

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ




StrikePlagiarism.com
ORIGINALITY IS A VALUE

AD ORBEM PER LINGUAS ДО СВІТУ ЧЕРЕЗ МОВИ

ЛЮДИНА І ЦИФРОВЕ СУСПІЛЬСТВО:
КОГНІЦІЯ – МОВА – ОСВІТА – ДИСКУРС

**Матеріали Міжнародної
науково-практичної конференції**

**15–16 травня
2025 року**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

AD ORBEM PER LINGUAS ДО СВІТУ ЧЕРЕЗ МОВИ

**Матеріали Міжнародної
науково-практичної
конференції**

**ЛЮДИНА І ЦИФРОВЕ СУСПІЛЬСТВО:
КОГНІЦІЯ – МОВА – ОСВІТА – ДИСКУРС**

15–16 травня 2025 року

Частина 2

Київ
Видавничий центр КНЛУ
2025

"Ad orbem per linguas. До світу через мови". Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Людина і цифрове суспільство: когніція – мова – освіта – дискурс", 15–16 травня 2025 року. Частина 2. Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2025. 732 с.

Матеріали конференції присвячено дослідженню актуальних проблем сучасного мовознавства, літературознавства, методики мовної освіти, а також педагогічних, психологічних, культурологічних та історичних аспектів розвитку освіти.

**Друкуються за рішенням вченої ради
Київського національного лінгвістичного університету
(Протокол № 16 від 28 квітня 2025 року)**

Матеріали друкуються в авторській редакції. За достовірність фактів, статистичних даних та іншої інформації відповідальність несуть автори. Усі матеріали перевірено на унікальність із використанням інформаційної онлайн-системи «StrikPlagiarism».

МОВОЗНАВСТВО. ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО. ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО. ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ

СТРАТЕГІЇ ТА ВИКЛИКИ ПЕРЕКЛАДУ ІТАЛІЙСЬКОГО ЖАРГОНУ, АРГО ТА СУРЖИКУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Андрійчук Д. Є.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Філоненко Н. Г.**

Доктор філологічних наук, професор,

Київський національний лінгвістичний університет

Дослідження перекладу італійського жаргону, аргю та суржику на українську мову стикається з низкою викликів, пов'язаних із різницею у мовних системах, соціокультурними особливостями та відсутністю точних еквівалентів. Переклад жаргону та аргю є складним процесом, оскільки ці лексичні одиниці, що мають виразну соціальну та культурну забарвленість, не завжди мають прямі відповідники в іншій мові. Це створює потребу в застосуванні різноманітних перекладацьких стратегій.

Термін “жаргон” має широке трактування, що включає різні соціальні, професійні та вікові групи. Жаргон, як правило, використовують молодіжні групи, певні професії, підлітки, а також представники певних субкультур. Вітчизняні та іноземні дослідники, зокрема М. Бейкер (2018) та Н. В. Юрчук (2016), відзначають, що жаргон є важливим елементом мовної картини світу, що надає тексту експресивності та автентичності. Наприклад, в італійській мові можна зустріти вирази на кшталт *figo* (крутий), *tizio* (чувак), *spaccare* (крутити, бути класним), які в українському перекладі можуть мати різні варіанти: *класно*, *парубок*, *тягнути*, залежно від контексту.

Італійський жаргон має кілька джерел походження: молодіжний сленг, професійні та соціальні групи, а також вплив діалектів. Такі вирази, як *bašta!* (досить!), *cazzo* (чорт), *che figata!* (як круто!), часто з'являються в повсякденному спілкуванні, а також у творах літератури та кінематографу, надаючи особливого колориту та реалістичності. Аргю, своєю чергою, формується як закрита мовна система певних спільнот, зокрема злочинного середовища, що поступово проникає в літературні та кінематографічні тексти. Італійське аргю містить такі слова, як *camorra* (мафія), *pizzo* (дань), *spacciatore* (наркотогравець), які можуть не мати точних відповідників в українській мові, і їх переклад потребує особливої уваги.

На думку Ю. Еко (2003), проблема перекладу жаргону полягає у відсутності точних відповідників у мові перекладу. Це змушує перекладачів використовувати різні стратегії, такі як транскрипція, калькування, адаптація та компенсація. Транскрипція передбачає передачу звучання оригіналу, як у випадку з італійським *pizza* (піца), що в українській мові не потребує змін. Калькування полягає в перекладі фрази дослівно, наприклад, *fare una figura*, що можна передати як *робити вигляд*. Адаптація дозволяє зберігати атмосферу та стиль оригіналу, підбираючи відповідні терміни українською, наприклад, італійський *banco di prova* можна перевести як *тест на витривалість*, щоб зберегти значення, але адаптувати до культурних реалій. Згідно з дослідженнями І. О. Колеснікової (2020), адаптація є найбільш прийнятною стратегією для збереження колориту оригінального тексту.

Окремим викликом є можливість використання українського суржика як способу передачі італійського жаргону. Дослідження В. О. Чеховського (1997) вказує, що суржик може виконувати функцію стилістичної заміни, але його використання потребує обережності, щоб не спотворити зміст тексту. Наприклад, італійське слово *fregare* (обманювати) можна передати через український суржик *кинути*, однак це вимагає контекстуального уточнення, оскільки таке слово може виглядати недоречно в більш формальних або нейтральних текстах.

Практичний аналіз перекладів італійських текстів на українську, проведений на основі праць Л. Венуті (1995) та А. Честермана (1997), підтверджує важливість гнучкого підходу до перекладу неофіційної лексики. Вибір стратегії залежить від контексту, цільової аудиторії та жанрових особливостей тексту. Так, у перекладі сучасної літератури застосовують більш вільні стратегії, тоді як у наукових або технічних текстах може бути використано більше калькування та транскрипції для збереження точності.

ЛІТЕРАТУРА

- Бейкер, М. (2018). *Переклад жаргону та аргю: теорія та практика*. Routledge.
- Венуті, Л. (1995). *Інтерпретація як переклад*. Routledge.
- Еко, У. (2003). *Переклад: теорія та практика*. Bompiani.
- Колеснікова, І. О. (2020). *Адаптація жаргонізмів в перекладі*. Видавництво Література.
- Честерман, А. (1997). *Переклад та культурні аспекти*. Oxford University Press.
- Чеховський, В. О. (1997). *Мовні засоби в перекладі: суржик та аргю*. Фоліо.
- Юрчук, Н. В. (2016). *Соціолінгвістика: жаргон та аргю*. Наукова думка.

ЛІНГВОГІГІЕНА ЯК ЧИННИК МОВНОЇ КУЛЬТУРИ: ВПЛИВ НА СУЧАСНЕ МОВЛЕННЯ ТА КОМУНІКАЦІЮ

Ахтирська С. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Баган М. П.

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Лінгвогігієна – важливий елемент культури мовлення, який впливає на якість стосунків в суспільстві. Вона передбачає дотримання мовних норм, свідоме використання мови та відповідальність за неї в різних ситуаціях. У сучасному світі, де порозуміння слугує основою соціальної взаємодії, мовна гігієна особливо важлива, оскільки сприяє ефективній та етичній комунікації.

Мовна гігієна безпосередньо залежить від рівня мовної культури громадян. Що вищий рівень мовної культури людини, то вищий її творчий потенціал, професійний рівень. Низький рівень мовної культури навпаки є ознакою обмеженості, невміння повноцінно висловлювати власні думки й сприймати чужі. Людина з низьким рівнем мовної культури зазнає комунікативних невдач, має менше ресурсів для вирішення професійних й організаційних проблем.

Лінгвогігієна забезпечує ясність і точність комунікації. Дотримання граматичних, лексичних, стилістичних та інших норм дає змогу уникати двозначностей, досягати взаєморозуміння та комунікативних цілей. У діловій комунікації порушення мовних норм може призвести до непорозумінь або навіть втрати довіри (наприклад: неточне формулювання умов договору, двозначні висловлювання в офіційному листуванні, використання невідповідного тону спілкування, лексики або надмірної емоційності в переговорах). Тому лінгвогігієна – важливий інструмент для формування професійного іміджу як окремої особистості, так і організації загалом. У суспільстві, яке все більше покладається на цифрові засоби комунікації, лінгвогігієна також слугує бар'єром проти поширення мови ненависті, пліток і дезінформації. Наприклад, контроль за вживанням некоректних, зневажливих висловлювань та слів-”слорів” (расистських, релігійних, етнічно, гендерно зневажливих та ін.), свідоме уникнення пропагандистських і неточних формулювань. Усвідомлене ставлення до свого мовлення допомагає уникати конфліктів і підтримувати гармонійні стосунки між людьми.

