

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СХІДНОЇ ТА СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ
Кафедра тюркської філології

Курсова робота
з тюркської філології на тему:

**СЛЕНГОВІ НЕОЛОГІЗМИ ТУРЕЦЬКОЇ МОВИ В СОЦІАЛЬНИХ
МЕРЕЖАХ**

Пісної Ірини Олександрівни

Студентки групи Птур 14-21

Факультету східної і слов'янської філології

денної форми здобуття освіти

Освітньої програми:

Турецька мова і література та переклад,

друга східна мова, західноєвропейська мова

Спеціальності **035** Філологія

Спеціалізації **035.068** *Східні мови та літератури*

(переклад включно), перша – турецька

Науковий керівник:

кандидат філологічних наук,

доцент Пілик В.В.

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СЛЕНГОВОГО НЕОЛОГІЗМУ ЯК ХАРАКТЕРНОЇ ОЗНАКИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	6
1.1. Соціальні мережі як місце утворення сленгових неологізмів.....	6
1.2. Характерні особливості інтернет-сленгу.....	7
1.3. Огляд основних понять, пов'язаних з темою дослідження.....	8
1.4. Проблематика вивчення сленгових неологізмів.....	10
ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 1.....	12
РОЗДІЛ 2. СЕМАНТИЧНІ ТА СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ СЛЕНГОВИХ НЕОЛОГІЗМІВ.....	13
2.1 Семантичні групи сленгових неологізмів, які зустрічались на просторах сторінок користувачів Instagram і Фейсбуку.....	13
2.2. Структурні особливості неологізмів.....	15
2.3. Афіксація як основний спосіб творення сленгових неологізмів.....	17
2.4. Складені дієслова.....	21
2.5. Аббревіація як спосіб комунікації в соціальних мережах.....	22
2.6. Запозичення з англійської мови.....	25
ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 2.....	30
ВИСНОВКИ.....	31
ÖZET.....	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	34
ДОДАТКИ.....	36

ВСТУП

Сучасний рівень розвитку інформаційно-телекомунікаційних технологій у світі у 21 сторіччі визначає одним із першочергових напрямків розвитку інформатизацію суспільства. З розвитком інформаційних технологій відбувається частковий перехід від традиційних способів спілкування до нових прогресивних – соціальних мереж, які замінюють звичні практики спілкування. Сучасна мова постійно розвивається, і процеси розвитку не зупиняються, вона набирає все більше і більше нових ознак та забарвлень. Це супроводжується під впливом безперервних змін. Щорічно в мові виникає велика кількість сленгових неологізмів, які потребують аналізу.

Останні глобальні події кардинально змінили спосіб спілкування та сприйняття світу людьми, на перший план вийшли комп'ютери та Інтернет. Там люди використовують акроніми, каламбури чи суміші різних стилів, створюють нові твори та діляться ними серед своїх знайомих у відповідних спільнотах.

Курсова робота присвячена дослідженню сленгових неологізмів у соціальних мережах. Проблему сленгу вивчали як зарубіжні, так і вітчизняні дослідники.

Лінгвісти у своїх працях: А. Barrere, Mencken H., Partridge E, S.B. Flexner, V. Freeman, І. В. Арнольд, Т. Є. Захарченко. Феномен неологізму аналізують: Б. Гардін, Л. Дерой, П. Гілберт, Дж. Катлер та інші мовознавці.

У турецькій мові передбачені власні механізми словотворення, наприклад, переміщення звукового забарвлення або використання афіксів. Однак із поширенням Інтернету та соціальних мереж молодь Туреччини почала запозичувати сленг, насамперед з англійської мови.

Використання соціальних медіа також породило новий стиль мови, який включає використання сленгових термінів і неологізмів. У цьому контексті аналіз турецьких сленгових неологізмів у комунікації в соціальних мережах має велике значення.

Актуальністю дослідження є потреба в аналізі трансформаційних процесів, яких зазнає класична мова в онлайн-середовищі. Це зумовлено розповсюдженістю спілкування в соціальних мережах між представниками різних соціальних

прошарків, різних вікових груп, окремих етнічних груп. У зв'язку з цим світ отримує все більше новоутворів.

Тому **метою нашого дослідження** є розгляд поняття сленгового неологізму на матеріалі турецького словникового фонду, який активно використовується носіями мови в неформальному спілкуванні в соціальних мережах, дослідження та аналіз функціональної термінології соціальних мереж Instagram, Facebook, Twitter.

Для реалізації цієї мети були поставлені **наступні завдання**:

- Розглянути загальнотеоретичні аспекти сленгу та неологізмів. Зробити загальний висновок про значення поняття «сленгового неологізму».
- Зібрати та систематизувати теоретичний та практичний матеріал, що стосується нашої теми, включаючи опитування носіїв мови.
- Виокремити семантичні групи сленгу.
- Опрацювати такі мовні явища як «калька», «акроніми», «аббревіації»
- Дослідити структурно-семантичні особливості сленгових неологізмів.
- Зробити висновки щодо використання сленгових неологізмів у соціальних мережах та їх впливу на формування мовної культури турецького народу.

Об'єктом дослідження є соціальних мереж.

Предмет дослідження структурно-семантичні особливості сленгових неологізмів соціальних мереж.

Матеріалом дослідження слугували чати носіїв мови, дописи популярних осіб Туреччини, публікації, а також меми.

Для досягнення мети та розв'язання поставлених завдань у роботі застосовано такі основні методи і прийоми дослідження: **компонентний аналіз** – для визначення структурних та семантичних особливостей сленових неологізмів, методи **групування** – для об'єднання сленгових неологізмів за їх семантичними ознаками, **кореляційний** – для визначення впливу запозичень на формування сленгового нленгових неологізмів, **метод імплікаційних шкал**- для визначення відсотку запозичень, що стали частиною сленгових неологізмів, а також **статистичний метод і кількісний**, які використовуються в контексті анкетування

серед 15 носіїв мови з питання сленгових неологізмів, задля визначення відсотку використання сленгових неологізмів у своєму мовленні.

Результати цього дослідження мають певне практичне значення забезпечити комплексний аналіз використання неологізмів турецького сленгу в комунікації в соціальних мережах. Шляхом виявлення семантичних груп сленгових неологізмів та вивчення епонімів і аббревіатур у турецькій мові дослідження проливає світло на формування мовної культури турецького народу в епоху цифрових технологій.

Наукова новизна полягає у тому, що вперше буде досліджено поняття сленгових неологізмів в контексті турецької мови, на основі лексики соціальних мереж. Попередні дослідження в основному стосувалися англійської мови. Отримані результати будуть корисні лінгвістам, мистецтвознавцям, етнологам та іншим фахівцям з точки зору функціонування мови в інтернет-просторі. Крім того, робота може бути цікава вчителям турецької мови та іноземцям, які вивчають турецьку мову. Терміни , що зазначені вище , можуть допомогти у вивченні лексики з теми «соціальні мережі».

Оскільки лексичні одиниці соціальних мереж мають ознаки спільні й для сленгізмів, і для неологізмів, а отже, отримують статус «сленгових неологізмів». Отже, якщо у мові з'являються неологізми, перекладачі мають бути готовими працювати з ними. Застосування результатів дослідження буде корисним в процесі перекладу новоутворених лексичних одиниць в різних контекстах.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СЛЕНГОВОГО НЕОЛОГІЗМУ ЯК ХАРАКТЕРНОЇ ОЗНАКИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

1.1. Соціальні мережі як місце утворення сленгових неологізмів

З часу появи мережі Інтернет ні в кого не викликає сумнівів, що вона має не тільки технічні функції для швидкої обробки даних, але й функції зв'язку для віртуального спілкування. Отже, соціальні мережі є інтегральною частиною нашого сьогодення. Досліджуючи термінологічну систему соціальних мереж, варто звернути увагу на такі особливості: - процес аналізу мови соціальних медіа ускладнюється різноманітністю та неоднозначністю термінології (професіоналізми, жаргонізми, арготизми, сленгізми); - терміносистема соціальних медіа у своїй діяльності та словотворенні підпорядкована законам сучасної мови. Так, найбільш розповсюдженими є афіксальний, безафіксний та лексико-семантичний способи словотворення; - термінологія соцмереж відзначається використанням засобів словесної гри та засобів експресії; - причинами запозичень мови є розвиток комп'ютерних технологій в англійських країнах, зокрема в Сполучених Штатах Америки (Стрига, 2014, с.191). Слід зауважити, що головними особливостями соціальних мереж слід вважати втілення тенденції до розмовного стилю, головними ознаками якого є стихійність, неофіційність, діалогічність, ситуативність, тенденція до лаконічності та невимушеності, і, як наслідок, застосування мовних засобів неформальної сфери комунікації.

Цим пояснюється стрімкий розвиток мови в інтернет-просторі. Поєднання жаргону і специфічної концептуальної мови стало частиною повсякденного спілкування. Комунікація - це соціально зумовлений процес передачі та отримання інформації різними каналами, як масовими, так і міжособистісними, з використанням різноманітних вербальних і невербальних засобів спілкування. Поступова заміна звичайних засобів зв'язку, таких як телефон або факс, приходять нова технологія.

Дослідивши тексти користувачів соціальних мереж, варто зауважити, що вони стилістично тяжіють до зниженої лексики. Це пов'язано з демократизацією мови, яка набула широкого розповсюдження.

Мережа Інтернет привнесла відчуття розкнутості, зменшила почуття відповідальності та зменшила страх бути оціненим іншими, а також розширила соціальний прошарок своїх споживачів. Новостворене слово в соціальних мережах має розвиватися в певному напрямку, щоб посісти певне місце в мовній системі. Коли автор створює слово, він бажає, щоб оригінальність та неповторність сприймалася спільнотою відповідним чином. Коли другий етап завершено, слово має зафіксуватися в загальномовній площині.

Нині поняття комунікації набуло більш широкого тлумачення, а її основні завдання стали представлятися по-різному. Комунікація в Інтернеті стала інтегральною ланкою взаємодії учасників, і в процесі спілкування співрозмовник вибудовує живу мову, формуючи величезну масу лаконічних реплік і запитань, головне призначення яких полягає в економії зусиль. Комунікація, як і будь-який інший напрямок, постійно розвивається, породжуючи нові форми взаємодії.

1.2. Характерні особливості інтернет-сленгу

Лексичні та словесні фрази в «Instagram» не підпадають під заборони, норми використання та цензуру. Соціальні мережі стали сприятливим ґрунтом для формування сленгових неологізмів, і Туреччина не є винятком. Хоча турецька мова має власні механізми словотворення, вплив англійської мови та поширення інтернету і соціальних мереж призвели до того, що турецька молодь почала запозичувати та інтегрувати іноземний сленг у своє спілкування (Друзь, 2022, с. 50). Це запозичення викликало занепокоєння щодо деградації турецької мови, що спонукало деяких турецьких активістів розробляти нові слова на основі турецької мови для заміни іноземних неологізмів

В результаті запозичень з іноземних мов були порушені правила турецької граматики, а мова деградувала. Дослідження запозичень у турецькій мові

показують, що багато арабських і перських слів увійшли в мову завдяки ісламській релігії. В останні роки вплив східних мов, таких як арабська та перська, послабився, натомість західні мови, такі як британська англійська, американська англійська та німецька, набули більшої популярності. У процесі запозичення слів мова-реципієнт пристосовує запозичені слова до власної фонетичної структури за допомогою афіксації, іншими словами, запозичені слова пристосовуються до правил будови мови-реципієнта.

Однак не всі ці слова позитивно сприймаються турецьким суспільством, оскільки вважаються надмірним іноземним впливом на мову. Деякі турецькі активісти намагаються захистити мовні норми від запозичень і сприяють розвитку турецького сленгу. Наприклад, вони розробляють нові слова на основі турецької мови, щоб замінити іноземні неологізми. Одним із прикладів таких слів є "*özçekim*", яке є запозиченням від слова "*selfie*" і позначає те саме поняття.

У сфері спілкування в соціальних мережах можна знайти й інші приклади турецьких аналогів запозичених слів. Наприклад, слово "*beğeni*" турецькою мовою означає "лайк" або "вподобати" (українською). Слово «*paylaş*» використовується замість «*share*», що означає «ділитися». Крім того, замість слова «хештег» можна зустріти турецьке «*etiket*», що перекладається як «мітка» або «мітка».

1.3. Огляд основних понять, пов'язаних з темою дослідження

У сучасному інтернет-просторі досить поширеним явищем є інтернет-сленг - так звана "мова", що виникла з появою електронно-обчислювальних машин у США в 1946 році.

Навчальний тлумачний словник трактує сленг як "жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних верств, які, проникаючи в літературну мову, набувають помітного емоційно-експресивного забарвлення".

Сленг сформований шляхом надання спеціальних значень словам стандартної мови, внесення змін у деякі з них, використання слів з діалектів, архаїчної мови, іншомовних форм та метафор, сленг складається з лексики, зрозумілої обмеженій кількості людей, і може іноді включати грубу мову.

Питання про появу нових слів у системі мови, про принципи їх творення, класифікації, функціонування завжди привертала увагу мовознавців. Найбільших успіхів у розробці теоретичних і методичних питань неології досягли французькі лексикологи, зокрема М. Cohen, А. Darmsteter, L. Derooy, В. Gardin, Р. Gilbert, L. Guilbert.

У "Лінгвістичному словнику термінів" Д.Е. Розенталя та М.А. Теленкової йдеться про те, що неологізмом є "слово або словосполучення, створене для позначення нового предмета або нового поняття".

Практичними лексикографічними проблемами неологізмів займалися також англійські й американські лінгвісти: J. Algeo, R. Baayen, G. Cannon, С. Cutler, W. Lee, J. Simpson та ін. Різні аспекти сленгу досліджували вітчизняні та зарубіжні мовознавці: І. В. Арнольд, А. Вайгер, І. Р. Гальперін,, Т.Є. Захарченко, Mencken Н., та багато інших.

Неологізми та сленг поєднуються спільною властивістю: ці пласти мови піддаються постійному розвитку та справляють ефект новизни, на противагу стандартній сталості лексики мови, їм властиві мінливість, нетривалість та актуальність. ". Сленг, який, безсумнівно, є лексикою, специфічною, наприклад, для певного покоління молодих мовців, існує в будь-якій країні і в будь-якій мові для того, щоб служити цілям забезпечення взаєморозуміння в різних соціальних групах.

Лексичні одиниці соціальних мереж мають ознаки спільні і для сленгізмів, і для неологізмів, а отже, отримують статус «сленгових неологізмів» . Сленгові неологізми – це новостворені сленгові слова, що мають у собі конотацію новизни. Тобто у нового слова немає синонімів. Адже це слово новітнє, та воно ще тільки на етапі соціалізації.

У цьому дослідженні ми також звертаємось до низки інших понять, які є частиною неології, які також є частиною інтернет-сленгу: аббревіатури (корисний інструмент для скорочення слів), які поділяються на певні види.

- 1) ініціалізми (послідовність початкових літер)
- 2) акроніми (серія літер) звуків, позначених початковими літерами, які читаються як звичайне слово.
- 3) гомоакроніми (аббревіатури, які за формою ідентичні звичайним словам, а іноді семантично пов'язані з ними)
- 4) анакроніми (аббревіатури, які вже не сприймаються мовцями як скорочення).

1.4. Проблематика вивчення сленгових неологізмів

Складність вивчення сленгових неологізмів полягає в тому, що такі сленгові слова та звороти не обов'язково відповідають нормам лексики та граматики турецької мови і не мають відповідного опису та тлумачення у словниках та граматиках мови. Це призводить до складнощів у розумінні та засвоєнні сленгу як учнями, які опановують іноземну мову, а також викладачами турецької мови.

Одна з найголовніших проблем у засвоєнні сленгових неологізмів пояснюється тим, що сленг стрімко модифікується і виникають дедалі нові висловлювання. Якщо два роки тому слово було популярним, то сьогодні вже давно застаріло або зовсім вийшло з ужитку. Отже, викладачам доводиться регулярно розширювати свої знання і опановувати різні новотвори, щоб не втратити темп мовного розвитку.

Проблемою також є те, що деякі жаргонні запозичення бувають брутальними чи неприйнятними для певних груп населення, а тому вони не завжди сприймаються аудиторією. Найяскравіші приклади впливу технічного прогресу на мову можна знайти в комп'ютерному жаргоні та сленгу наймолодшого покоління. Ситуації, операції та діяльність, пов'язані з Інтернетом, спричинили потребу у великій кількості слів та словосполучень, які виходять далеко за межі комп'ютерно-

опосередкованого спілкування, і наймолодше покоління найчастіше використовує інновації у мовних формах разом з інноваціями у комп'ютерних технологіях.

Характерною особливістю таких неологізмів у турецькій мові є використання англійських запозичень або як частини слова, або як частини складного слова. Також сленгові новотвори мають дуже особливе застосування та часто зустрічаються в дуже вузькому контексті, що ускладнює їхнє тлумачення для тих, хто не користується ними постійно. Цю ж задачу можна реалізувати через розробку спеціалізованого словника термінів сленгу та навчальної літератури, що його супроводжує. У цих випадках дуже добре передбачити альтернативні тлумачення та застосовувати більше тактовних варіантів під час опанування та подальшого викладання сленгової термінології.

Отже, сленговий неологізм – це сформована в сленговому середовищі нова лексична одиниця, що характеризує нові явища та реалії і має здебільшого просторічне забарвлення; цей новотвір має значення новизни, не містить синонімів унаслідок своєї неологічності та перебуває на стадії соціалізації.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 1

Соціальні мережі стали місцем появи нових слів та виразів, які входять до мовленнєвого фонду інтернет-сленгу. Учасники спільнот мають можливість створювати власні нові слова та висловлювання, які згодом стають відомими серед інших людей. Крім цього це дає можливість поширити словник неформальної лексики й перенести рівень загальної мовної практики на інший рівень.

Слід зазначити, що інтернет-сленг має свої особливості, такі як використання аббревіатур і скорочень, зміни в написанні та наголосах, а також використання нових слів і виразів. Ці характерні риси пов'язані зі зростанням темпу мовлення.

Для того, щоб зрозуміти та вивчити інтернет-сленг, необхідно знати ключові поняття, такі як неологізми, сленг, аббревіатури, скорочення, акроніми, терміни, крилаті вирази та інші, що стосуються теми дослідження, а також ознайомитися з основними поняттями, які допомагають зрозуміти, як саме він функціонує в Інтернеті.

Усі ці три розділи сприяли усвідомленню того, що інтернет-сленг є невід'ємною складовою спілкування в Інтернеті. Платформи соціальних мереж є великим ресурсом нових слів і словосполучень, які стають дуже популярними серед учасників. Характерні риси інтернет-сленгу пов'язані зі швидкодією та зручністю інтернет-комунікації, а також з необхідністю зменшити обсяг повідомлень, що надсилаються в мережі. Огляд основних понять, пов'язаних з темою дослідження, допомагає зрозуміти, які саме слова і вислови вважають інтернет-сленгом і як вони можуть трансформуватися відповідно до запитів користувачів.

Ці матеріали також можуть бути корисні для мовознавців і лінгвістів, які досліджують і вивчають практикування мовлення в Інтернеті. Дослідження інтернет-сленгу дало нам змогу визнати, що даний тип мовлення є одним із важливих компонентів мовної практики в Інтернеті. Платформи соціальних мереж стали основним місцем появи новітніх слів та зворотів, які набувають широкої розповсюдженості.

РОЗДІЛ 2. СЕМАНТИЧНІ ТА СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ СЛЕНГОВИХ НЕОЛОГІЗМІВ

2.1 Семантичні групи сленгових неологізмів, які зустрічались на просторах сторінок користувачів Instagram і Фейсбуку

Семантичні групи, що позначають різноманітні реалії та явища життя, об'єднали тисячі новоутворених сленгових термінів. Виділено найбільш актуальні семантичні групи, компоненти яких описують повсякденне життя. В основному сленгові неологізми мають стилістично знижене забарвлення, супроводжуються посиленням емоційно-експресивних ознак. Під час дослідження сторінок у соціальних мережах, було сформовано певні семантичні групи сленгу, що мають частотний вжиток під час користування Інтернет-мережею.

Серед сленгових неологізмів лексичні одиниці поділяються на певні семантичні групи відповідно до їхнього значення:

- 1). Зображення рис характеру: *parti bozan, drama kraliçesi, inek, bakıcı*;
- 2). Зображення людських характерів: *salça, buddy, saçta sapan*;
- 4). Оцінка ситуації та реакція на неї: *cringe, makara yapmak*;
- 5). Опис емоцій: *cool, aynen, wow*;

Сленг забезпечує можливість чіткого позитивного та негативно вираження емоцій або ж оцінки фактів. Раніше згадане слово, що відноситься до групи зображень людських характерів, «*saçta sapan*» в живається не тільки під час спілкування онлайн, але й поза межами інтернет-простору. Зазвичай його використовують в негативному значенні, для підкреслення певної нерозсудливості людини і перекладається як «дурень». *Saçta sapan davranma*-Не поведься як дурень.

Активно використовуються неформальні словосполучення для коментування фотографій чи відео, одне з них «*tam gaz*», що має значення чогось дуже вражаючого.

Було виділено іншу семантичну групу слів, які зазвичай використовуються для позначення реакції. Для того, щоб підкреслити, що сказане було смішним, використовують *hahahaha*, для того, щоб підкреслити іронічність - *şaka gibi*.

Також існують інші варіанти для позначення реакції: : *ya hu, aman allahım*.

Ці терміни певною мірою відносяться до вигуків, які займають вагоме місце серед мовленнєвого фонду кожного турка. Серед інших варіантів, які можуть бути використані для підкреслення певного емоційного стану є вигуки «*vay canına*» або ж «*lan*».

Також до нашої семантичної групи, що відповідає за емоції відносяться такі сленгові неологізми як «*mizah*», що в перекладі означає як жарт. Слово має арабське походження "مزاح" (*mazah*), що означає "жарт, сміх".

Якщо говорити про поняття, що відносяться до семантичних груп, що несуть в собі негативне забарвлення, може бути використане слово «*ironi uartak*», що перекладається як «іронічно відповідати».

Велика частина слів відноситься до групи функціональної термінології. Щодо сленгових неологізмів, то вони є частиною специфічної лексики, оскільки засоби творення з використанням властивої їм структури та семантики можуть виявитися недоречними в реальному житті та поза межами Інтернет-простору. (Волощук, Наливайко, 2020, с.413)

Наприклад, звичайне слово «*direkt*» навряд чи можна зустріти в іншому контексті і перекласти. «*hashtag*» слово, що якраз набуло популярності завдяки Instagram. Це слово відноситься до групи розділових знаків, які часто вживані користувачами інтернет-простору. Проте на відміну від своїх попередників, цей термін має свій аналог турецького походження «*etiket*», що перекладається як позначка і вживається в контексті «хештегу».

Соціальні мережі являють собою простір віртуальної комунікації і є механізмом мережевої трансляції інформації з такими характерними особливостями, як багат шаровість комунікативних та мета-комунікативних актів, із розмиванням меж між типом висловлювань та комунікативних дій і дійовим механізмом

перетворення авторських висловлювань на загальні інтернет-меми, де часто зустрічаються новотвори.

2.2. Структурні особливості неологізмів

Неологізми, або новостворені слова, часто мають структурні характеристики, які відрізняють їх від існуючих слів. Поява неологізмів у мовах, зокрема й турецькій, пов'язана з широким використанням соціальних мереж і потребою в нових словах для опису нових понять і явищ.

Неологізми можуть утворюватися різними способами, включаючи аббревіацію, акронім, додавання, словосполучення та трансформацію. Дієслова та аббревіатури вважаються найефективнішими, тоді як трансформації менш поширені.

Акроніми часто використовуються для утворення нових слів з перших літер фрази або поняття. Наприклад, в англійській мові ASL розшифровується як Age, Sex, Location (вік, стать, місцезнаходження) і використовується в онлайн-чатах, щоб дізнатися основну інформацію про співрозмовника. Аналогічно, при заповненні певної інформаційної анкети турецькою мовою в діловому контексті часто використовується слово "kimlik", що утворене методом афіксації, до питального слова «kim» (хто) додали словотворчий іменний афікс «lik».

Взагалі більшість слів, що є зменшеними у своїй будові від первинного виду, є скорочення певних фраз, що цілком можливо зрозуміти носіям мови. Одним із варіантів скорочень виступає слово "özel mesajdan", що в перекладі означає "приватне повідомлення". Слово вживається в соціальних мережах, таких як Twitter, Instagram і Facebook, для позначення приватних повідомлень, які відправляють безпосередньо один на один. "Ellemiş" є аббревіатурою від "ellerin mi yandı?", що перекладається з турецької як "з тобою все гаразд?". Цим висловом висловлюють свою прихильність і підтримку, як часто це роблять друзі або колеги.

