

**Альошина Катерина Олександрівна**

Київський національний університет технологій та дизайну (м. Київ)

**Наукова керівниця – ст. викл. Лебедєва С. Л.**

## **ІНШОМОВНІ ІННОВАЦІЇ В СУЧАСНОМУ ВОКАБУЛЯРІ ДИДЖИТАЛ-ДИЗАЙНУ**

Сучасні динаміки глобалізованого світу впливають на мову як засіб міжкультурної комунікації. Активний розвиток науки, технологій і мистецтва, а також комп'ютерно-опосередкована мовленнєва практика сприяють поповненню мови новими словами. Такі слова або приходять на місце тих, що вже існують, повністю витісняючи їх з ужитку, або утворюють синонімічні ряди, що відображають актуальні стильові комунікаційні тенденції. Такий процес з одного боку є закономірним явищем, що збагачує вокабуляр, з іншого боку, може руйнувати мовні надбання минулих періодів.

Вищезначена проблематика видається особливо актуальною, якщо звернути увагу на молодіжний лексикон, коли невиправдане використання неологізмів, особливо в частині запозичень, робить мову засміченою та незрозумілою. Деякі слова використовуються перебільшено, стають модними, наприклад, «коворкінг» або «ком'юніті».

У багатьох сферах, до яких належить і диджитал дизайн, велика кількість неологізмів у вигляді іншомовних слів не є винятковим явищем. Неологізми-запозичення, що прийшли в результаті міжмовного спілкування, є його незмінною складовою.

В енциклопедії української мови В. М. Русанівський і О. О. Тараненко визначають неологізм як нове слово або вислів, які виникли і вживаються на певному етапі розвитку мови, в певному акті мовлення або в конкретних стилістичних чи індивідуально-авторських умовах. (Русанівський, 2004, с. 408).

Загальні інновації-запозичення утворюють суттєву частину мовних новоутворень. Екстралінгвальні чинники мають істотне значення для освоєння й адаптації запозичених слів. (Лебедева, 2022, 208)

Основним джерелом поповнення лексичної системи сучасної української мови є англійська. (Стишов, 2017, 68). Диджитал-дизайн, молода галузь знання, що швидко розвивається і тісно пов'язана з міжнародним співробітництвом, ввібрала і продовжує приймати велику кількість нових запозичених слів. Наведемо приклади деяких слів і виразів, які знаходять широке застосування у сфері диджитал-дизайну та використовуються в інтернаціональній професійній комунікації. Такі слова і вирази як «*мок-ап*» (або «*мокап*»), (англ. *mock-up*) – макет, «*грікінг*», (англ. *greeking*) – імітування тексту на макеті, «*кернінг*», (англ. *kerning*) – зменшення пропусків між буквами, «*моушн-дизайн*», (англ. *motion design*) – рух об'єктів графіки, «*фідбек*», (англ. *feedback*) – зворотний зв'язок, «*фіча*», (англ. *feature*) – характерна риса, «*дизайн-бриф*», (англ. *design brief*), - ключовий елемент в дизайні, «*стейкхолдер*», (англ. *stakeholder*) – зацікавлена особа, «*скоуп*», (англ. *scope*) – весь об'єм роботи для становлення продукту, «*референс*», (англ. *reference*) – посилання або джерело натхнення, «*мудборд*», (англ. *moodboard*) – добірка матеріалу для майбутнього дизайну, «*юзабіліті*», (англ. *usability*) – комфорт користування продуктом є невіддільною частиною вокабуляру сучасної диджитал-спільноти. Найпоширенішими способами адаптації запозичених нових слів є спосіб транскрипції, коли передається звукова форма слова мови оригіналу, або транслітерації, коли приймається спосіб написання іншомовного першоджерела. Деякі слова можуть мати два варіанти звучання в українській мові. Наприклад, *дигіталізація* –транслітерований іменник і *диджиталізація* – неологізм, адаптований транскрипційно.

У лексиці графічного дизайну існує значна кількість запозичених слів, що стали загальноживаними, і які колись вважалися неологізмами. Такі

слова, як *стиль, прототип, акцент, формат, градієнт* тощо, не потребують пояснення або перекладу, хоча раніше входили в категорію запозичених неологізмів.

Також до цієї категорії належать такі запозичення, що вживаються поряд з українськими еквівалентами, проте вважаються більш професійними, наприклад, *едитор (редактор), ілюстрація (зображення), ком'юніті (спільнота), скетч (ескіз), патерн (орнамент або візерунок)*.

Інформаційно-комунікаційні технології вплинули на сучасний спосіб життя, можливість дистанційної роботи, розширення можливостей співпраці з закордонними компаніями, сприяли уніфікації спілкування для більшої ефективності та економії часу. Сучасні неологізми-запозичення активно використовуються в мовленні. З часом і як результат широкого вживання деякі з них переходять до лексики загального вжитку. Однак, видається ключовою проблематика збереження унікальності рідної мови як культурної спадщини та носія національної пам'яті.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Лебедева, С.Л. (2022). Соціолінгвістичні особливості проникнення слів латинського походження в українську, англійську та італійську мови. *Закарпатські філологічні студії*, 1 (21), 206–211. DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.21.1.38>
2. Стишов, О.А. (2017). Нові іншомовні слова в українськомовних ЗМІ початку ХХІ ст. *Studia philologica*. 2 (9), 66–75.
3. В. М. Русанівський, О. О. Тараненко. (2004). *Українська мова*. «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана.