

**Гнедкова О. Г.**

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

**Тен Д. Р.**

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

## ОСОБЛИВОСТІ ЛІНГВОКУЛЬТУРНОЇ АДАПТАЦІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ДИСКУРСУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

*Ця наукова стаття присвячена дослідженню лінгвокультурної адаптації як критично важливого компонента перекладацької діяльності в динамічному середовищі дискурсу соціальних мереж. В умовах глобальної цифровізації та сталої українізації цифрового простору, коли частка дописів українською мовою в соціальних мережах сягає 56%, традиційні підходи до перекладу виявляються недостатніми. Дослідження обґрунтовує необхідність переходу від концепції лінгвістичної еквівалентності до парадигми прагматичної та афективної адекватності, що найбільш повно реалізується через механізми транскреації.*

*У статті систематизовано основні виклики перекладу соціальних мереж, серед яких центральне місце посідають проблеми культурної суб'єктивності гумору, збереження тону, а також робота з висококонтекстуальними лінгвокультурними одиницями, як-от оказіоналізми, сленг та мультимодальні метафори (меми). Методологічна база дослідження ґрунтується на інтердисциплінарному підході, поєднуючи перекладознавство, соціолінгвістику та когнітивну прагматику, зокрема Теорію Релевантності, для аналізу механізмів інтерпретації мультимодального контенту.*

*Визначено та класифіковано мікростратегії лінгвокультурної адаптації. Вибір стратегії – конкретизації (надання місцевого контексту) або генералізації (створення універсального аналогу) – детермінується цільовою аудиторією та комунікативно-прагматичною метою висловлювання. Доведено, що для висококонтекстуального та імплікатурного контенту, як-от меми, транскреація вимагає забезпечення формування ідентичних ad hoc концептів у цільовій культурі, часто виходячи за межі буквального перекладу та вимагаючи повної заміни культурного концепту. Такий підхід має критичне значення для збереження спектра слабких імплікатур, які забезпечують гумористичний ефект.*

*Окрему увагу приділено впливу технологічного фактора, зокрема штучного інтелекту (ШІ). Хоча ШІ може підвищити ефективність локалізації, тонка транскреація культурних одиниць залишається цариною, що потребує людської креативності, оскільки ШІ поки що не здатний генерувати автентичний культурний резонанс. Результати дослідження мають практичне значення для підготовки фахівців у галузі цифрової комунікації та розробки методичних рекомендацій для транскреаторів, що працюють в умовах підвищеної культурної та політичної чутливості українського інформаційного простору.*

**Ключові слова:** лінгвокультурна адаптація, транскреація, дискурс соціальних мереж, мультимодальний переклад, Теорія Релевантності, оказіоналізми, сленг.

**Постановка проблеми.** Сучасний комунікативний простір переживає кардинальні трансформації, спричинені домінуванням мережевої комунікації. Дискурс соціальних мереж (далі – ДСМ) виступає не лише як майданчик для міжособистісного спілкування, але й як важливий механізм міжкультурного діалогу [6, с. 88], що формує нові мовні риси особистості та лінгвістичну картину світу [6, с. 88; 7, с. 78]. ДСМ характеризується гібридністю, поєднуючи елементи писемного та усного мовлення, формального та неформального

стилів, що вимагає від перекладознавства нових, гнучкіших методологічних підходів.

Ключовим завданням перекладу в ДСМ є не просто передача інформаційного змісту, а забезпечення його адекватної лінгвокультурної адаптації – процесу, спрямованого на збереження комунікативної функції та досягнення бажаного афективного відгуку в цільовій аудиторії. Необхідність такої адаптації зростає експоненційно зі швидкістю поширення контенту та його мультимодальною складністю (поєднання тексту, зображень, відео, гіпертексту).

Актуальність дослідження підсилюється соціо-лінгвістичними процесами в Україні. Зафіксовано стійку тенденцію посилення позицій української мови в українському сегменті соціальних мереж. Аналітичні дані свідчать, що частка дописів українською мовою вперше досягла 56% у 2024 році, демонструючи стале зростання порівняно з попередніми роками [9, с. 1]. Це явище, що описується як Українізація цифрового простору, підвищує не лише кількість, але й якість практичного попиту на високоадаптований україномовний контент [13, с. 1].

Мова, як відомо, є засобом культурної ідентичності та основою для націтворення [13, с. 1]. В умовах суспільної та політичної турбулентності, неадекватна або нечутлива лінгвокультурна адаптація може призвести до втрати релевантності, культурного відчуження або, що є критичним, до непорозумінь. Отже, успішна адаптація в ДСМ набуває статусу елемента культурної стійкості, де помилка має високу соціальну та політичну ціну. Це вимагає від перекладознавства розробки чітких, прагматично обґрунтованих критеріїв вибору стратегій перекладу, які б виходили за рамки класичної локалізації.

#### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблема адаптації цифрового контенту є предметом інтенсивних досліджень у галузі перекладознавства та медіа студій. Значна частина сучасних робіт присвячена концепції транскреації (*transcreation*), яка охоплює практики перекладу аудіовізуального, цифрового та маркетингового матеріалу [12, с. 45]. Транскреація кидає виклик традиційному поняттю перекладу, акцентуючи увагу на кінцевому ефекті, а не на буквальній відповідності [12, с. 45].

Для чіткого розуміння лінгвокультурної адаптації в ДСМ необхідно розмежувати термінологію:

1. Адаптований переклад: У класичному розумінні, адаптація часто є видом скороченого перекладу, зміст якого спрощений і підігнаний під конкретну, часто менш підготовлену групу читачів (наприклад, тексти для дітей або початківців у вивченні мови) [2, с. 90].

2. Транскреація: Розглядається як інтенсивна культурна адаптація тексту, де важливе значення має не лише правильний переклад, а й обов'язкове врахування особливостей культури, релігії та традицій цільового реципієнта [2, с. 90]. Транскреація вимагає глибокого розуміння обох культур для забезпечення резонансу контенту, зберігаючи його оригінальну інтенцію та ефект [12, с. 45].

Ілюстрацією домінування прагматичного резонансу над лінгвістичною точністю є відомий приклад пошукової системи Google: кнопка "I'm feeling lucky" була адаптована для носіїв мови пушту в Афганістані як «Я вірю в Бога» [2, с. 92]. Ця зміна відображає фундаментальний зсув культурного концепту (від поняття талану до релігійної віри) для забезпечення абсолютної культурної прийнятності та релевантності. У цьому контексті, класичне поняття «еквівалентності» замінюється поняттям «оптимальної релевантності», що є центральним для когнітивних підходів.

Існуючі наукові розвідки вже досліджували переклад окремих лінгвокультурних одиниць, характерних для ДСМ. Проведено аналіз стратегій перекладу сленгу, включаючи методи конкретизації та генералізації [1, с. 28], а також okazіоналізмів та новотворів, де застосовуються такі прийоми, як транслітерація, функціональна заміна та створення нового okazіоналізму в мові перекладу [4, с. 132].

Однак, попри наявність класифікацій та прикладів, у дослідженні залишається суттєва методологічна прогалина. Вона полягає у відсутності чіткої прагматичної систематизації цих стратегій для складного мультимодального контенту (де текст взаємодіє із зображенням) та у недостатньому встановленні критеріїв вибору між різними стратегіями (наприклад, коли обрати *конкретизацію* замість *генералізації*) залежно від *прагматичної мети* та *очікувань цільової аудиторії* [11, с. 1; 16, с. 4]. Крім того, існує проблема недостатньої технічної підтримки для таких творчих процесів, що підтверджує, що транскреація залишається високолюдським, інтуїтивно-креативним процесом [16, с. 4].

Виходячи з цього, необхідно перейти до аналізу адаптаційних процесів, які ґрунтуються не стільки на лінгвістичному порівнянні, скільки на механізмах когнітивної обробки інформації та культурного резонансу.

**Постановка завдання.** Основна мета статті полягає в систематизації та ґрунтовному аналізі лінгвокультурних стратегій, що застосовуються для досягнення прагматичної та афективної еквівалентності (транскреації) при перекладі дискурсу соціальних мереж, з особливою увагою до специфіки мультимодального контенту та соціо-лінгвістичних особливостей українського цифрового простору.

Для досягнення поставленої мети визначено такі дослідницькі завдання:

3. Виявити та класифікувати ключові лінгвокультурні виклики, які постають перед перекладачем ДСМ (гумор, сленг, культурні референції).

4. Обґрунтувати позицію транскреації як основного прагматично-орієнтованого підходу в перекладі соціальних медіа.

5. Систематизувати мікростратегії адаптації (конкретизація, генералізація, створення оказіоналізмів) та визначити критерії їх доцільного застосування.

6. Проаналізувати ефективність застосування когнітивно-прагматичних моделей (Теорія Релевантності) для інтерпретації та адаптації мультимодального контенту (мемів).

7. Оцінити вплив новітніх технологій (ШІ) на процес лінгвокультурної адаптації та визначити перспективи гібридних перекладацьких моделей.

**Виклад основного матеріалу.** Дискурс соціальних мереж насичений лінгвокультурними одиницями, які є глибоко вкоріненими у суспільстві, звідки вони походять [15, с. 1]. Переклад такого контенту стикається з низкою критичних викликів.

По-перше, це проблема гумору та тону. Гумор є культурно суб'єктивним [9, с. 1]. Що викликає сміх в одній культурі, може не резонувати або навіть образити в іншій. Підтримання відповідного тону є життєво необхідним для збереження автентичності контенту. Неправильно інтерпретований жарт може мати непередбачувані наслідки, руйнуючи комунікативну інтенцію [15, с. 1].

По-друге, складність становлять ідіоми та культурні референції. Мова є за своєю суттю тонкою, і багато фраз, ідіоматичних виразів і розмовних зворотів не мають прямих еквівалентів [15, с. 1]. У крос-культурній комунікації різниця між мовами та культурами, а також різноманітність самого контенту соціальних мереж, створюють значні перешкоди [16, с. 4]. Літературний переклад цих одиниць призводить до втрати культурної цінності або "розмивання оригінального контенту" [15, с. 1].

По-третє, це виклик мультимодальності. Сучасний ДСМ рідко обмежується лише текстом. Передача культурних посилов у аудіо-візуальному контенті (наприклад, у піснях або коротких відео) вимагає не лише точності змісту, але й збереження ритму, співучості та культурної природності [3, с. 5]. З цього погляду, прагнення передати всі стилістичні особливості оригінального тексту може виявитися недосяжною метою, що змушує перекладача обирати непрямий переклад (адаптацію),

орієнтований на адекватну релевантність для цільової аудиторії [3, с. 5]. Це підтверджує тезу, що транскреація, на відміну від звичайної локалізації, вимагає значних творчих зусиль та імпровізації, оскільки вона не завжди може спиратися на достатню технічну або інструментальну підтримку [11, с. 1; 16, с. 4].

Транскреація (культурна адаптація) є найбільш доречним підходом у перекладі ДСМ. Вона виходить з розуміння, що кінцевий продукт має резонувати з цільовою аудиторією, зберігаючи оригінальну інтенцію [12, с. 45].

Фундаментальним аспектом транскреації є аудиторна адаптація. Перекладач повинен враховувати соціальні елементи, такі як вік, стать та академічний рівень аудиторії [11, с. 1]. Наприклад, сленгові вирази, які є релевантними для молоді, можуть виявитися незрозумілими або недоречними для професійної чи старшої вікової групи. Таким чином, транскреатор повинен не просто відтворити повідомлення, але й налаштувати його на конкретні соціальні інтереси для створення успішнішої та цілеспрямованої комунікативної кампанії [11, с. 1].

У рамках транскреації важливе значення мають стратегії глобалізації та локалізації. Хоча глобалізуюча стратегія передбачає мінімальні зміни у змісті, локалізуюча стратегія, навпаки, активно адаптує глобальний контент під світогляд місцевого читача [5, с. 3]. Ця адаптація може відбуватися на різних риторичних рівнях, включаючи вибір мовних одиниць та організацію тексту.

Локалізуюча стратегія часто реалізується через специфікацію або перспективізацію. Ці техніки дозволяють змінити акценти або розташування інформації, висуваючи на передній план ті сутності чи референції, які є найбільш важливими для місцевої аудиторії [5, с. 3]. Такий підхід гарантує, що повідомлення буде не лише зрозумілим, але й культурно значущим. Це особливо актуально в умовах підвищеної культурної чутливості, як у випадку українського цифрового простору, де мовні одиниці активно використовуються як інструмент формування національної ідентичності.

Ефективність транскреації залежить від доцільного вибору мікростратегій для перекладу висококонтекстуальних одиниць. Основні стратегії можуть бути згруповані за їхньою функціональною спрямованістю: від збереження форми до збереження лише функції.

При перекладі сленгу та ідіом, які є високоідіоматичними, застосовують діалектичні стратегії конкретизації та генералізації [1, с. 28].

1. Конкретизація: Цей метод спрямований на передачу не лише лексичного значення, але й суті вислову у новому контексті, враховуючи специфіку цільової культури [1, с. 28]. Конкретизація допомагає зберегти місцевий колорит та глибше вбачити сенс вислову, роблячи його більш релевантним для нішевої, обізнаної аудиторії. Наприклад, сленговий вираз може бути перекладено українським ідіоматичним еквівалентом, який має сильніший регіональний або культурний відтінок.

2. Генералізація: Цей метод передбачає створення загального та універсального висновку щодо значення виразу [1, с. 28]. Він використовує широко вживані аналоги для передачі загального сенсу, свідомо ігноруючи деякі нюанси чи контекст оригіналу. Генералізація застосовується, коли метою є максимальна доступність та широкий охоплення аудиторії, навіть ціною втрати деякої ідіоматичності та національного колориту [1, с. 28].

Оказіоналізми та новотвори (наприклад, у вірусних дописах або хештегах) вимагають особливої уваги, оскільки вони часто створюються для досягнення миттєвого комунікативного ефекту. Дослідження виявили низку способів перекладу цих одиниць, які мають застосовуватися з обґрунтуванням доцільності задля ефективного відтворення всіх смислів [4, с. 132]:

– Створення okazіоналізму в мові перекладу: Найвища форма транскреції, яка забезпечує збереження як форми, так і функції новотвору, але вимагає від перекладача значної креативності.

– Функціональна заміна/Аналоговий переклад: Передача функції новотвору через вже існуючий, але функціонально схожий аналог у цільовій мові.

– Описовий переклад та Семантична експлікація: Застосовуються, коли збереження форми чи функції неможливе, і необхідно пояснити значення новотвору.

– Транслітерація/Транскрибування та Калькування: Використовуються, якщо новотвір несе сильний культурний маркер або є частиною глобального цифрового лексикону.

Стратегічний вибір між цими методами – це баланс між прагненням до автентичності (конкретизація, створення нового okazіоналізму) та необхідністю досягнення максимальної зрозумілості (генералізація, експлікація).

Для наочності методологічного вибору можна представити систематизацію ключових стратегій:

Однією з найбільш висококонтекстуальних і прагматично складних одиниць ДСМ є мем (image macro). Для їхньої ефективної транскреції необхідне застосування когнітивних теорій.

Теорія Релевантності (Т. Релевантності) (Sperber and Wilson) виявилася валідною основою для аналізу гумору в цифровому просторі [14, с. 2]. Згідно з цією теорією, меми, подібно до вербальних метафор, не вимагають окремої теорії. Вони є остенсивними стимулами, які спонукають реципієнта до пошуку оптимально релевантної інтерпретації [14, с. 2].

Меми функціонують як мультимодальні метафори. Сенс генерується не лише текстом, а й комбінацією тексту та візуального образу. Обидва елементи спільно сприяють конструюванню ad hoc концептів – тимчасових, контекстуально обумовлених.