Прикладом епонімів, що походять від власних назв, в турецькій мові є словосполучення "Alman teyze", що означає турецьку жінку, яка своєю поведінкою

та манерами нагадує "німкеню". Дуже часто використовується в неформальному контексті, для опису особливостей людини, її порівняння. Аналогічно, термін "*Mehmetçik*" утворений шляхом додавання суфікса *-çik* до імені Мехмет і використовується для позначення солдата турецької армії. З граматичної точки зору, суфікс *-çik* у турецькій мові означає "невеликий розмір, невелика кількість, любов і жалість". У повідомленнях можна зустріти цікаве слово, яке за своєю семантикою відноситься до характеристики людей, а саме в негативному контексті є слово «*Hacıyatmaz*». Воно відноситься до людей, що вічно дратівливі та незадоволені. Термін утворений від імені головного героя турецького телесеріалу «*Hacıyatmaz*», що завжди бурхливо реагує на будь-які проблеми.

Основоскладання є одним з найпоширеніших методів утворення сленгових неологізмів в турецькій мові. Зазвичай складаються з двох слів. Прикладом може слугувати словосполучення, що відноситься до семантичної групи опису або ж надання характеристики людей - «*yalnız kurt*». Це поєднання слів "*yalnız*" (самотній) і "*kurt*" (вовк). Вживається для позначення людини, яка, наче вовк, вміє пристосовуватися до складних умов і самостійно вирішувати проблеми. Також існує вислів, який зустрічається в контексті опису людини, що має спільні інтереси, або ж поділяє твоє світобачення – «*Kafa dengi*». За своїми структурними особливостями відноситься до групи слів, що творяться методом основоскладання. У цьому випадку поєднання двох лексичних одиниць «*kafa*»(голова) та «*dengi*» (рівень).

Під час спілкування в неформальному контексті "*kafa dengi*" вживається в тому ж значенні, що й український вираз "на одній хвилі", спільний ментальний зв'язок і розуміння.

Aynı şekilde düşünüyorlar, kafa dengi. -вони думають однаково, вони на одній хвилі.

Зрештою, вивчення неологізмів та їхніх структурних характеристик може дати цінну інформацію про мінливу природу мов, а також про культурні та соціальні чинники, які впливають на їхній розвиток.

2.3. Афіксація як основний спосіб творення сленгових нелогізмів

Так як турецька – аглютинативна мова з широкими можливостями для афіксального словотворення, саме спосіб афіксації є найпоширенішим шляхом словотворення в турецькій мові. (Широков, 2008, с. 127)

Опрацювавши застосунки «Instagram» було виділено назви функцій, які в нашому вжитку закріпились під такими словами як :постити, лайкати, дірект, підписник і тому подібне. Більшість з цих слів були утворені додаванням певного афіксу до корення. Пізніше було залучено носіїв мови до нашого дослідження з метою виявлення синонімів англomовного походження в турецькій мові до зазначених нижче слів.

Найпродуктивнішими афіксами в сленгових нелогізмах були словотворчі афікси *-le* та *-leş*. Основна функція цього продуктивного афікса є це утворення дієслів від іменних основ. Наприклад, слово *kopyalamak*, що утворене від основи «*коруа*». Слово "*коруа*" походить від італійського слова "*copia*", яке в свою чергу тяжіє до латині. Також прикладом терміну, що був утворений таким самим методом, є слово *aşağıllama*, що має значення процесу, що закріпився під терміном «шеймінг», тобто приниження людини.

Також розглянувши інтерфейс соціальних мереж можна було побачити функцію оновлення сторінки, повідомлень і так далі. Слово «*güncelleme*» за своєю семантикою означає «ставати актуальним», але якщо ж вживати цей термін в контексті використання соціальних мереж, то турки використовують його в сенсі «оновлення». Має свій іншомовний відповідник, який також використовується молодим поколінням для опису зміни стану певного предмету «*apgreyd etmek*». За свою будовою є складеним дієсловом, що містить основну лексему «*apgreyd*» та допоміжне дієслово *etmek*. Мова про явище складених дієслів йдеться у наступному пункті.

Слово «*çetleşmek*» утворене від англійського слова *chat*, що в перекладі означає «переписуватись», «чатитись», має у своїй будові афікс взаємно-сумісного стану «*leş*», тобто про йдеться про певну взаємодію між предметами. Слово «*çetleşmek*» має свій синонім «*yazışmak*», що за своїм походженням тяжіє до турецької мови, адже має в основі слово «*yazı*»- надпис.

Як було вже сказано раніше, деякі сленгові неологізми в турецькій мові, що мають іншомовне походження, можна замінити аналогами.

Під час дослідження було не виявлено кальки з англійської. Калькування – це метод перекладу, який найчастіше застосовується під час перекладу еквівалентних понять у двох мовах або для називання поняття, яке нещодавно з'явилося в мові. Таким способом перекладається здебільшого еквівалентна лексика. Якщо говорити про розмову, то дуже часто зустрічається випадання певних літер. Наприклад, щоб сказати «любий», можуть сказати не «*sevgilim*», а «*sev*». Тобто випадають кінцеві афікси. Також, якщо це часто вживані фрази " я прийду» *gideceğim*, *gidecem*. Що стосується інтернет-простору, то можна згадати слово «фотографія», що в перекладі на турецьку- «*fotoğraf*», під час розмовної чи письмової неформальної буде вживатись як «*foto*».

Більшість сленгових неологізмів в соціальних мережах пов'язані з функціями, які доступні користувачам. Наприклад, «прямий ефір» турецькою мовою «*canlı yayın*», слово, утворене методом афіксації (- *lı*) та словоскладання, що буквально перекладається як «жива публікація». Це говорить, що дослівний переклад інколи має певну різницю з загальним терміном. Декілька десятиліть більшість запозичених слів в турецькій мають арабське походження, проте не дивно, що в просторі соціальних мереж все ж таки домінантним чинником є вплив західної культури, яка залишається домінантною в інформаційному просторі.

Окрім використання словотворчих афіксів в турецькій мові активним способом утворення нових термінів здійснюватися за допомогою присвійних та відносних ізафетів. Ізафет - це іменникове словосполучення. Ізафети можуть будуватися за принципом узгодження, прилягання, керування. У писемній формі

літературної мови ізафети, як і всі види означальних словосполучень, діє закон передування означуваного перед означуваним .

В цілому дослідники турецької мови та способів словотвору, що їй притаманні, вказують на те, що в турецькій мові також є чимало запозичень-насамперед з арабської, перської, латинської, німецької, французької та англійської мов. Проблема запозичень є однією з найактуальніших лексичних проблем турецької мови на всіх етапах її становлення та розвитку. Проблема запозичень є однією з найактуальніших проблем турецької мови на всіх етапах її становлення та розвитку.

Багатство словотворчих елементів, зазвичай латинського та грецького походження, але з англійським корінням, значною мірою задовольняє потреби турецької мови. Якщо ми говоримо про визначення, що мають у своєму складі слово, що є запозиченим, то зазвичай це одноафіксий ізафет.

Термін "ізафет", запозичений з арабської мови, використовується для позначення особливого типу словосполучення – поєднання імен, а також субстантивованих прикметників, числівників і деяких займенників.

Одним із прикладів утворення сленгових неологізмів використовуючи ізафет є слово «карта пам'яті» - *hafıza kartı* - карта пам'яті. Неологізм, що був утворений через відносний ізафет, словосполучення типу "іменник + іменник", в якому перший компонент перебуває в неоформленому родовому відмінку (без афікса), а другий набуває афікса належності третьої особи. Термін «*hedef kitle*», що в перекладі на турецьку означає «цільова аудиторія», також за своєю структурою є одноафіксий ізафетом, що складається з двох слів: «*hedef*», тобто «ціль», та «*kitle*»- «велика кількість людей» (Koçak, 2016, с.223). *İnternet ünlüsü*, що на молодіжний сленг перекладається як «блогер», має у своїй структурі усім нам відоме слово «Інтернет», що має американське походження, слово «*ünlü*», тобто відомий», та афікс третьої особи однини..

