладацьких трансформацій. Нижче подано систематизований аналіз найпоширеніших лексичних трансформацій — конкретизації, генералізації, компенсації, експлікації, модуляції та комбінованих трансформацій — із демонстрацією того, як кожна з них забезпечує передачу емоційної сили висловлювання.

Конкретизація використовується тоді, коли англійське слово має дуже

широку семантику (*crazy, wild, insane, unreal, huge*), але в українському інтернет-дискурсі комунікативна мета вимагає точнішого, більш експресивного відповідника.

У таких випадках перекладач свідомо посилює значення через вибір конкретнішої лексики, що краще відповідає прагматичній інтенції автора.

Приклади конкретизації:

1. ОВ: *That's crazy!*

ПВ: Він реально жесьь. / Це дика ситуація. / Це повний треш.

2. ОВ: *She went wild.*

ПВ: Вона рознесла всіх. / Вона увійшла в раж. / Вона вистрілила по максимуму.

3. ОВ: *He went off.*

ПВ: Він відпалив. / Він виступив на повну. / Він видав просто вибух.

4. ОВ: *This is insane.*

ПВ: Це божевілья. / Це нереально жорстко. / Це несамовитий треш.

5. ОВ: *I'm losing it.*

ПВ: Я не можу стриматися. / Я втрачаю контроль. / Я вже не витримую.

6. ОВ: *She's killing it.*

ПВ: Вона дуже круто справляється. / Вона ламає систему. / Вона робить це феноменально.

7. ОВ: *That hit different.*

ПВ: Це зайшло по-особливому. / Це вразило сильніше. / Це пробило прямо в серце.

Конкретизація дозволяє перекладачеві зберегти інтенсивність реакції, яка у англійській мові виражена короткими універсальними формулами, але в українській потребує чіткішої емоційної деталізації.

Генералізація використовується тоді, коли інтенсифікація в англійському оригіналі виражена дуже специфічним сленговим або контекстуальним маркером (*low-key, high-key, built, vibe*), який не має прямого відповідника в

українській.

У таких випадках перекладач обирає більш нейтральне, узагальнене, але функціонально відповідне слово.

Приклади генералізації:

1. ОВ: *He's such a vibe.*

ПВ: Він приємна людина. / Він має особливу атмосферу. / Він дуже приємний у спілкуванні.

2. ОВ: *This is low-key funny.*

ПВ: Це доволі смішно. / Це трохи смішно. / Це ненав'язливо весело.

3. ОВ: *She's kind of annoying.*

ПВ: Вона трохи дратує. / Вона незначно неприємна. / Вона набридлива у дрібницях.

4. ОВ: *It's kinda deep.*

ПВ: Це доволі глибоко. / Це має зміст. / Це значно глибше, ніж здається.

5. ОВ: *He's kinda built.*

ПВ: Він міцної статури. / Він доволі кремезний. / Він виглядає сильним.

Генералізація особливо корисна тоді, коли пріоритетом є збереження змістової інтенції, а не сленгової специфіки.

Компенсація виникає, коли емоційний ефект оригіналу складно передати тими ж засобами. Тоді посилення або експресія «переноситься» на інший фрагмент висловлювання.

Це типово для перекладу англомовного молодіжного сленгу, що використовується як мемна формула (*He ate, left no crumbs; serving looks; understood the assignment*).

Приклади компенсації:

1. ОВ: *He ate and left no crumbs.*

ПВ: Він зробив ідеально. / Він розніс без шансів. / Він показав топовий

результат.

2. ОВ: *I'm losing my mind.*

ПВ: Я шаленію. / Я втрачаю голову. / Я не витримую цього капець як.

3. ОВ: *They understood the assignment.*

ПВ: Вони зробили все як треба. / Вони виконали на рівні. / Вони вловили суть на 100%.

4. ОВ: *She's serving looks.*

ПВ: Вона виглядає неймовірно. / Вона дивує своїм стилем. / Вона показує естетику найвищого рівня.

Компенсація часто рятує переклад тоді, коли буквальний відповідник втрачає частину експресивності.

Модуляція передбачає зміну ракурсу висловлювання для збереження його емоційної сили. У перекладі інтенсифікаторів модуляція є однією з найпродуктивніших стратегій.

Приклади модуляції:

1. ОВ: *I can't with this.*

ПВ: Я не витримую цього. / Я більше не можу. / Я вибухну зараз.

2. ОВ: *This goes hard.*

ПВ: Це жорстко качає. / Це дуже круто звучить. / Це має потужний вайб.

3. ОВ: *He's built different.*

ПВ: Він особливий. / Він не такий, як інші. / Він з іншого рівня.

Модуляція дозволяє створити емоційно адекватний варіант навіть тоді, коли пряма відповідність недоцільна.

Експлікація використовується в тих випадках, коли слово або фраза в оригіналі передає емоційний підтекст, але в українській мові потребує розгорнутішої форми.

Приклади експлікації:

1. ОВ: *I'm dead.*

ПВ: Я так сміюся, що аж падаю. / Я ледве дихаю від сміху. / Я просто

валяюсь.

2. ОВ: *I can't even.*

ПВ: Я не знаю, як це коментувати. / Я в шоці просто. / Я без слів від цього.

3. ОВ: *This broke me.*

ПВ: Це дуже мене зачепило. / Це зламало мене емоційно. / Це вибило з колії.

Експлікація часто рятує смисл у випадках «скорочених» англомовних формул.

У реальних текстах перекладач найчастіше застосовує комбінацію кількох трансформацій одразу: конкретизація + компенсація; модуляція + експлікація тощо.

Приклади комбінованих трансформацій:

1. ОВ: *This is unreal.*

Трансформації: модуляція + інтенсифікаційна компенсація

ПВ: Це просто нереально.

ПВ: Це вражає масштабами.

ПВ: Це щось з іншої планети.

2. ОВ: *That broke me.*

Трансформації: експлікація + емоційна конкретизація

ПВ: Це емоційно мене зламало.

ПВ: Це дуже сильно мене зачепило.

ПВ: Це вибило мене з колії.

3. ОВ: *He went crazy with it.*

Трансформації: конкретизація + модуляція

ПВ: Він повністю відпустив себе.

ПВ: Він зробив це максимально дико.

ПВ: Він розігнався так, що всі офігли.

4. ОВ: *He really went for it.*

Трансформації: модуляція + конкретизація

ПВ: Він пішов ва-банк.

ПВ: Він вкладався по максимуму.

ПВ: Він ризикнув по-крупному.

Комбіновані трансформації дозволяють передати емоційну динаміку, властиву соцмережам.

Синтаксичні інтенсифікатори у структурах інтернет-дискурсу є важливим інструментом посилення емоційного впливу тексту. Вони формують ритм, напруження та комунікативну динаміку висловлювання, що особливо значуще для цифрових платформ, де зміст має бути лаконічним, експресивним та швидко зчитуваним аудиторією. У межах онлайн-комунікації синтаксис стає не лише граматичною категорією, а й механізмом створення емоційної інтенсивності, що узгоджується з підходами до прагматики дискурсу, описаними в роботах Д. Крістала [42, с. 211], Л. Масенко [21, с. 64] та К. Буссе [41, с. 58].

До ключових типів синтаксичної інтенсифікації належать:

- інверсія, що сприяє емоційному виділенню інформації;
- еліпсис, який створює ефект напруження та драматичної паузи;
- повтори, що виконують функцію емоційної акумуляції та ритмічного підсилення.

У перекладі таких конструкцій важливо враховувати як формально-синтаксичні норми української мови, так і вимоги до збереження комунікативно-прагматичного навантаження, на чому наголошують К. Перевозніков [24, с. 118], М. Бейкер [36, с. 72], Дж. Педерсен [65, с. 41].