Таблиця 1

Систематизація лінгвокультурних стратегій адаптації в ДСМ

Стратегія	Основна мета	Одиниці застосування	Прагматичний результат
Транскреція (Загальний підхід)	Досягнення культурного резонансу та афективної адекватності	Рекламні кампанії, слогани, вірусний контент	Збереження оригінальної інтенції та ефекту [12, с. 45]
Конкретизація	Збереження місцевого контексту та ідіоматичності	Сленг, ідіоми, специфічні культурні референції	Глибоке розуміння, високий місцевий колорит [1, с. 28]
Генералізація	Максимальна доступність для широкої аудиторії	Сленг, вирази, які важко перекласти ідіоматично	Універсальне розуміння, потенційна втрата нюансів [1, с. 28]
Створення okazіоналізму	Збереження форми та функції новотвору	Неологізми, авторські новотвори	Найвища форма креативної адаптації [4, с. 132]
Перспективізація/ Специфікація	Адаптація глобального контенту до місцевого світогляду	Заголовки, новинний контент, що має глобальне походження	Фокусування на сутностях, важливих для локальної аудиторії [5, с. 3]

мовлених понять, які живлять метафоричну інтерпретацію [14, с. 2].

Завдання транскреатора полягає у забезпеченні того, щоб перекладений текст у поєднанні з оригінальним або адаптованим зображенням викликав у цільовій українській аудиторії формування ідентичних *ad hoc* концептів. Якщо візуальна основа мему має сильне культурне кодування, незрозуміле для українського реципієнта (наприклад, посилання на іноземного політика чи локальну подію), транскреція може вимагати не лише заміни тексту, а й повної заміни візуальної основи, зберігаючи лише функціональну інтенцію (наприклад, іронію, співчуття, політичну сатиру).

Меми особливо ефективні у створенні широкого спектра слабких імплікатур (непрямих, неявних висновків) [14, с. 2]. Ці імплікатури є життєво важливими для прагматичної функції гумору. Буквальний переклад, який передає лише експліцитний зміст, неминуче призводить до втрати цього спектра, тим самим знищуючи гумористичний або афективний ефект.

Цей аналіз підтверджує, що для мультимодального контенту пріоритетом є прагматична адекватність, що вимагає значних творчих модифікацій, а не лише лінгвістичної точності [3, с. 5]. Успішна транскреція мультимодальних одиниць є прямим показником кваліфікації перекладача, що демонструє його здатність «відпустити себе і дати волю творчим сокам» [11, с. 1].

Інтеграція технологій штучного інтелекту (ШІ) у створення та адаптацію контенту відкриває нові можливості, але водночас створює складні методологічні та етичні виклики для транскреції.

ШІ значно прискорює процеси локалізації та генералізації контенту, допомагаючи обробляти великі масиви даних і перекладати стандартні фрази. Однак ШІ поки що не здатний до тонкої лінгвокультурної адаптації, необхідної для роботи з висококонтекстуальними одиницями [8, с. 1]. Його обмеження виявляються у складності генерування автентичних *ad hoc* концептів, оскільки культурна чутливість, розуміння сатири та здатності до перспективізації залишаються прерогативою людини-транскреатора.

Зі зростанням ролі ШІ у створенні контенту виникає етичний виклик, пов'язаний з автентичністю. Соціальні платформи, такі як Facebook і TikTok, вже запровадили політики щодо розпізнавання та маркування контенту, створеного за допомогою ШІ (наприклад, технологія Content Credentials або маркування «створено за допомогою ШІ») [8, с. 1].

Для перекладознавства це означає, що процес адаптації ШІ-контенту вимагає додаткової верифікації та забезпечення прозорості джерела. Перекладач повинен не лише адаптувати повідомлення, але й підтвердити його культурну автентичність та дотримання етичних норм платформи. Це особливо важливо в контексті поширення дезінформації, де ШІ може використовуватись для генерації культурно-орієнтованих, але маніпулятивних меседжів [8, с. 1].