«*Web günlüğü*» також є терміном, що було утворене способом керування з двох слів, перше з яких «*web*», що має іншомовне походження і зазвичай вживається в контексті зйомок, та слово «*gün*» з продуктивним афіксом -*lük*, що приєднуючись до іменних основ утворює прикметники, тобто «денний».

Відомі також випадки утворення нових слів способом прилягання. Зазвичай за правилами турецької граматики прилягання характерне для прикладок.

Також серед слів з цим коренем англомовного походження є термін «*weblog*». Веблог, також відомий як "блог", - це значення, що застосовується вже більше двох десятиліть. Він означає тип веб-сайту або частину веб-сайту, яка регулярно містить записи з коментарями, описами подій або іншими елементами, такими як графіка або відео. Слово "блог" придумав Йорн Баргер у 1997 році, який поєднав слова "веб" і "блог", тобто журнал, для опису свого веб-сайту "Мудрість роботів".

З часом, коли Інтернет розвивався і ставав більш доступним, блоги ставали дедалі популярнішою формою самовираження як для приватних осіб, так і для бізнесу. Вони стали для людей можливістю поділитися своїми думками та ідеями з глобальною аудиторією, а для компаній - налагодити більш особистий та цікавий зв'язок з клієнтами. Чимало відомих блогерів навіть перетворили свої блоги на успішний бізнес, генеруючи дохід за рахунок реклами, спонсорської підтримки та партнерського маркетингу.

Слово «*arabirim*»(ітерфейс) має свій синонім, який є дослівним перекладом англійського слова «*interface*», - *arayüz* (ara-inter-між, yüz-face-обличчя).

Звичайно, як було раніше було зазначено, мовна кампанія в Туреччині намагається всіляко вплинути на рівень впливу іншомовної культури на свій власний етнос, тому створює подібні аналоги як «*arabirim*».

Подібний випадок з терміном «*feedback*». Термін "зворотний зв'язок" спершу був використаний у галузі електронної техніки, а точніше в контексті підсилювачів. У далекому 1920 році американський інженер-електрик Гарольд Стівен Блек придумав концепцію нелінійного зворотного зв'язку, що дозволило більш точно і стійко підсилювати сигнал. Слово " *feedback* " стало означати процес, за допомогою якого частина вихідного сигналу системи "подається назад" на вході, створюючи інформаційний контур, що допомагає керувати системою і стабілізувати її роботу. В турецькій мові це слово вживається як «*geribildirim*», що складається з двох лексем «*geri*» (назад) та «*bildirim*» (повідомлення). До речі, слово «*bildirim*» має свій відповідник «*mesaj*».

Слово " Mesaj" походить від французького слова " *message*". Його вперше було використано для технологій зв'язку, таких як телеграфний і телефонний зв'язок. Термін "повідомлення" застосовується для позначення того, що хтось надсилає повідомлення або новину іншій особі. Пізніше це поняття стало використовуватися в різних сферах і зараз вживається у значенні зворотнього зв'язку або обміну інформацією в бізнесі, технологічних компаніях та інших сферах діяльності.

1932 році за ініціативи Мустафи Кемалю Ататюрка було створено організацію, яка й зараз займається розвитком турецької мови, «Türk Dil Kurumu». Саме за її ініціативи в країні було проведено безліч реформ, що стосувались лексичного фонду країни, зокрема й ті, що стосувались запозичень з англійської, арабської, перської мов. Компанія просуває цей напрямок своєї діяльності через свій журнал і публікує щомісячні списки еквівалентів до запозичень. Аналіз використання англійських запозичень у мас-медіа свідчить про те, що все ж таки практика використання запозичень зберігається, навіть попри активну позицію Турецької мовної асоціації.

2.4. Складені дієслова

Н. Хаджиєміноглу, який використовує термін складені дієслова (*birleşik eylemler*) на позначення складних дієслів і розділяє їх на дві групи: «*isim+eylem*» (іменник + дієслово) та «*fiil+tasvirî fiil*» (дієслово + допоміжне дієслово), та Х. Едіскун (Насієміноğlu N.,2004, с.11) та Л. Карахан у своїй праці «Синтаксичний порядок слів в турецькій мові» (Türkçede söz dizimi) класифікує складні дієслова, базуючись на морфологічному принципі, зокрема в розділі «Складні дієслова, утворені за допомогою інших дієслів» (Diğer Fiillerle Kurulan Birleşik Fiiller) вона зазначає таке, що деякі дієслова функціонують як допоміжні, а саме: *olmak* (бути), *etmek* (робити), *urmak* (робити), *bulunmak* (знаходитись), *başlamak* (починати) функціонують як допоміжні дієслова.

Отже, складені дієслова-це дієслова, які мають у своєму складі як додаткові дієслова, а також оказіональні. З усіх відібраних нами слів складені слова налічували 25 відсотків, це говорить про те, що цей метод утворення нових термінів

є досить поширеним в турецькій мові. Серед сленгових неологізмів, які мають досить частотне вживання, є такі терміни як «*dahil etmek*», «*format atmak*». «*Dahil etmek*» означає "включати" або "включати" українською мовою. Слово «*dahil*» означає "включений" або "всередині", є повнозначною частиною, що приєднує до себе допоміжне дієслово. Таким чином, «*dahil etmek*» можна буквально інтерпретувати як "вносити всередину".

«*Apgreyd etmek*» за своєю семантикою є аналогічним до слова «*güncellemek*», яке ми згадували раніше, проте є витоком з іншого мовленнєвого потоку, а саме з англійської «*upgrade*», що в перекладі має значення «покращення». В даному контексті, а саме в соціальних мережах, турки використовують це складне дієслово не так часто.

Значна кількість дієслів має у своїй будові оказіональні дієслова: самостійні дієслова, які цілком можуть вживатись в мовленні, маючи конкретний переклад, але в контексті складених слів є допоміжними дієсловами.

«*Format atmak*» в перекладі означає "форматувати". Слово «*Format*» запозичене з англійської мови і застосовується в Туреччині з тим саме значенням. «*Atmak*» значить "викидати" або "відкидати", отже, "*format atmak*" можна дослівно інтерпретуватися як "викинути формат" або "відкинути формат даних".

2.5. Абревіація як спосіб комунікації в соціальних мережах

Окрім словотворення на основі національної мови, інтернаціоналізмів та запозичень, одним із шляхів поповнення термінологічного складу турецької мови є турецької мови є абревіація, яка є одним із структурних типів утворення термінології в різних наукових галузях (Медвідь та ін., 2008, с. 69). Щодо творення термінів за допомогою абревіації Д.С. Лотте стверджував, що цей спосіб часто призводить до псування і спотворення мови, а також до технічних помилок. Однак деякі дослідники підкреслюють, що скорочення відрізняються від нескорочених слів своїм емоційним навантаженням і стилістичною спрямованістю. Генрі Бредлі,

наприклад, вважає, що скороченням називається заміна цілого слова його частиною у швидкому, недбалому або жартівливому мовленні.

Окремим способом серед способів словотвору є утворення аббревіатури. Цей метод пов'язаний із законами економії мовленнєвих засобів. На розвиток аббревіації також суттєво вплинув процес розвитку та демократизації мови. Люди тяжіють до спрощення словникового складу мови.

Статус аббревіатур у номінативній системі мови є досі невизначеним (Виклюк, 2014, с.43). Проте згідно загальноприйнятим нормам аббревіація (від лат. *abbrevio* – скорочую) – це спосіб словотворення, за допомогою якого нові слова утворюються поєднанням частин кількох твірних основ; утворення похідних одним із різновидів скорочення твірних слів (Виклюк, 2014, с.11).

Джерелом аббревіатур є іменникові словосполучення, що називають предмети. Для цього вони повинні відповідати наступним характеристикам:

- 1) мати однакове значення
- 2) мати достатню частотність
- 3) бути соціально значущими та актуальними для людей, які їх використовують
- 4) функціонувати в мові, де існує потреба в економії часу та енергії для передачі інформації.

Сьогодні поширеними є ініціальні аббревіатури, особливо акроніми. Акроніми це скорочення, які на слух та за написанням нагадують звичайні одиниці даної мови. Згідно з опитуванням активних користувачів соціальних мереж, використання акронімів під час спілкування є досить поширеним явищем.