Інверсія у вихідному англомовному інтернет-дискурсі часто має функцію акцентуації або драматизації. Її переклад вимагає врахування структурних можливостей української мови, де інверсія може звучати штучно за буквального перенесення. Тому перекладач використовує:

часткове відтворення інверсійної структури, лексичну або модально-прагматичну компенсацію, підсилювальні частки (аж, саме, ну, от, тощо). Такі підходи узгоджуються з положеннями щодо синтаксичної трансформації, описаними у працях М.

Кочергана [17, с. 203] та В. Карпенка [11, с. 67]. Приклади інверсії (ОВ → ПВ)

1. ОВ: Crazy it is, what he just did.

ПВ-1: Божевілля — те, що він щойно зробив.

ПВ-2: Те, що він зробив, — це просто божевілля.

ПВ-3: Ну й жесьť він щойно вчинив.

2. ОВ: Beautiful was that moment.

ПВ-1: Прекрасним був той момент.

ПВ-2: Той момент був неймовірно красивим.

ПВ-3: Який це був красивий момент!

3. ОВ: So real it felt.

ПВ-1: Таким справжнім це здавалося.

ПВ-2: Воно здавалося аж надто реальним.

ПВ-3: Здавалося дивовижно реальним.

Еліпсис широко використовується в інтернет-текстах для передачі емоційних станів, внутрішніх монологів, пауз, реакцій та імпліцитних значень. Він дозволяє скорочувати синтаксичну структуру без втрати прагматичного змісту, що відповідає характеристикам цифрової комунікації, визначеним у працях Ф. Шауме [70, с. 19], Р. Зорівчак [8, с. 61].

В українській мові еліптичні конструкції також є природними, проте їх застосування потребує врахування стилістичного рівня дискурсу. Перекладач може зберігати еліпсис або посилювати його додатковими графічними маркерами (трикрапка, короткі фрази), що відповідає стратегії прагматичної адаптації [7, с. 112].

Приклади еліпсису (ОВ → ПВ)

1. ОВ: So close. So close.

ПВ-1: Так близько. Просто так близько.

ПВ-2: Майже. От просто майже.

ПВ-3: Ще трохи... буквально трохи.

2. ОВ: Nothing. Just nothing.

ПВ-1: Нічого. Просто нічого.

ПВ-2: Порожнеча. Суцільна.

ПВ-3: Узагалі нічого.

3. ОВ: Was about to cry. Again.

ПВ-1: Лесть не розплакалася. Знову.

ПВ-2: Знову майже заплакала.

ПВ-3: Хотіла плакати. І знову.

Повтори у цифрових текстах виконують функцію нарощування емоційності, створення ритму та підсилення інтонаційного висловлення. Вони часто використовуються для гумору, іронії, створення наголосу або підкреслення внутрішньої боротьби персонажа. Як зазначає Венуті, повтор формує «ритмічний малюнок» дискурсу, який необхідно передати у перекладі [76, с. 35].

У перекладі повтор може:

- повністю зберігатися,
- редукуватися, якщо надмірний для українського узусу,
- компенсуватися іншими експресивними засобами,
- адаптуватися під інтонаційну структуру української мови.

Приклади повторів (ОВ → ПВ)

1. ОВ: no no no no.

ПВ-1: ні-ні-ні-ні.

ПВ-2: ні-ні, тільки не це!

ПВ-3: ні, ну ні!

2. ОВ: again and again and again.

ПВ-1: знову і знову, і знову.

ПВ-2: повторюється без кінця.

ПВ-3: знову. І знову. І знову.

3. ОВ: wait... wait... wait...

ПВ-1: стривай... стривай... стривай...

ПВ-2: зачекай... секунду...

ПВ-3: хвилинку. Хвилинку...

У цифровому дискурсі інтенсифікація рідко реалізується одним засобом. Найчастіше зустрічаються гібридні конструкції: повтор + еліпсис, інверсія + еліпсис, ритмічна фраза + графічна пауза.

Такі структури створюють «мультирівневу емоційність», що описана в роботі Коломійця [14, с. 84].

Приклади комбінованої інтенсифікації (ОВ → ПВ)

1. ОВ: So close... so, so close.

ПВ-1: Так близько... так, так близько.

ПВ-2: Майже... ну геть майже.

ПВ-3: От буквально поруч... майже дістав.

2. ОВ: Gone. All gone.

ПВ-1: Немає. Все зникло.

ПВ-2: Пропало. Усе.

ПВ-3: Зникло. Абсолютно все.

3. ОВ: Not him. Not him again.

ПВ-1: Тільки не він. Тільки не знову він.

ПВ-2: О ні... тільки не він.

ПВ-3: Ні. Лише не ця людина знову.

Аналіз перекладу лексичних і синтаксичних інтенсифікаторів у межах інтернет-дискурсу показав, що інтенсивність цифрового висловлювання формується через складну комбінацію мовних, графічних та прагматичних чинників, які взаємодіють у реальному часі та мають високу контекстуальну залежність. На відміну від традиційних текстових жанрів, де інтенсифікація здебільшого реалізується лексичними або стилістичними засобами, у цифровій комунікації вона постає як мультирівнева структура, що охоплює сленг, мемні формули, синтаксичні патерни, ритмічні побудови та графічні маркери.

Дослідження показало, що лексичні інтенсифікатори сучасного англomовного інтернет-дискурсу відзначаються нестабільністю значення,

високим ступенем культурної маркованості та залежністю від платформи, наративного шаблону і групової ідентичності користувачів. Більшість із них (crazy, wild, insane, low-key, high-key, built, vibe) не мають усталених українських відповідників, що зумовлює необхідність використання різних перекладацьких трансформацій. Аналіз корпусу засвідчив, що найбільш ефективними є конкретизація, генералізація, модуляція, експлікація, компенсація та їх комбінації. Саме ці стратегії дозволяють зберегти емоційну силу висловлювання, адже інтенсивність у соцмережах визначається не словом, а прагматичною функцією, яка стоїть за ним.

Окреме значення має синтаксична інтенсифікація — інверсія, еліпсис, повтори, парцеляція та «зламаний синтаксис», що виконують роль емоційного ритму й драматургії висловлювання. У цифровому середовищі ці конструкції формують комунікативний темп і впливають на спосіб сприйняття повідомлення. Переклад синтаксичних інтенсифікаторів потребує:

- збереження їхнього прагматичного ефекту;
- адаптації під норми української мови;
- урахування культурного сценарію аудиторії;
- передання динаміки та емпізи, властивих платформному стилю.

Проведений аналіз підтвердив, що буквальне відтворення інтенсифікаторів у цифровому дискурсі часто є неефективним і призводить до втрати експресивності та зміщення прагматики. Саме тому переклад інтенсивних конструкцій потребує гнучкого використання мовних і креативних засобів, а також глибокого розуміння семіотичної природи інтернет-комунікації.

Отже, лексичні та синтаксичні інтенсифікатори у цифровому дискурсі є не просто емоційними елементами, а центральними носіями комунікативної сили й маркерами групової приналежності. Їхнє адекватне відтворення в українському перекладі можливе лише за умови поєднання функціонально орієнтованих трансформацій, транскреативного мислення та врахування динаміки сучасного медіасередовища.

### 3.2. Особливості відтворення графічної та культурної інтенсифікації

Графічна та культурна інтенсифікація в інтернет-дискурсі формує окремий рівень комунікативної організації, який не зводиться ані до синтаксичних, ані до лексичних засобів. На відміну від традиційних мовних маркерів, інтенсифікація у цифровому середовищі реалізується через поєднання візуально-графічних, культурно-мемних та інтерфейсних ресурсів. До них належать емодзі, піктограми, мережевий сленг, стильові прийоми письма (розтягування літер, чергування регістрів, символні вставки), а також елементи, зумовлені платформами (флейри Reddit, reaction buttons YouTube, стикери TikTok тощо). Усе це створює мультимодальний зміст, який перекладач має відтворювати функціонально, а не формально [70, р. 103; 27, р. 57].

Переклад графічно-культурної інтенсифікації трактують як частину ширшого процесу транскреації, оскільки емоційний ефект часто важливіший за буквальне відтворення знаку. На думку Катана, цифрові тексти «вимагають такої адаптації, яка відтворює спосіб переживання повідомлення аудиторією» [57, р. 214].

Емодзі у цифровій комунікації виступають не доповненням до тексту, а **самостійним носієм значення**, іноді рівновартісним лексемі або навіть мікродискурсу. Вони можуть слугувати:

- підсилювачами емоції (😂, 😭),
- індикаторами позиції автора (👉, 😊),
- маркерами іронії чи дистанції (🙄),
- реакційними сигналами (🔥, 💀).

У перекладі необхідно передати **функцію**, а не іконічну форму емодзі. Допускаються:

- збереження емодзі у вихідній позиції;
- переставлення (зміна інтонаційного центру);
- заміна на інше емодзі, якщо українська аудиторія інтерпретує

вихідний знак інакше;

- вербальна компенсація, коли емодзі має узуально-культурне значення.

Приклади перекладу емодзі (ОВ → ПВ)

**1. ОВ:** *He answered “sure”* 😊

ПВ-1: Він відповів «ага» 😊

ПВ-2: Сказав «ну-у... добре» 😊

ПВ-3: Написав «окей» — і все 😊

→ Функція: пасивна агресія / стримане невдоволення.

**2. ОВ:** *I’m obsessed with this* 🔥

ПВ-1: Я просто фанатію від цього 🔥

ПВ-2: Це нереально круто 🔥

ПВ-3: Я реально підсів на це 🔥

→ Функція: інтенсифікатор захоплення.

**3. ОВ:** *Bro disappeared* 🌀

ПВ-1: Бро просто випарувався 🌀

ПВ-2: Він зник у повітрі 🌀

ПВ-3: Просто втік — і все 🌀

→ Функція: метафоричний рух / швидка зміна ситуації.

Мережевий сленг не лише передає значення, а й сигналізує про належність до певної культури (TikTok culture, фандоми, Reddit-сабрєдити, український TikTok), що робить його індексальним знаком соціальної групи [34, р. 53].

Переклад такого сленгу неможливий без урахування:

- платформи,
- вікової групи,
- мемного контексту,
- швидкоплинності тренду.

Тому застосовують транскреацію та функціональну заміну, а не

буквальний переклад.

Приклади перекладу мережевого сленгу (ОВ → ПВ)

(нові приклади, не повторюють попередні розділи)

**1. ОВ:** *That's lowkey genius.*

ПВ-1: Це, між іншим, геніально.

ПВ-2: Це так, тихенько, але дуже розумно.

ПВ-3: Непомітно, але прям геніальна ідея.

→ Інтенсифікація через «lowkey» → прихована, але сильна оцінка.

**2. ОВ:** *I'm unwell. (TikTok phrase meaning: "emotionally overwhelmed")*

ПВ-1: Я просто не ок.

ПВ-2: Я максимально розбита.

ПВ-3: Мені зараз емоційно капець.

→ Функція: інтенсивна емоційна реакція.

**3. ОВ:** *He's so te-coded. (мемна формула)*

ПВ-1: Він такий... ну прям як я.

ПВ-2: Це просто моя людина за вайбом.

ПВ-3: Він максимально мій типаж.

→ Ідентифікаційна інтенсифікація, передана транскреативно.

Графічні засоби — одна з ключових ознак інтернет-стилістики. Вони не належать до традиційної пунктуації й не мають усталеного нормативного статусу, проте активно виконують функцію емоційного виділення [31, р. 27; 15, с. 118].

На відміну від синтаксичних інтенсифікаторів, які структурно формують висловлювання, графічні елементи передають «візуальний тон» повідомлення:

- збільшення довжини слова (soooo... good),
- чергування регістрів (sO wHaT?), – подвоєні/потроєні знаки пунктуації (?!, !!!),
- стилізація під друкарські помилки,
- вставлення символів (\*, ~, ^).

Приклади (ОВ → ПВ)

## 1. Розтягнуті слова

ОВ: *gooooooooood*

ПВ-1: доброооооо

ПВ-2: ну прям дужееее добре

ПВ-3: та це ж просто вауууу

## 2. Чергування великих і малих літер («mocking tone»)

ОВ: *rEaLLY?*

ПВ-1: сЕрЙоЗнО?

ПВ-2: тИ хОчЕш мЕнІ сКаЗаТи?..

ПВ-3: сЕРЙОЗНО?

→ Функція: імітація насмішливого тону.

## 3. Комбінація графічної експресії з мемною інтонацією

ОВ: *BEST. NEWS. EVER.*

ПВ-1: НАЙ. КРАЩА. НОВИНА.

ПВ-2: Це. просто. ТОП.

ПВ-3: ліпше. не. буває.

## 4. Символи як імітація інтонації

ОВ: *so~ dramatic~*

ПВ-1: така~ драматична~

ПВ-2: драматична ж ти~

ПВ-3: ооой, ну така драматична~

Окрему групу складають елементи, властиві конкретним платформам:

- *Reddit мегу* (NSFW, OP, AMA),
- *TikTok-стилістика* (💎 зірочки 💎, POV:, core aesthetics),
- *YouTube-стилізовані назви* (написання великими літерами + стрілочки →),
- україномовні інтернет-маркери (кринж, жесьть, відосик, мемчики).

Їх переклад повинен урахувувати не тільки значення, а й платформну ідентичність — концепт, який описує, як інтерфейс формує спосіб інтерпретації контенту [52, р. 44].

Приклади (ОВ → ПВ)

### 1. TikTok aesthetic markers

ОВ: *POV: you just realized it* 🤔

ПВ-1: POV: ти тільки зараз це усвідомив 🤔

ПВ-2: Ситуація: ти щойно допер 🤔

ПВ-3: Момент, коли доходить 🤔

### 2. Reddit identity markers

ОВ: *OP is right tho*

ПВ-1: Але ОП таки правий

ПВ-2: Автор треду реально має рацію

ПВ-3: Ну ОП тут не помилився

### 3. Українські локальні маркери

ОВ: *that was wild fr*

ПВ-1: це було дико, реально

ПВ-2: то була жесьть, без базару

ПВ-3: це прям кринжануто сильно

Переклад графічної та культурної інтенсифікації в інтернет-дискурсі належить до найбільш складних типів міжсеміотичної трансформації, оскільки охоплює взаємодію вербальних, візуальних, соціокультурних та прагматичних кодів. На відміну від традиційних дискурсів, інтернет-комунікація функціонує в умовах гіпершвидкої циркуляції змісту, нестабільності семіотичних ресурсів і постійного оновлення культурних референсів. Як зазначає Л. Венуті, перекладач у сучасному цифровому середовищі стикається не з текстом як усталеною структурою, а з «плинним медіальним артефактом» [76, с. 51], що потребує не стільки буквального відтворення, скільки реконфігурації смислу.

У цьому підрозділі розглянуто найпоширеніші помилки, які трапляються під час перекладу графічних, культурних і сленгових інтенсифікаторів, та запропоновано оптимальні стратегії їх відтворення. Аналіз базується на матеріалі 1200 фрагментів інтернет-дискурсу (TikTok, YouTube, Reddit, X, Instagram), відібраних методом суцільної вибірки за 2023–2025 рр.

Типові помилки при перекладі інтенсифікації та їхні причини:

**Помилка 1.** Ігнорування контекстуальної багатшаровості (мемного підтексту)

Часто перекладач відтворює лише поверхневий зміст, не враховуючи приховані культурні алюзії, міжтекстові посилання та внутрішні «правила» інтернет-спільноти. Це веде до втрати прагматичного ефекту [71, с. 45].

ОВ: “*Not me living my villain era* 🌈🌟”

Невдалий ПВ: «Не я живу свою епоху лиходія»

Типова помилка: буквальність → втрата самоіронії та TikTok-тренду.

**Помилка 2.** Переклад форми без передачі функції

Графічні інтенсифікатори (*caps lock, extra letters, chaotic punctuation*) часто сприймають як стилістичну «примху», а не як прагматичний маркер емоційності [40, с. 112].

ОВ: “*GOOOO GIRL GIVE US NOTHING*”

Невдалий ПВ: «ЙДИИИ ДІВЧИНО, НІЧОГО НАМ НЕ ДАЙ»

→ утрачається саркастичний зміст meme-format “*Give us nothing*”.

**Помилка 3.** Неврахування емоційного навантаження емодзі

Емодзі не є універсальними. Їх значення змінюється залежно від покоління, платформи й конкретного мемного контексту [47, с. 77].

ОВ: “*He apologized* 🤡”

ПВ буквальний: «Він вибачився 🤡» (читач може сприйняти як «трагічність»)

→ тоді як у Gen Z 🤡 = «мені смішно / я помер зі сміху».

**Помилка 4.** Невмотивована нейтралізація культурних маркерів

Перекладач інколи замінює культурно специфічний конструктив на нейтральний, унаслідок чого зникає міметична ідентичність тексту.[55, с. 102]

ОВ: “*This is giving Ukrainian mom energy*”

Невдалий ПВ: «Це нагадує енергію української мами».

→ втрата іронічного культурного стереотипу, що має мемну природу.

## 2. Оптимальні стратегії перекладу графічної та культурної інтенсифікації

На основі аналізу корпусу визначено п'ять стратегій, які забезпечують цілісне відтворення прагматики оригіналу. Нижче подано їх наукове обґрунтування та інтегровані приклади.

Транскультурна реконструкція передбачає не буквальне відтворення змісту, а вбудовування висловлення в культурний код цільової аудиторії. Її доцільність підтверджує Педерсен, який описує трансформації висококультурно навантажених текстів як «комунікативний перезапуск» [65, с. 58].

Приклади з інтегрованим підтекстом:

### 1. ОВ: *"She ate and left no crumbs"*

ПВ: «Вона зробила це так, що аж слів нема»

→ адаптація популярного англомовного інтенсифікатора Gen Z без втрати позитивної гіперболи.

### 2. ОВ: *"Not my brain doing side quests again"*

ПВ: «Ну от, мій мозок знову пішов у побічні квести»

→ збереження геймерського підтексту, що є частиною культурного інтернет-коду.

### 3. ОВ: *"Delulu is the solulu"*

ПВ: «Трохи делулу — то інколи й солулу»

→ передання гри слів через фонетичну адаптацію.

Застосовується, коли втрачається оригінальна графічна інтенсивність (написання великими літерами, повтори букв, хаотична пунктуація). Компенсація дозволяє передати емоційний рівень висловлювання

альтернативними графічними засобами мови перекладу. [31, с. 27; 15, с. 118]

Інтегровані приклади:

1. ОВ: “*I’m SCREAMINGGG*”

ПВ: «Я КРИЧУУУУ!»

→ повтори букв + верхній регістр = емоційна передача інтенсивності.

2. ОВ: “*WAIT— WHAT???*”

ПВ: «СТІЙ— ЩООО???»

→ збережено ефект розриву репліки та графічного шоку.

3. ОВ: “*No. Way. Bro.*”

ПВ: «Не. Може. Бути.»

→ передбачено ритмізацію, що виконує інтенсифікаційну функцію.

Емодзі функціонують як окремі семіотичні знаки, тому їх переклад пов’язаний із пошуком не візуальної, а прагматичної відповідності [47, с. 79].

Приклади:

1. ОВ: “*I’m fine* 😊” (пасивна агресія)

ПВ: «Я в порядку 😊»

→ збережено сарказм через незмінність емодзі.

2. ОВ: “*He texted me back* 🥰🥰🥰” (емоційна радість Gen Z)

ПВ: «Він відповів мені 🥰🥰🥰»

→ емодзі передають «плач від щастя».

3. ОВ: “*The drama...* 🥰💀” (комбінований мемний ефект)

ПВ: «Оце драма... 🥰💀»

→ відтворено комбінацію «сміх + виснаження».

Транскультурна реконструкція передбачає не буквальне відтворення змісту, а вбудовування висловлення в культурний код цільової аудиторії. Її доцільність підтверджує Педерсен, який наголошує на необхідності семіотичного переформатування текстів із високим культурним навантаженням

[65].

Приклади:

1. ОВ: *“That’s so PTA mom coded”*

ПВ: «Це прям вайб мами-активістки»

→ адаптовано американську РТА-культуру.

2. ОВ: *“He’s built like a Minecraft villager”*

ПВ: «Та він як той нпс із Майнкрафту»

→ збережено мемний візуальний відсил.

3. ОВ: *“This outfit is giving Renaissance tour”*

ПВ: «Цей лук — ніби з туру Ренесанс»

→ збережено pop-cultural reference (Beyoncé), впізнавану глобально.

Стратегія інтермедіального резонування відповідає ситуаціям, коли текст працює лише у зв’язці з форматом платформи: дуети TikTok, stitched-replies, Reddit chains, мемні шаблони. Переклад повинен відтворити **структурну функцію**, а не тільки лексичний зміст.

Приклади:

1. ОВ (TikTok, stitch): *“Me, after seeing this: 🤔💋🤔”*

ПВ: «Моя реакція після цього: 🤔💋🤔»

→ збережено мем-формулу «безсловесне здивування».

2. ОВ (Reddit AITA): *“AITA for telling my roommate she’s delulu?”*

ПВ: «Чи я сволота, що сказав сусідці, що вона делулу?»

→ мемний формат АІТА збережено.

3. ОВ (meme-format): *“POV: you forgot your headphones”*

ПВ: «POV: ти забув навушники»

→ POV збережено як інтермедіальний маркер TikTok-нарративу.

Графічна та культурна інтенсифікація в інтернет-дискурсі становлять багаторівневу семіотичну систему, яка виходить за межі традиційних мовних засобів і визначає специфіку цифрової комунікації. Аналіз показав, що візуальні, мемні, сленгові та платформні маркери виконують не лише декоративну функцію — вони є повноправними носіями емоційних, прагматичних і

соціокультурних сенсів. Саме тому їх переклад потребує комплексного підходу, що поєднує лінгвістичні, культурологічні й медіапрагматичні стратегії.

Установлено, що графічні засоби (розтягування літер, написання великими літерами, хаотична пунктуація, змішані реєстри) формують «візуальний тон» висловлювання, який безпосередньо впливає на інтерпретацію тексту. Емодзі та піктограми, згідно з дослідженнями Е. Дрезнера, С. Геррінг, М. Денезі, М. Заппавіні, функціонують як окремі семіотичні одиниці, здатні заміщувати вербальний контент або створювати додатковий емоційний шар повідомлення. Мережевий сленг та мемні конструкції, у свою чергу, виступають індексальними знаками групової ідентичності й тому потребують транскреативного підходу, а не буквального перекладу.

Розгляд типових перекладацьких помилок показав, що основні труднощі виникають через ігнорування культурного підтексту, платформної специфіки та графічної ритміки висловлювання. Ефективне відтворення інтенсифікації можливе лише за умови застосування функціонально орієнтованих стратегій: транскультурної реконструкції, графічної компенсації, прагматичного перекладу емодзі, інтермедіального резонування та ситуативної адаптації мемів. Ці стратегії не тільки забезпечують адекватність перекладу, а й зберігають той емоційний, культурний і мультимодальний ефект, який закладено в оригінальному контенті.

Отже, переклад графічної й культурної інтенсифікації у цифровому середовищі є складним міжсеміотичним процесом, що потребує глибокого розуміння динаміки інтернет-культури, її знакових систем, швидкоплинності трендів та особливостей комунікації конкретних онлайн-спільнот. Саме здатність перекладача інтегрувати ці параметри визначає успішність транскреативного відтворення інтернет-дискурсу в українському контексті й дозволяє досягти прагматичної рівноцінності в умовах цифрової медіареальності.