З огляду на стабільне посилення української мови в цифровому просторі [9, с. 1], майбутні дослідження мають бути спрямовані на розробку гібридних моделей транскреції. У таких моделях ШІ може виконувати функцію попередньої обробки та стандартизації (застосування генералізації), тоді як фахівець із транскреції забезпечує фінальне «шліфування» та введення культурної чутливості, застосовуючи методи конкретизації та створення оказіоналізмів. Таким чином, технології стануть інструментом підвищення ефективності, але не заміною людської креативності, необхідної для досягнення культурного резонансу.

**Висновки.** Проведене дослідження лінгвокультурної адаптації при перекладі дискурсу соціальних мереж дозволяє зробити низку важливих висновків.

По-перше, в умовах динамічного та мультимодального середовища соціальних мереж, лінгвокультурна адаптація повинна функціонувати як транскреція. Транскреція є найвищим ступенем адаптації, який вимагає глибокої культурної чутливості та творчої свободи для досягнення прагматичної, афективної та культурної еквівалентності. Метою перекладу є не лінгвістична точність, а культурний резонанс.

По-друге, вибір оптимальної стратегії адаптації (наприклад, конкретизація чи генералізація для сленгу; створення оказіоналізму чи експлікація для новотворів) визначається виключно прагматичною інтенцією контенту та профілем цільової аудиторії. Це означає, що перекладач діє як культурний медіатор, який стратегічно балансує між збереженням автентичності та забезпеченням універсальної доступності.

По-третє, адаптація мультимодального контенту, зокрема мемів, вимагає застосування інтердисциплінарного когнітивно-прагматичного підходу. Аналіз через призму Теорії Релевантності довів, що успішне відтворення гумору та неявних смислів залежить від здатності транскреатора забезпечити формування ідентичних *ad hoc* концептів у свідомості цільового реципієнта.

По-четверте, стабільне зростання частки української мови у цифровому просторі підвищує політичну та культурну важливість якісної транскреації, оскільки мовна сфера є невід'ємним елементом національної ідентичності та безпеки.

Перспективи подальших досліджень вбачаються у трьох основних напрямках:

3. Розробка детальних методик гібридної транскреації, що поєднують потужності ШІ для стандартизації та людської експертизи для куль-

турної адаптації, з урахуванням етичних вимог до маркування контенту.

4. Глибинний емпіричний аналіз корпусів українськомовного ДСМ для моніторингу нових лінгвокультурних одиниць та їхнього впливу на формування національного дискурсу.

5. Розробка системи прагматичних критеріїв для навчання транскреаторів, які дозволять обґрунтовано обирати між локалізуючою та глобалізуючою стратегіями в залежності від конкретної комунікативної ситуації.

#### Список літератури:

1. Крупенько О. О., Божко Ю. В. Лінгвокультурна специфіка перекладу англomовного сленгу на прикладі кінодискурсу. *Наукові записки НаУКМА*. Філологічні науки. 2023. С. 26–32.
2. Lviv National University. Явище транскреації і його зв'язки з традиційними перекладознавчими категоріями. Конкурсна робота. 2020. С. 88–92.
3. Мусієнко В. В. Переклад пісенної лірики: аспекти адаптації та культурної передачі. *Вісник технічної освіти*. 2022. № 10. С. 3–7.
4. Никитченко К. П. Оказіоналізми в соціальних мережах: перекладознавчий аспект. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Філологія. 2021. Вип. 2(17). С. 130–136. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.17-2.17>.
5. Потапенко С. І., Соколюк К. С. Глобалізуюча та локалізуюча стратегії перекладу медіатекстів (на матеріалі онлайн-заголовків BBC). *SHS Web of Conferences*. 2021. Vol. 96. Art. 02001. P. 3. DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/202110502001>.
6. Савенко О. А. Інтернет-комунікація як механізм міжкультурного діалогу. *Збірник наукових праць Херсонського державного університету*. 2015. С. 87–93.
7. Сукачова О. А., Гришанова Л. В. Інтернет-мовлення старшокласників під час міжособистісної комунікації в електронних соціальних мережах. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2017. Т. 60, № 4. С. 78–84.
8. Facebook, TikTok запроваджують маркування контенту... Neuron.expert. 2024. URL: <https://neuron.expert/news/ais-influence-on-social-media-platforms-and-content-creation/14204/uk/> (дата звернення: 06.11.2025).
9. Яка частка дописів українською в соцмережах... Центр контент-аналізу. Суспільне. 2024. URL: <https://suspilne.media/868593-aka-castka-dopisiv-ukrainskou-v-socmerezah-u-2024-roci/> (дата звернення: 06.11.2025).
10. Almudarra A. B., Kaindl K., Kostopoulou L., Charalampidou N. Translating Paratexts in Digital Media: Exploring Problems and Strategies. *Digital Media Translation*. London : Routledge, 2025.
11. Gonzalez Y. Transcreation: The Creative Side of Translation. *JR Language*. 2021. URL: <https://jrlanguage.com/blog/transcreation-the-creative-side-of-translation/> (дата звернення: 06.11.2025).
12. Kostopoulou L., Charalampidou P. New Perspectives in Media Translation: Transcreation in the Digital Age. *ResearchGate*. 2024. P. 45.
13. Racek D., Davidson B. I., Thurner P. W. et al. The Russian war in Ukraine increased Ukrainian language use on social media. *Commun Psychol*. 2024. Vol. 2, № 1. DOI: <https://doi.org/10.1038/s44271-023-00045-6>.
14. Scott K. Memes as multimodal metaphors: A relevance theory analysis. *ResearchGate*. 2020. P. 2–15. DOI: <https://doi.org/10.1075/pc.21010.sco>.
15. The Impact of Cultural Nuances on Social Media Translation Services. *Language Services Bureau*. 2023.
16. Zhu L. On Social Media Translation and Localization: Strategies and Challenges in Cross-Cultural Communication. *ResearchGate*. 2024. P. 4. DOI: <https://doi.org/10.22158/sll.v9n1p84>.

#### **Hniedkova O. H., Ten D. R. PECULIARITIES OF LINGUO-CULTURAL ADAPTATION IN THE TRANSLATION OF SOCIAL MEDIA DISCOURSE**

*This article investigates linguo-cultural adaptation as a critically important component of translation activities within the dynamic environment of social media discourse. Given the global digitalization and the stable Ukrainization of the digital space, where the share of Ukrainian-language posts reaches 56%, traditional translation approaches prove insufficient. The research justifies the necessity of shifting*

*from linguistic equivalence to a paradigm of pragmatic and affective adequacy, most fully realized through the mechanisms of transcreation.*

*The paper systematizes the main challenges of social media translation, focusing on the cultural subjectivity of humor, tone preservation, and the handling of high-context linguo-cultural units such as occasionalisms, slang, and multimodal metaphors (memes). The methodological framework is based on an interdisciplinary approach, combining translation studies, sociolinguistics, and cognitive pragmatics, particularly Relevance Theory, for analyzing the interpretation mechanisms of multimodal content.*

*Micro-strategies of linguo-cultural adaptation are identified and classified. The selection of a strategy—concretization (providing local context) or generalization (creating a universal analogue) – is determined by the target audience and the communicative-pragmatic intent of the utterance. It is proven that for high-context and implicature-rich content, such as memes, transcreation requires ensuring the formation of identical ad hoc concepts in the target culture, often necessitating a move beyond literal translation and potentially requiring the full replacement of the cultural concept. This approach is crucial for preserving the spectrum of weak implicatures that generate the humorous effect.*

*Special attention is paid to the influence of the technological factor, specifically artificial intelligence (AI). Although AI can enhance localization efficiency, the subtle transcreation of cultural units remains a domain requiring human creativity, as AI is currently challenged in generating authentic cultural resonance. The research findings hold practical significance for training specialists in digital communication and for developing methodical guidelines for transcreators working within the context of the increased cultural and political sensitivity of the Ukrainian information space.*

**Key words:** *linguo-cultural adaptation, transcreation, social media discourse, multimodal translation, Relevance Theory, occasionalisms, slang.*

Дата надходження статті: 07.11.2025

Дата прийняття статті: 10.12.2025

Опубліковано: 30.12.2025