Найтиповішим прикладом акроніму під час спілкування може слугувати слово *slm* – тобто «selam»(слово арабського походження, що в перекладі означає «привіт»). Також було зазначено використання й інших скорочених форм, що мають певний відсоток вживаності : *tmm* (тобто *tamam*, що перекладається як «добре, окей»), *grşrz* (*görüşürüz*-побачимось) *tşk* (*teşekkür ederim*- дякую), *gclr* (*iyi geceler*- на

добраніч) *gnydn* (*günaydın*- добрий день). Всі ці скорочені форми слів є частиною сленгу в соціальних мережах. (Корнієнко, 2017, с.54)

Статистика показує, що більшість акронімів –це слова щоденного вжитку, які легко зрозуміти співрозмовнику: *gt* - *iyi akşamlar* (добрий вечір), *hşy* - *hoşçakal* (до побачення), *vst* - *var mısın?* (чи є ти?), *yst* - *yok muyum?* (чи немає мене?), *kpk* - *kan kardeşim* (кровний брат), *krdş* - *kardeşim* (брат), *ney* - *ne yapıyorsun?* (що робиш?).

Слово «*kpk*» має свій аналог. Термін " *kanka*" символізує вірність і близькість людей, походить від слова "*kan*" (кров), що символізує надійність і близькість стосунків, часто використовується, як і в повсякденному житті, для позначення друзів чи знайомих. Приміром, у коментарях під світлинами, публікаціями чи іншими матеріалами в соціальних мережах можна знайти слова "*merhaba kanka*", "*iyi geceler kanka*" чи "*teşekkürler kanka*".

Саме слово " *kanka*" є одним із тих слів, що набули поширення в соціальних мережах через свою простоту і зрозумілість багатьом людям. Подібні слова часто використовуються в онлайн-комунікації і стають невід'ємною частиною сучасної інтернет-культури. Як виявилось, більша частина опитуваних осіб не так часто використовує їх під час спілкування, на відміну від європейців та американців, де використання акронімів становить значну частину. Насамперед, це говорить про те, що мовна ситуація в країні є набагато краще, ніж на інших ареалах земної кулі. Також треба зазначити, що зловживання скороченнями може призвести до зниження рівня грамотності та вміння висловлювати свої думки в повній формі.

Тому, при використанні аббревіацій та скорочень, важливо дотримуватись міри та контекстуальної адекватності. Аббревіатури та скорочені форми слів мають великий потенціал для упрощення та ефективного спілкування в соціальних мережах та електронних листах. Проте вони все ж не здатні замінити повні фрази та словосполучення у будь-яких випадках, зокрема, у сфері формального та ділового спілкування.

2.6. Запозичення з англійської мови

На поточному етапі існування турецької мови, хоч і зважаючи на діяльність Асоціації тюркських мов, існує суттєвий надлишок запозичених слів, але водночас процес їх входження в мову тюрків не зменшується. Така картина сприяє появі в мові надмірної синонімії. Особливо з часів формування національних держав значний вплив на запозичення має мовна політика. У середовищах, які тривалий час піддавалися чужомовному впливу, часто проводиться політика очищення.

У мовознавстві існує багато праць, які стосуються проблеми запозичення сленгу з інших мов. Проте досі існує небагато робіт, що вивчають запозичення сленгу з англійської мови в турецьку. До найцікавіших досліджень у цій галузі можна віднести роботи Палмера, Янга та Бетслі, що досліджують різні аспекти запозичення сленгу з інших мов.

Найчастіше запозичення замінюються автентичними словами, які раніше існували, але згодом випали з активного словникового запасу. Другий спосіб - творення нових слів від оригінальних коренів словотворчих елементів. Турецьке дієслово, що в перекладі означає «завантажувати» має витoki з англійської. Про це говорить головне слово, до якого додається допоміжне, що вживається в значенні «встановлювати» або ж «збирати».

Згідно з проведеним мною аналізом, близько 45% з наведеного списку в додатку слів походять з англійської мови. Упродовж багатьох останніх років зростає кількість виразів, які перекладаються з англійської мови на турецьку, і особливо активно розповсюджуються через медіа. Неякісно перекладені кінострічки, книги, статті тощо. *'No problem'* (*Onemli degil, Sorun degil*) "Без проблем", *'Streslendim'*, *'Stres yapt'*, *'Streslerdeyim'* (*I am bored, I am overwhelmed*) "Я роздратований". *'Fri'* (*free*) (Я тусуюсь) "Вільний". Ці запозичення були або ж безпосередньо запозичені з англійської чи були адаптовані до турецької мови.

Серед прикладів, що стосуються процесів, що пов'язані з соціальними мережами, були виділені наступні: *'resetlemek'* (*reset.*, *"chatleşmek"*, *'instal etmek'*, *'upgrade etmek'*, *'hashtag'*, *'avatar'*, *'feedback'*, *'interface'*, *'laptop'*, *'link'*, та інші.

Наприклад, запозичене слово з англійської мови «*cool*» активно використовується для того, щоб підкреслити схвалювання певного явища. Турки активно використовують це слово в коментарях або ж підписуючи свої дописи. Турецькою слово "*cool*" означає щось дуже модне, класне або привабливе. Ще один яскравий тому приклад - слово "*havalı*", що походить від англійського слова "*have*" - "мати". У Туреччині це слово використовують для характеристики людей, які мають стиль і клас, тобто "крутих" людей.

Іншим прикладом неологізму зі сленгу є термін "*chill*", що перекладається як "розслаблений". Цим поняттям характеризують людей, що ставляться до свого життя з мінімальним стресом і проблемами. Інший варіант - слово "*rebel*", що має значення "бунтар" або "непокірнa людина". У контексті Туреччини це поняття використовується для опису людей, які скептично сприймають суспільство або владу і незадоволені ними.

Слово "*resetlemek*" (перезавантаження) утворене приєднанням словотворчого продуктивного афіксу *-le* до іменної основи «*reset*», що в свою чергу знову ж таки тяжіє до англійської мови. Префікс *re*, що є вагомим будівничим елементом в англійській мові, яка є флективною за своєю типологією, слугує в контексті «перероблення» (*replace*-перемістити, *rewrite*-переписати тощо). У цьому випадку «*re*»+ «*set*»= «*reset*», що з англійської –переустановлення.

Проблему інтеграції запозичень до лексикона етносу Туреччини займалась величезна кількість турецьких лінгвістів, які досліджували у своїх працях причини, наслідки такого мовного явища «*code-switching*», або ж «**підміна лексичних одиниць**», що розглядає процес використання іншомовних слів замість локальних в розмовній мові. Деякі з них це Ілкер Гюлтен (Gross, 2006, с. 110). Його думки з цього приводу базуються на наступних тезах:

Він вважає, що слова з інших мов можуть збагатити турецьку лексику і покращити комунікацію між людьми, які розмовляють іноземними мовами. Проте

Гюльтен рекомендує враховувати особливості турецької мови та її граматики при введенні нових слів. Він пропонує створити особливі комітети з носіїв мови, які б займалися оцінкою нових іншомовних слів і визначили їхню прийнятність для вживання в турецькому лексиконі. Це могло б сприяти стабільності турецької мови та її національній ідентичності. Гюльтен переконаний, що питання вживання іншомовних слів у турецькій мові має контролюватися законом і мовною політикою, щоб гарантувати збереження і розвиток турецької мови як національного надбання.

Переключення мови - це мовне явище, при якому спікер чергує дві або більше мов чи їхніх різновидів у межах однієї бесіди чи дискурсу. У турецькій мові під перемиканням мови мається на увазі використання англійських слів, висловів або граматичних структур у турецькому реченні або розмові.

Підміна слів може статися з різних причин, зокрема через рівень знання мовцем обох мов, контекст розмови, особистість мовця та соціальну динаміку взаємодії. Приміром, переключення мовлення використовується для того, щоб акцентувати увагу на певній точці або для вираження певної особистості чи соціального статусу.

Çok busy'ydim, maalesef telefonunu arayamadım.-Я був дуже зайнятий, на жаль, зміг зателефонувати. *Busy* - це слово, запозичене з англійської мови і включене в турецьку мову. Це прикметник, який описує людину або місце, зайняте багатьма завданнями або видами діяльності. Слово зберегло своє первісне значення і вживання в турецькій мові.

Bir selfie çekelim mi? – сфотографуймося-но? Термін «selfie» є новотвором, яке з'явилося в останні роки. Походить від комбінації слів "*self*" та "*ie*", де "*self*" стосується особи, яка фотографує, а "*ie*" - це суфікс, який використовується для позначення зменшеної версії чогось. Цим словом у турецькій мові позначають фотографію автопортрета, зняту смартфоном або цифровими фотоапаратами.

Şu yeni track'ini dinledin mi? Çok catchy bir şarkı.- Ви чули його новий трек? Це дуже запальна пісня. *Track* - це ще одне запозичення з англійської мови, що було прийняте в турецькій мові. У контексті музики це слово вживається також у турецькій мові для позначення окремої пісні або запису. *Catchy* описує те, що легко

сприймається, запам'ятовується або привертає увагу. Запозичений з англійської мови, в турецькій мові використовується для опису фрази, слогану, які легко запам'ятовуються.

Yarın onlarla bir meet-up yapacağız, sen de gelir misin? –ми завтра з ними зустрінемося, ти прийдеш? *Meet-up* - це ще один запозичення, яке потрапило в турецьку мову останніми роками. Він сформований шляхом сполучення слів "meet" і "up", де "meet" стосується акту зустрічі, а "up" вживається як прислівник, що позначає збільшення інтенсивності або завершеності. Це слово використовується для опису планової зустрічі або соціального події, де люди сходяться разом, щоб спілкуватись або мати спільні справи.

На просторах інтернету також можна зустріти англіцизми, що пов'язані тією чи іншою мірою з професіями, що виникли в результаті масштабування соціальних мереж вже не як платформ для спілкування, але вже й для бізнесу. У мовленні сучасної молоді можна почути поняття «інфлюенсер», «блогер», «стрімер», «контент», «хайп». Перші три слова за своєю семантикою належать до групи професій або характеристик людей за їх діяльністю. В турецькій мові ці поняття також закріпились й активно використовуються.

«Інфлюенсером» можна назвати особу, що активно просуває певну думку, ідею або ж матеріальні речі в соціум. Походить від англійського слова «influence»(вплив). Цей інтернаціональний термін не має свого аналогу в турецькій мові і вживається в його первинному вигляді.

Bu yılın en popüler influencer'larından biri haline geldi. -Він став одним з найпопулярніших інфлюенсерів цього року.

Інший приклад утворений методом приєднання словотворчого афіксу *ci*, який виконує функцію творення професій. Цим варіантом є слово «*blogci*», тобто блогер. Має свій синонім «*blog yazarı*», словосполучення, що за своєю будовою є одноафіксним ізафетом і складається від англійського слова «*blog*» (блог) та турецького-«*yazar*» (письменник).

Цікавим також є слово «контент», тобто наповнення сторінки, включаючи дописи, підписи під фотографіями, актуальні історії. Воно має аналог-«içerik», що також перекладається запропонованому запозиченню. Наведемо приклад речення:

Sayfasını içerikle doldurmuş.- Він наповнив свою сторінку контентом.

Взагалі існує безліч слів іноземного походження, які активно зустрічаються на платформах інтернет-ресурсів. Безліч з них так і увійшла до лексичного фонду країни без змін, але Туреччина намагається працювати над проблемою власної ідентичності на мовленнєвому рівні, про це говорить кількість відповідників з турецької мови для англіцизмів.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 2

На підставі результатів проведеного нами дослідження можемо зробити висновок, що в соціальних мережах, зокрема в Instagram та Facebook, сленгові неологізми є широко вживаними і є невід'ємною складовою інтернет-культури.

Структурні особливості неологізмів, такі як запозичення з англійської мови, аббревіації, складні дієслова та афіксація, сприяють утворенню нових слів і термінів. Особливою популярністю в соціальних мережах користуються аббревіатури, оскільки вони заощаджують час і місце при створенні текстів.

В контексті вживання запозичень з англійської мови є поширеним явищем в турецькій мові і часто використовується для творення нових слів і термінів. Однак варто зазначити, що політика країни Туреччини зацікавлена в тому, що таке мовленнєве явище як "code-switching" або "перемикання мов" є досить неприйнятним, тому їхні дії сфокусовані на тому, щоб створювати певні мовленнєві аналоги запозиченням з інших мов.

Ми також виявили, що основним способом творення сленгових неологізмів є афіксація, що передбачає додавання будівельного елемента, тобто афіксу, до твірної основи слова. Такий спосіб утворення слів сприяє виникненню новотворів і поповненню словникового запасу мови.

Абревіатура як спосіб комунікації дає можливість урізноманітнити фон спілкування, а також висловити всі думки й ідеї за досить короткий час.

З огляду на вивчені нами особливості формування сленгових неологізмів у соціальних мережах, можемо стверджувати, що система мови перебуває у динамічному розвитку та трансформації. Виникнення різних концепцій, понять і засобів призводить до певної лексичної еволюції, що розширює мовну систему.

Всі зазначені фрагменти роботи свідчать про те, що творення сленгових неологізмів є досить специфічним і багатовимірним процесом, який залежить від різних чинників.

ВИСНОВКИ

1. Проведене дослідження загальнотеоретичних аспектів сучасної мови дозволяє нам чітко розмежовувати три поняття , які стали ключовими в нашій роботі. Ми дізнались , що сленг-це мова, що характерна окремій соціальній ланці, яка розмежовується за інтересами, зайнятістю , ситуативністю. У свою чергу поняття неологізму передбачає собою лексичні одиниці , що виникають в мовленнєвому фонді людини в результаті процесу всесвітнього розвитку. Тоді як сленгові неологізми- це термін, що характеризує слова, що значний час були частиною сленгізмів, мають певне емоційне забарвлення. У результаті вони набувають широкого використання і стають в ряд з неологізмами , тому й називаються сленговими неологізмами.
2. За своєю семантикою нам вдалось виокремити декілька груп слів, об'єднаних однаковим емоційним забарвленням та спрямуванням. Велика кількість із них застосовується для опису емоцій та реакцій людини на те, чи інше явище.З'ясували , що значний відсоток сленгових неологізмів , які активно використовуються відвідувачами соціальних мереж , стосуються технічного або функціонального спрямування.
3. Дослідили структурні особливості сленгових неологізмів на основі найуживаніших лексичних одиниць , що зустрічались у публікаціях , твітах , мемах. І згідно з результати, можемо сказати , що більша частина слів у своїй будові мала продуктивні афікси. Із цього можемо зробити висновок, що афіксація є основним способом утворення нових слів.
4. Також зіштовхнулись з таким явищем як дослівний переклад слів іноземного походження турецькою для формування певного терміну. Це чітко спостерігається на словах 'feedback' 'interface'.
5. Було проаналізовано вплив запозичень на мовленнєвий фонд турецької мови й прийшли до висновку, що турки активно працюють над власною ідентичністю, постійно поновлюючи словник власними неологізмами. Беручи до уваги здійснене опитування серед 15 носіїв мови , турки активно використовують більше новостворені турецькі аналоги, ніж англонізми , хоча їх присутність не

заперечується. Згідно з нашими статичними даними , лише 16 відсотків слів становили запозичення з англійської мови.

6. Також на основі відповідей учасників анкетування , дізнались , що однією з найуживаніших форм сленгу під час листування є аббревіація. Серед найчастіше вживаних фраз є буттєві , які використовуються переважно для привітання , а також типових запитань.

Отже, в даній роботі було проаналізовано структурні та семантичні особливості утворення сленгових неологізмів у соціальних мережах. Проведене дослідження допоможе зрозуміти дану лексику та буде корисним в процесі перекладу текстів, що містять лексичні одиниці такого характеру.

ÖZET

Makale, argo neolojizmleri dilbilimsel bir olgu olarak incelemeyi amaçlamaktadır. İnternet argosunun oluşum sürecinde, sosyal ağ katılımcıları tarafından kullanılan argo neolojizmler de dahil olmak üzere birçok yeni oluşum ortaya çıkmaktadır. Modern argonun incelenmesi, dilin dinamiklerinin anlaşılması için elzemdir.

Bu makale, argo ve neolojizmlerin genel teorik yönlerini tartışmakta, "argo neolojizm" kavramının anlamı hakkında genel bir sonuç çıkarmakta ve bu konudaki teorik ve pratik materyali gözden geçirmekte ve sistematik hale getirmektedir. Ayrıca anadili İngilizce olan kişilerle bir anket yapılmış, argonun anlamsal grupları belirlenmiş ve bu çalışmayla ilgili dilbilimsel olgular analiz edilmiştir.