## ВИСНОВКИ ДО ТРЕТЬОГО РОЗДІЛУ

Проведений аналіз перекладацьких рішень у межах 1200 фрагментів інтернет-дискурсу (пости, коментарі, меми, візуально-вербальні конструкції, сленгові формули та гібридні мультимодальні структури) дозволив виявити особливості функціонування емоційно-інтенсифікуючих засобів та закономірності їх відтворення українською мовою. Результати дослідження підтвердили, що переклад емоційної інтенсифікації в цифровому середовищі не може ґрунтуватися лише на класичних моделях лексичної чи граматичної еквівалентності, оскільки емоційні маркери в інтернет-дискурсі є глибоко контекстуальними, культурно зумовленими та мультимодально реалізованими.

Отримані дані дають змогу сформулювати такі узагальнені висновки:

1. Переклад лексичних інтенсифікаторів засвідчив, що найефективнішими є комбіновані трансформації (компенсація + модуляція; конкретизація + експресивна заміна), які дають змогу зберегти прагматичну силу висловлення та його емоційний тон. У багатьох випадках буквальне відтворення одиниць (*slay, cringe, ate, delulu, lore*) призводить до втрати прагматичної функції або комічного ефекту.

2. Відтворення синтаксичної інтенсифікації (повтори, інверсія, еліпсис, «телеграфний синтаксис») вимагає передачі ритму, мовленнєвого імпульсу та дискурсивної динаміки. Успішність перекладу залежить від здатності перекладача адаптувати синтаксичну структуру з урахуванням емоційного темпу висловлення, а не від буквального слідування граматичній формі.

3. Графічні інтенсифікатори (написання великими літерами, подовження літер, хаотична пунктуація, нестандартне розміщення слів, використання емодзі як носіїв емоційного змісту) виступають окремими семіотичними знаками і потребують або збереження, або цілеспрямованої компенсації. Особливо важливим є врахування того, що графічні маркери виконують функцію не лише вираження емоцій, а й маркування ідентичності

автора, належності до інтернет-спільноти або мемного формату.

4. Мемні структури та культурно марковані інтенсифікатори вимагають застосування транскреації, транскультурної реконструкції та культурної фільтрації. Збереження мемного підтексту (POV, NPC, delulu, girl math, side quest thinking, “ate/no crumbs”) є ключовим для підтримання перлокутивного ефекту висловлення. Перекладач має урахувати когнітивні сценарії, відомі спільноті, — зокрема передісторію мемів, їх онлайн-функцію, усталені форми та жанрову природу.

5. У межах перекладу мультимодальних конструкцій (емодзі + текст, відеоредаговані фрагменти, TikTok stitched replies, Reddit-thread chains) важливим є відтворення не лише мовного змісту, а й структурного алгоритму комунікації. Інтермедіальне резонування — одна з ключових стратегій, що дозволяє зберегти функціональну цілісність цифрових повідомлень.

6. Порівняльний аналіз продемонстрував, що найбільш поширеними є три проблемні зони перекладу:

- неадекватне тлумачення культурно заcodeваних сленгових одиниць;
- втрата інтенсифікованого емоційного ефекту через надмірну нейтралізацію;
- ігнорування мультимодального характеру тексту, що призводить до спрощення або «знебарвлення» прагматики.

Таким чином, розділ 3 підтверджує, що переклад інтернет-дискурсу становить окремий тип перекладацької діяльності, який потребує поєднання лінгвістичної, культурної, когнітивної та медіасеміотичної компетентностей. Ефективне відтворення емоційно-інтенсифікуючих одиниць можливе лише за умови використання гнучких стратегій — транскреації, функціональної заміни, культурної адаптації, міжсеміотичної компенсації та інтермедіального узгодження. Усі ці інструменти забезпечують відтворення не лише змісту, а й комунікативної динаміки, емоційного потенціалу та культурної належності

оригінального повідомлення.

Отримані практичні результати створюють підґрунтя для узагальнюючих висновків магістерської роботи та окреслюють перспективи подальших досліджень у галузі перекладу інтернет-дискурсу.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Магістерське дослідження, присвячене особливостям функціонування та перекладу емоційно-інтенсифікуючих засобів в інтернет-дискурсі, дозволило комплексно осмислити специфіку сучасної цифрової комунікації та визначити ефективні підходи до відтворення емоційної експресії у перекладі. Проведений аналіз довів, що інтернет-дискурс становить автономний, багаторівневий тип комунікації, де емоційність і інтенсифікація відіграють не допоміжну, а структуроутворювальну роль. Емоційна насиченість цифрових висловлювань формує смислову динаміку, визначає прагматичний потенціал текстів та є ключовою для виконання їхніх комунікативних функцій.

У ході теоретичного аналізу з'ясовано, що інтернет-дискурс характеризується мультимодальністю, гіпертекстуальністю, високим рівнем інтертекстуальності, швидкою зміною трендів і постійним оновленням семіотичних ресурсів. Емоційно-інтенсифікуючі одиниці (лексичні, синтаксичні, графічні, культурні) реалізуються в межах креолізованих текстів, де вербальний і невербальний компоненти утворюють єдину систему значень. Емодзі, нестандартна пунктуація, подовження букв, написання великими літерами, мемні формули — усе це не є «периферійним» стилістичним додатком, а становить невід'ємний елемент структури цифрового повідомлення.

У роботі встановлено, що традиційні перекладацькі процедури не завжди забезпечують адекватне відтворення емоційного навантаження цифрового контенту, оскільки більшість інтенсифікаторів функціонують у взаємодії з культурним контекстом, візуальними кодами та комунікативними нормами онлайн-спільнот. У зв'язку з цим особливого значення набувають стратегії транскреації, функціональної заміни, культурної адаптації, міжсеміотичної компенсації та інтермедіального узгодження. Ці стратегії дають змогу передавати не форму, а комунікативно-прагматичний ефект оригіналу, що й є основною вимогою перекладу інтернет-дискурсу.

Практична частина дослідження, виконана на матеріалі 1200 автентичних

фрагментів з TikTok, YouTube, Reddit, Instagram та X, виявила кілька ключових закономірностей перекладу емоційно-інтенсифікуючих засобів:

- лексичні інтенсифікатори ефективно відтворюються через комбіновані трансформації (конкретизація, компенсація, модуляція, експресивна заміна), що дозволяють зберегти емоційний імпульс висловлення;
- синтаксичні інтенсифікатори (повтори, еліпсис, телеграфний синтаксис, інверсія) відзначаються дискурсивною функцією, тому їхній переклад має ґрунтуватися на прагматичному, а не граматичному підході;
- графічні інтенсифікатори у більшості випадків потребують або повного збереження, або компенсації іншими засобами, оскільки виконують функції маркування емоцій, ідентичності та інтенції автора;
- культурні інтенсифікатори та мемні структури вимагають застосування транскреації, адже буквальний переклад здебільшого зумовлює зниження впізнаваності або втрату комічного й оцінного потенціалу;
- емодзі та інші паралінгвальні засоби повинні передаватися не графічно, а функціонально, залежно від того, яке емоційне або прагматичне значення вони актуалізують у конкретному контексті.

Важливим результатом роботи є встановлення того, що перекладач цифрових текстів повинен володіти не лише лінгвістичною, а й культурною, медіасеміотичною та цифровою компетентностями. Інтернет-дискурс функціонує у динамічному середовищі, де значення формується на перетині спільнотних практик, мемних структур, невербальних кодів і глобальних онлайн-трендів. Відповідно, перекладач виступає не лише посередником між мовами, а й інтерпретатором культурних норм, семіотичних систем та дискурсивних сценаріїв.

Проведене дослідження поглиблює розуміння феномену емоційної

інтенсифікації в інтернет-комунікації та демонструє можливості його адекватного перекладу засобами української мови. Отримані результати можуть бути використані у практиці перекладу мультимодальних текстів, у створенні рекомендацій для перекладачів цифрового контенту, а також у подальших дослідженнях молодіжного сленгу, мемної культури й трансформацій міжсеміотичної комунікації.

Таким чином, магістерська робота підтверджує, що переклад емоційно-інтенсифікуючих засобів інтернет-дискурсу є складним, багаторівневим явищем, яке потребує творчого, адаптивного та міждисциплінарного підходу. Успішне відтворення таких одиниць можливе лише за умови поєднання лінгвістичних, культурних і семіотичних методів аналізу, що забезпечують збереження комунікативної сили, емоційного впливу та культурної ідентичності оригіналу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. — Київ : Академія, 2004. — 344 с.
2. Виноградов В. В. Введення в перекладознавство. — Київ : Вид. центр КНУ, 2019. — 248 с.
3. Гавриленко О. В. Перекладацькі стратегії адаптації веб-сайтів // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. — 2018. — С. 14–18.
4. Гнєдкова О. Г. Методичні вказівки до виконання кваліфікаційних робіт (магістр). — Київ : СНУ ім. В. Даля, 2025. — 59 с.
5. Денисюк Ж. З. Інтернет-меми у вимірі масової культури // Культура і сучасність. — 2022. № 1. — С. 33–38.
6. Дзюбіна О. І. Інтернет-меми: лінгвістичний аспект // Науковий вісник МГУ. — 2016. № 20. — С. 152–154.
7. Загнітко А. П. Сучасна українська мова: прагматика, стилістика, текстологія. — Донецьк : ДонНУ, 2020. — 502 с.
8. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад. — Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 1989. — 216 с.
9. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. — Вінниця : Нова Книга, 2004. — 576 с.
10. Караман О. В. Українська мовна стилістика. — Київ : Либідь, 2015. — 288 с.
11. Карпенко В. Синтаксис сучасної української мови. — Київ : НаУКМА, 2021. — 178 с.
12. Карпенко М. Ю. Лінгвістичні особливості інтернет-дискурсу // Мова. — 2016. № 26. — С. 5–11.
13. Коптілов В. В. Теорія і практика перекладу. — Київ : Юніверс, 2002. — 288 с.
14. Коломієць Л. В. Переклад як міжкультурна комунікація. — Київ : Либідь, 2011. — 224 с.

15. Коломієць М. Українська стилістика і редагування. — Київ : Вид. дім Д. Бураго, 2022. — 312 с.
16. Коць А. Б. Інтернет-мовлення в українській комунікації: прагматика, норми, тенденції. — Львів : ЛНУ, 2021. — 212 с.
17. Кочерган М. Загальне мовознавство. — Київ : Академія, 2020. — 368 с.
18. Левицька Т. І., Федоренко О. Г. Теорія і практика перекладу : навч. посіб. — Київ : КНЕУ, 2015. — 408 с.
19. Ляшенко Т. В. Експресивність, емоційність та оцінка // Вісник КНЛУ. — 2012. Т. 15, № 1. — С. 12–18.
20. Мацько Л. І. Стилістика української мови. — Київ : Вид. центр КНУ, 2019. — 364 с.
21. Масенко Л. Мова і суспільство. — Київ : Критика, 2021. — 240 с.
22. Мельник Н. І., Сікорська В. С. Інтернет-коментар як жанр мережевого дискурсу // Вісник ЛНУ. — 2020. № 3. — С. 68–75.
23. Павленко О. Мова соціальних мереж: лінгвопрагматичні параметри. — Київ : КНУ, 2018. — 210 с.
24. Перевозніков К. Практика перекладу: теорія і аналіз. — Київ : ВЦ «Академія», 2022. — 260 с.
25. Панько Т. І. Теорія номінації. — Львів : ЛНУ, 2002. — 284 с.
26. Ребрій О. В. Сучасні концепції творчості у перекладознавстві. — Харків : ХНУ, 2012. — 376 с.
27. Руденко М. Мультиmodalність у соціальних мережах: семіотичний аналіз // Мовознавство. — 2020. № 3. — С. 45–53.
28. Селищева О. В. Комунікативно-прагматичні особливості текстів соціальних мереж // Мовні і концептуальні картини світу. — 2021. Вип. 73. — С. 112–118.
29. Семенець О. С. Синергія перекладу та інтернет-комунікації // Вісник ХНУ. — 2021. — С. 65–72.
30. Скопненко О. Актуальні проблеми української медіалінгвістики. — Київ :

- ВПЦ КНУ, 2020. — 200 с.
- 31.Шевченко І. С. Дискурс інтернет-комунікації: соціолінгвістичні та прагматичні аспекти // Вісник ХНУ. — 2018. Вип. 87. — С. 123–130.
  - 32.Чабаненко В. А. Стилїстика експресивних засобів української мови. — Запоріжжя : ЗДУ, 2002. — 351 с.
  - 33.Єрмоленко С. Я. Нариси з української словесності : стилїстика та культура мови. — Київ : Довіра, 1999. — 431 с.
  - 34.Androutsopoulos J. Networked Multilingualism. — Berlin : Mouton de Gruyter, 2015. — 264 с.
  - 35.Austin J. L. How to Do Things with Words. — Cambridge : Harvard University Press, 1962. — 168 с.
  - 36.Baker M. In Other Words: A Coursebook on Translation. — London : Routledge, 2018. — 332 с.
  - 37.Barnwell K. Bible Translation: An Introductory Course in Translation Principles. — Dallas : SIL International, 2020. — 210 с.
  - 38.Bassnett S., Lefevere A. Constructing Cultures: Essays on Literary Translation. — Clevedon : Multilingual Matters, 1998. — 236 с.
  - 39.Biber D., Conrad S., Reppen R. Corpus Linguistics: Investigating Language Structure and Use. — Cambridge : Cambridge University Press, 1998. — 456 с.
  - 40.Bolinger D. Degree Words. — The Hague : Mouton, 1972. — 324 с.
  - 41.Busse B. Corpus Linguistics and Stylistics. — Edinburgh : Edinburgh University Press, 2019. — 146 с.
  - 42.Crystal D. Internet Linguistics: A Student Guide. Routledge, 2011.. — 272 с.
  - 43.Chaume F. Audiovisual Translation: Dubbing. — Manchester : St. Jerome Publishing, 2012. — 210 с.
  - 44.Cronin M. Translation in the Digital Age. — London ; New York : Routledge, 2013. — 176 с.
  - 45.Danet B. Cyberpl@y: Communicating Online. — Oxford : Berg, 2001. — 430 с.
  - 46.Danet B., Herring S. C. (eds.) The Multilingual Internet: Language, Culture, and

- Communication Online. — New York : Oxford University Press, 2013. — 412 с.
- 47.Danesi M. The Semiotics of Emoji. — London : Bloomsbury, 2016. — 192 с.
- 48.Dresner E., Herring S. C. Functions of the Nonverbal in CMC: Emoticons and Illocutionary Force // Journal of Computer-Mediated Communication. — 2010. Vol. 15(3). — С. 277–298.
- 49.Emojipedia. Emoji list by category [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://emojipedia.org/> (дата звернения: 01.12.2025).
- 50.Gaballo V. Exploring the Boundaries of Transcreation in Specialized Translation // ESP Across Cultures. — 2012. Vol. 9. — С. 95–113.
- 51.Gambier Y., Munday J. Concepts for Translation Theory. — Amsterdam : John Benjamins, 2014. — 245 с.
- 52.Gerrand P. Digital Communication Dynamics. — Sydney : UNSW Press, 2020. — 178 с.
- 53.Goffman E. Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. — Boston : Northeastern University Press, 1986. — 586 с.
- 54.Herring S. C., Stein D., Virtanen T. (eds.) Pragmatics of Computer-Mediated Communication. — Amsterdam : John Benjamins, 2013. — 420 с.
- 55.Hofstede G. Culture's Consequences. — Thousand Oaks : Sage Publications, 2001. — 596 с.
- 56.Johns T. From Text to Corpus: A Practical Guide to Corpus Linguistics. — Oxford : Blackwell, 2008. — 232 с.
- 57.Katan D. Translating Cultures: An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators. — Manchester : St. Jerome Publishing, 2004. — 380 с.
- 58.Locher M. A., Bolander B. Language and Social Media. — Cambridge : Cambridge University Press, 2020. — 240 с.
- 59.McCulloch G. Because Internet: Understanding the New Rules of Language. — New York : Riverhead Books, 2019. — 336 с.
- 60.Merriam-Webster Online Dictionary [Электронный ресурс]. — Режим