Neolojizm ve argonun farklı yönleri ayrı olgular olarak kabul edilse de, çalışmamız bunların birbirleriyle olan bağlantılarını ve etkileşimlerini vurgulamaktadır. Argo neolojizmleri konusunun açık kaldığını ve argonun dil süreçlerindeki işleyişiyle ilgili başka birçok yön olduğunu gösteren bilimsel kaynakları analiz ettik.

Çalışma sonucunda, Türkiye'nin kendi kelime hazinesi temelinde yeni kelimelerin oluşumuna doğrudan dahil olduğunu ve genç nesil arasında yaygın olarak kullanılan, halihazırda oluşmuş ve normalleşmiş Anglicism'lere karşılık bulmaya çalıştığını tespit ettik.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ахмедова, Е. Р. (2020). *Євроінтеграційні процеси в Турецькій Республіці: історико-правове дослідження*. eKhNUIR – Електронний архів Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/15890>
2. Виклюк, І. В. (2014). Теоретичні засади вивчення абрєвіації (на матеріалі турецької мови). *Сходознавство*, (65/66), 43–54.
3. Гурко, О. В. (2012). Англійські запозичення в мові мас-медіа. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки*, (22 (247)), 39–47.
4. Дзюбіна, О. І. (2016). *Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook (на матеріалі англійської мови)* [For the degree of Candidate of Philological Sciences, Львівський національний університет імені Івана Франка]. https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/dis_dzyubina.pdf
5. Друзь, М. С. (2022). Англійська мова як мова міжнародної комунікації. *У МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНОГО ДІАЛОГУ: СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ*. Ч 2. Liha-Pres. <https://doi.org/10.36059/978-966-397-280-0-14>
6. Корнієнко, І. В. (2017). *Абрєвіація у сучасній турецькій мові: дериваційний та лінгвопрагматичний аспекти* [Неопубл. автореф. дис. канд. філол. наук]. М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка.
7. Корнієць, К. А. (2017, 6 листопада). [ІНШОМОВНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В ЛЕКСИЧНІЙ СИСТЕМІ СУЧАСНОЇ ТУРЕЦЬКОЇ МОВИ]. Серія «Філологічна», Наукові записки Національного університету «Острозькаакадемія». <https://core.ac.uk/reader/187726620>
8. Медвідь, О. М., Медведь, Е. Н., Medvid, O. M., & Лор, Т. (2008). *Абрєвіація як мовне явище* [Thesis, Видавництво СумДУ]. eSSUIR – Electronic Sumy State University Institutional Repository. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/14612>

9. Стрига, Е. В. (2014). Комп'ютерний сленг у сучасній англійській мові: Походження та функціонування. *Записки з романо-германської філології*, (Вип. 1 (32)), 186–191.
10. Фісенко, Т. В. (2012). Комунікативні характеристики соціальних інтернет-мереж. *Наукові записки Інституту журналістики*, 47(квітень - червень), 73–76.
11. Широков, К. В. (2008). Формалізований підхід до опису словозмінних процесів у турецькій лексичній системі. *Мовознавство*, (4/5), 126–133.
12. Hulki, A. (б. д.). *Turkish Slang Dictionary*. Milet Publishing Limited.
13. KOÇAK, S. (2016). The importance of social media messages in public relations techniques. *The turkish online journal of design, Art And Communication*, 6(2), 220–229. <https://doi.org/10.7456/10602100/015>
14. Öndoğan, E. (1986). *İngilizce-Türkçe argo sözlüğü*. İnkılâp Kitabevi.
15. Yalım, O. (1998). *Türkçe'de yakın ve karşıt anlamlılar sözlüğü*. İmge Kitabevi.
16. Voloshchuk, I., & Nalyvaiko, V. (2020). LEXICAL-SEMANTIC AND STRUCTURAL FEATURES OF NEOLOGISM FORMATION IN MEDIA TEXTS. *Young Scientist*, 11(87). <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-11-87-88>
17. Gross, S. (2006). Code Switching. *Encyclopedia of Language & Linguistics* (с. 508–511). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/b0-08-044854-2/00403-x>
18. Hacıeminoğlu, N. (2004). *Edebiyat tahlilleri*. Türk Edebiyatı Vakfı.

ДОДАТКИ

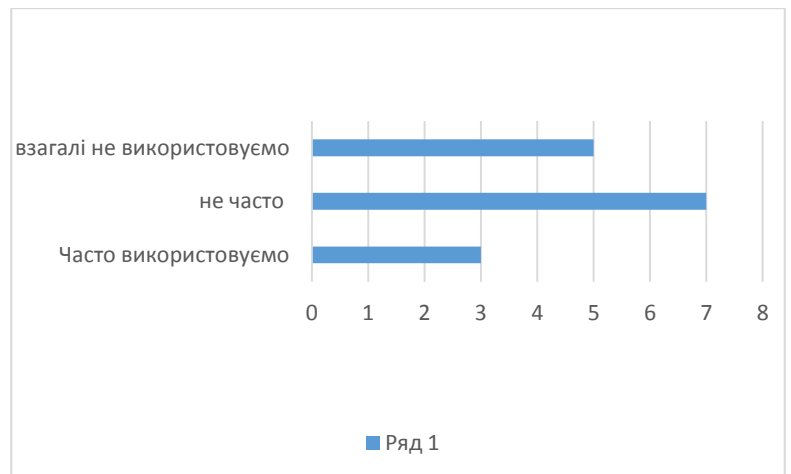
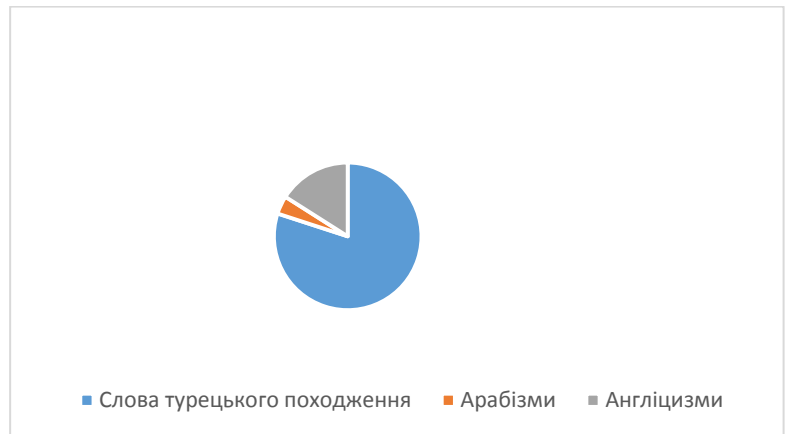
Додаток 1. Словник використаних термінів

Слово	Переклад
Yüklenmek	Завантажуватися
Hitaplar	Привітання
Avatar	Аватар
Arayüz	Інтерфейс
Hashtag	Хештег
Hedef kitlesi	Цільова аудиторія
Hesap açmak	Створити обліковий запис
Hikaye paylaşmak	Поділитися історією
İçerik	Контент
Üye olmak	Стати членом
Yedek nüsha	Резервна копія
Yorum	Коментар
Yüklemek	Завантажувати
Canlı yayın	Пряма трансляція
Çıktı	Вихід
Dahil etmek	Включати
Durum	Статус
Etiket	Тег
Emoji	Емодзі
Format atmak	Форматувати
Gönderen	Відправник

Hafıza kartı	Карта пам'яті
Haker	Хакер
Hesap	Обліковий запис
İçerik üretmek	Створювати контент
İndirmek	Завантажувати
Kapsam	Обсяг
Laptop	Ноутбук
Link	Посилання
Yazışma	Листування
Yazışmak	Переписуватися
Resetlemek	Скидати
Kopyalamak	Копіювати
Instol etmek	Встановлювати
Apgreyd etmek	Оновлювати
Güncellemek	Оновлювати
Mizah	Іронія
Direkt	Дірект
Sosyalleşmek	Соціалізуватися
Geribildirim	Зворотній зв'язок
Web günlüğü	Веб-журнал
Düzenleme	Редагування
Hashtag	Хештег
Avatar	Аватар
Interface (Arayüz)	Інтерфейс

Feedback (Geribildirim)	Зворотній зв'язок
Laptop	Ноутбук
Link	Посилання
Hacker (Haker)	Хакер
Emoji	Емодзі
Direct (Direkt)	Прямий
Irony (Mizah)	Іронія

Додаток 2. Таблиця 1. Аналіз походження слів на базі вище



Додаток 3. Таблиця 2. Як часто використовують сленгові