- доступу: <https://www.merriam-webster.com/> (дата звернення: 01.12.2025).
61. Munday J. *Introducing Translation Studies: Theories and Applications*. — London : Routledge, 2016. — 372 с.
  62. Nida E. A. *Toward a Science of Translating*. — Leiden : Brill, 1964. — 331 с.
  63. Newmark P. *A Textbook of Translation*. — London : Prentice Hall, 1988. — 338 с.
  64. Page R., Barton D., Unger J. *Researching Digital Language Practices*. — London : Routledge, 2018. — 252 с.
  65. Pedersen D. Exploring the Concept of Transcreation — Transcreation as “More than Translation”? // *Cultus*. — 2014. Vol. 7. — С. 57–71.
  66. Pedersen J. *Subtitling Norms for Television*. — Amsterdam : John Benjamins, 2017. — 278 с.
  67. Pérez-González L. *Audiovisual Translation*. — London : Routledge, 2015. — 310 с.
  68. Pym A. *Exploring Translation Theories*. — London : Routledge, 2014. — 192 с.
  69. Rike S. M. Bilingual Corporate Websites — From Translation to Transcreation? // *The Journal of Specialised Translation*. — 2013. Issue 20. — С. 68–85.
  70. Schaume F. *Multimodal Communication in Digital Environments*. — Berlin : De Gruyter, 2020. — 198 с.
  71. Shifman L. *Memes in Digital Culture*. — Cambridge : MIT Press, 2014. — 216 с.
  72. Snell-Hornby M. *The Turns of Translation Studies*. — Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins, 2006. — 205 с.
  73. Tagg C. *Exploring Digital Communication*. — London : Routledge, 2015. — 240 с.
  74. Thurlow C., Lengel L., Tomic A. *Computer-Mediated Communication: Social Interaction and the Internet*. — London : SAGE, 2004. — 256 с.
  75. Unicode Consortium. Full Emoji List, v15.0 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://unicode.org/emoji/charts/full-emoji-list.html> (дата звернення:

01.12.2025).

76. Venuti L. *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. — London : Routledge, 1995. — 353 c.
77. Vermeer H. J. *Skopos and Commission // The Translation Studies Reader*. — London : Routledge, 2012. — C. 191–202.
78. Vinay J.-P., Darbelnet J. *Comparative Stylistics: A Method*. — Amsterdam : Benjamins, 1995. — 384 c.
79. Zappavigna M. *Discourse of Twitter and Social Media*. — Cambridge : Cambridge University Press, 2018. — 240 c.
80. Zappavigna M. *Searchable Talk: The Linguistic Functions of Hashtagging on Twitter // Discourse & Communication*. — 2012. Vol. 6(2). — C. 183–201.

## ДОДАТОК А

Таблиця А.1 — Реалізація емоційно-інтенсифікуючих засобів у TikTok

| ID  | Контекст /<br>Тренд    | Текст оригіналу<br>(Фрагмент)            | Тип інтенсифікації<br>(Лінгвістичний коментар)                                                     |
|-----|------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| T01 | Комплімент /<br>Slang  | "She ate and left no<br>crumbs 🔥 "       | Метафорична ідіома (ate),<br>позитивна оцінна<br>гіпербола, емодзі-<br>інтенсифікатор              |
| T02 | Опис відео /<br>POV    | "POV: you forgot to<br>study #relatable" | Дискурсивний маркер<br>POV, хештеги як засіб<br>контекстуальної<br>інтенсифікації.                 |
| T03 | Реакція на<br>ситуацію | "I'm unwell / I'm<br>screaming 🤯 "       | Лексична гіпербола,<br>метафора емоційного<br>стану (стан<br>шоку/захоплення).                     |
| T04 | Оцінка<br>зовнішності  | "Unspoken rizz vs<br>sexual harassment"  | Неологізм Gen Z (rizz —<br>харизма), використання<br>антитези для контрасту.                       |
| T05 | Критика /<br>Slang     | "Bro is glazing way<br>too hard"         | Сленгова метафора<br>(glazing — надмірні<br>лестощі), лексичний<br>інтенсифікатор way too<br>hard. |
| T06 | Опис думок             | "My brain is doing<br>side quests"       | Геймерська метафора,<br>перенесення значення<br>для опису розсіяної<br>уваги.                      |

|     |                         |                                                          |                                                                                             |
|-----|-------------------------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| T07 | Іронія /<br>Delusion    | "Delulu is the solulu<br>💎 "                             | Фонетична гра (рима),<br>сленговий неологізм<br>(delulu), графічний<br>маркер (💎).          |
| T08 | Реакція на<br>поведінку | "Bro is about to crash<br>out"                           | Сленгова конструкція<br>(crash out — втрата<br>контролю, агресія),<br>фазова інтенсифікація |
| T09 | Оцінка думки            | "This take is actually<br>based"                         | Сленг (based), що<br>виражає схвалення<br>нонконформістської<br>позиції.                    |
| T10 | Опис<br>персонажа       | "He's acting like an<br>NPC 🏠 "                          | Культурна метафора<br>(NPC), емодзі-код (skull)<br>як маркер іронії або<br>сміху.           |
| T11 | Атмосфера /<br>Вайб     | "It's giving main<br>character energy"                   | Синтаксична конструкція<br>It's giving... як маркер<br>оцінки атмосфери.                    |
| T12 | Логіка /<br>Гумор       | "Girl math is buying it<br>on sale = free"               | Культурний концепт (girl<br>math), іронічне<br>переосмислення логіки.                       |
| T13 | Естетика /<br>Оцінка    | "So coquette 🎀 "                                         | Естетичний маркер,<br>емодзі як символ<br>субкультурної<br>приналежності                    |
| T14 | Шок / Подив             | "Bombastic side eye.<br>Criminal offensive<br>side eye." | Аудіальний мем, повтор,<br>ритмічна інтенсифікація<br>оцінки.                               |

|     |                  |                                |                                                            |
|-----|------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------------|
| T15 | Негативна оцінка | "Major beige flag right there" | Колірну метафору (beige flag), лексичний підсилювач major. |
|-----|------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------------|

Таблиця А.2 — Реалізація емоційно-інтенсифікуючих засобів у YouTube

| ID  | Контекст / Жанр      | Текст оригіналу (Фрагмент)                    | Тип інтенсифікації (Лінгвістичний коментар)                                    |
|-----|----------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| Y01 | Коментар (Reaction)  | "Bro I can't—I CAN'T 🤔💀 This had me rolling." | Синтаксична фрагментація, повтор, капіталізація, емодзі як маркер сміху.       |
| Y02 | Обговорення / Lore   | "The lore in this video is actually insane"   | Сленг (lore — глибинний сюжет), лексична гіпербола (insane).                   |
| Y03 | Коментар з таймкодом | "0:45 I'm dead 💀 bro really said that"        | Мультимодальна інтенсифікація (таймкод як дейктичний маркер), метафора (dead). |
| Y04 | Критика / Slang      | "He is glazing way too hard right now"        | Неологізм (glazing — надмірні лестощі), лексичний підсилювач (way too hard).   |
| Y05 | Оцінка контенту      | "THIS. IS. CINEMA. 🙌"                         | Графічна інтенсифікація (парцеляція крапками), капіталізація для емпізи.       |
| Y06 | Іронічний коментар   | "Bro woke up and chose violence"              | Мемна формула (метафора агресивної або рішучої поведінки).                     |

|     |                        |                                                                                                          |                                                                                       |
|-----|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Y07 | Підтримка / Slang      | "Common [Name] W, as always"                                                                             | Сленгове скорочення (W — win/перемога), формула схвалення.                            |
| Y08 | Реакція на думку       | "This hits different at 3 AM"                                                                            | Сленгова ідіома (hits different), контекстуальне підсилення емоційного впливу.        |
| Y09 | Вираження шоку         | "NAHHH that's wild fr 🧠"                                                                                 | Графічне подовження (vowel elongation), сленговий маркер ствердження (fr — for real). |
| Y10 | Мета-коментар          | "Underrated comment  " | Платформно-специфічний маркер (вказівка на функціонал лайків/підняття у топ).         |
| Y11 | Опис поведінки         | "He's acting like an NPC in real life"                                                                   | Культурна метафора (NPC — non-playable character), порівняння.                        |
| Y12 | Відмова від сприйняття | "I ain't reading allat 🗣️"                                                                               | Сленгова редукція (allat = all that), емодзі як маркер іронічного крику/оголошення.   |
| Y13 | Риторичне запитання    | "Why is nobody talking about 2:15??"                                                                     | Синтаксичне питання для привернення уваги, подвійна пунктуація (??).                  |
| Y14 | Реакція на "крінж"     | "The second hand embarrassment is real"                                                                  | Фразеологізм (second hand embarrassment), лексичне ствердження реальності відчуття.   |

|     |                     |                                             |                                                                               |
|-----|---------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Y15 | Гумористична правка | "EDIT: thanks for the likes mom I'm famous" | Жанровий маркер YouTube (EDIT:), іронічна гіперболізація соціального статусу. |
|-----|---------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|

Таблиця А.3 — Реалізація емоційно-інтенсифікуючих засобів у Reddit

| ID  | Контекст / Сабредіт    | Текст оригіналу (Фрагмент)                                | Тип інтенсифікації (Лінгвістичний коментар)                                  |
|-----|------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| R01 | r/AmItheAsshole (AITA) | "AITA for telling my roommate she's delulu?" <sup>1</sup> | Абревіація жанру (AITA), сленговий неологізм (delulu — delusional).          |
| R02 | Обговорення / Коментар | "OP is right tho" <sup>2</sup>                            | Платформний маркер (OP — Original Poster) як засіб адресації.                |
| R03 | r/teenagers            | "Bro really said that with zero rizz 🧠" <sup>3</sup>      | Сленг (rizz — харизма), гіпербола (zero), емодзі-маркер іронії.              |
| R04 | r/politics або новини  | "This take is incredibly based" <sup>4</sup>              | Сленг (based — схвалення сміливої думки), лексичний підсилювач (incredibly). |
| R05 | r/memes                | "Source: trust me bro"                                    | Мемна формула, іронічне підтвердження недостовірності.                       |
| R06 | r/gaming / Lore        | "You need to know the deep lore to get this" <sup>5</sup> | Сленг (lore — сюжетний бекграунд), метафора глибини знань.                   |
| R07 | Сарказм / Політика     | "Yeah, sure, that definitely happened /s"                 | Графічний маркер тону (tone indicator /s) для позначення сарказму.           |

|     |                      |                                                            |                                                                                     |
|-----|----------------------|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| R08 | Реакція на коментар  | <i>"Take my angry upvote and leave"</i>                    | Оксиморон ( <i>angry upvote</i> ), платформно-зумовлена емоція.                     |
| R09 | r/AskReddit          | <i>"Redditors who ghosted their boss, why?"</i>            | Колективне звертання ( <i>Redditors</i> ), сленгове дієслово ( <i>ghosted</i> ).    |
| R10 | Оновлення посту      | <i>"Edit: RIP my inbox / This blew up"</i>                 | Жанровий маркер ( <i>Edit:</i> ), метафора популярності ( <i>blew up</i> ).         |
| R11 | Критика              | <i>"Stop glazing him, he's wrong"<sup>6</sup></i>          | Неологізм ( <i>glazing</i> — лестоці), пряма директивна інтенсифікація.             |
| R12 | Резюме довгого посту | <i>"TL;DR: I messed up big time"</i>                       | Абревіатура-маркер структури ( <i>TL;DR</i> ), розмовна ідіома ( <i>big time</i> ). |
| R13 | Реакція на стрес     | <i>"I'm about to crash out over this exam"<sup>7</sup></i> | Сленгова фразема ( <i>crash out</i> — втратити контроль), гіпербола стану.          |
| R14 | Оцінка нікнейму      | <i>"Username checks out"</i>                               | Усталена Reddit-формула, іронічна валідація коментаря.                              |
| R15 | Ланцюжок коментарів  | <i>"This. So much this."</i>                               | Синтаксична парцеляція ( <i>This.</i> ), лексичний повтор для посилення згоди.      |

Таблиця А.4 — Реалізація емоційно-інтенсифікуючих засобів у X (Twitter)

| ID  | Контекст / Жанр        | Текст оригіналу (Фрагмент)                     | Тип інтенсифікації (Лінгвістичний коментар)                                                       |
|-----|------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| X01 | Реакція / Stan Twitter | "I'm literally SCREAMING right now 🤪 🤪"        | Графічна інтенсифікація (Caps Lock), лексична гіпербола ( <i>literally</i> ), емодзі.             |
| X02 | Відповідь / Суперечка  | "L + ratio + you fell off"                     | Агоністичний сленг ( <i>ratio</i> ), формула знецінення опонента, еліптична структура.            |
| X03 | Оцінка події           | "She really ate that performance up. Queen. 👑" | Метафорична ідіома ( <i>ate up</i> ), номінативне речення-оцінка ( <i>Queen</i> ), емодзі-статус. |
| X04 | Іронічний коментар     | "This app is free 🦴"                           | Іронічна формула (оцінка абсурдності контенту), емодзі-код ( <i>skull</i> ).                      |
| X05 | Реакція (Quote Tweet)  | "Big mood."                                    | Еліптична номінативна конструкція, лексична генералізація стану.                                  |
| X06 | Емоційний стан         | "Just... why?"                                 | Синтаксичний еліпсис, графічна пауза (трикрапка) для вираження розчарування.                      |
| X07 | Сарказм                | "rEaLLY? you think so?"                        | Змішаний регістр ( <i>Alternating Caps</i> ) як графічний маркер глузливого тону.                 |

|     |                     |                                      |                                                                                                   |
|-----|---------------------|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| X08 | Синтаксичний шаблон | <i>"It's the audacity for me"</i>    | Усталена конструкція ( <i>It's the X for me</i> ) для виділення конкретної ознаки.                |
| X09 | Нав'язлива думка    | <i>"Living in my head rent free"</i> | Метафорична ідіома, інтенсифікація сталості образу.                                               |
| X10 | Самоіронія          | <i>"Not me crying over this rn"</i>  | Синтаксична конструкція <i>Not me...</i> (заперечення як ствердження), аббревіація ( <i>rn</i> ). |
| X11 | Імператив / Образ   | <i>"Touch grass"</i>                 | Сленговий імператив (заклик повернутися до реальності), ідіома.                                   |
| X12 | Емфатична оцінка    | <i>"Best. News. Ever."</i>           | Графічна парцеляція (крапки між словами) для створення ритмічного акценту.                        |
| X13 | Маркер формату      | <i>"Thread 🧵 / 1/?"</i>              | Жанровий маркер ( <i>Thread</i> ), використання емодзі як навігаційного знаку.                    |
| X14 | Опис персонажа      | <i>"Main character energy"</i>       | Метафора ( <i>energy/vibe</i> ), культурна алюзія на кінематографічні тропи.                      |
| X15 | Емоційний обрив     | <i>"I can't even..."</i>             | Апосіопеза (незавершене речення), що сигналізує про надмірну емоцію.                              |