Питання дотримання лінгвогігієни особливо актуальне в молодіжному середовищі, де мова часто слугує засобом самовираження. Для епатажу сучасна молодь активно використовує сленг, англізми, а дехто – навіть обценну лексику. У закладах освіти важливо не лише вивчати правила мови, але й формувати в молоді відповідальне ставлення до власного мовлення: пояснювати, що англізми ускладнюють комунікацію, роблять її плутаною,

складною для сприйняття, лайка шкодить іміджу, збіднює вираження думок і намірів. Учні варто залучати до обговорення актуальних проблем, аналізу реальних прикладів з медіа або соціальних мереж, щоб вони усвідомили важливість дотримання культури мовлення.

Чистота мовлення впливає не лише на ефективність соціальної взаємодії, а й на психічні відчуття індивіда, гармонійність його світосприйняття, конструктивність емоцій та мислення. Недарма поняття лінгвогієни транспонують у ширше поняття психолінгвогієни. М. Баган, М. Навальна й А. Істоміна (2022) вважають його “соціально важливим способом психологічно-комунікативної поведінки, що ґрунтується на усвідомленому дбайливому доборі прагматично вигідних й психологічно комфортних мовних засобів, необхідних для гармонійного міжособистісного спілкування” (с. 11).

Цифрове середовище, у якому сьогодні відбувається частина комунікації, дещо ускладнює дотримання культури мовлення. Швидкість обміну інформацією, характерна для соціальних мереж і месенджерів, часто призводить до нехтування правилами граматики, орфографії та пунктуації. Однак ці платформи також можуть стати інструментом для популяризації лінгвогієни. Освітні блоги, інтерактивні платформи та мовні ігри допомагають к мовну культуру серед молоді, що сприяє формуванню відповідального ставлення до слова.

Дотримання лінгвогієни відіграє важливу роль у міжкультурному спілкуванні. У глобалізованому світі, де представники різних культур взаємодіють через мову, чистота мовлення допомагає уникати непорозумінь, створює сприятливий фон для діалогу та розвитку толерантності. Використання зрозумілих і коректних мовних засобів слугує запорукою ефективної міжнародної комунікації як у професійній, так і в особистій сферах.

Отже, лінгвогієна є ключовим чинником якісної комунікації, адже вона сприяє точності, зрозумілості та етичності спілкування, водночас забезпечуючи гармонійність соціальних взаємин. У сучасних умовах її формування потребує активного впровадження в освітній процес і розроблення нових підходів до виховання мовної культури, особливо в цифровому середовищі. Лише за таких обставин мовлення стане не лише засобом обміну інформацією, а й інструментом культурного розвитку й відповідальної соціальної взаємодії.

ЛІТЕРАТУРА

Баган М., Навальна М. & Істоміна А. (2022). Індивідуальні вербальні коди спонтанної емоційної психорегуляції сучасної української молоді. *Psycholinguistics*, 31(2), 6–32.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТА ТРАНСЛІТЕРАЦІЇ АНГЛІЙСЬКИХ ВЛАСНИХ НАЗВ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

Барбул А. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Анохіна Т. О.**

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Переклад і транслітерація англійських власних назв на українську мову залишаються важливою темою сучасних лінгвістичних досліджень. Власні назви (**об'єкт дослідження**) мають фонетичне, орфографічне та культурне значення, що є важливим у перекладі на українську мову (**предмет дослідження**).

Метою цього дослідження є аналіз основних методів перекладу власних назв, виявлення труднощів цього процесу та оцінка стандартизації норм транслітерації в Україні. У дослідженні застосовуються сучасні якісні та кількісні методи, що гарантує **актуальність** розвідки. Якісний підхід включає теоретичний аналіз принципів перекладу та транслітерації на основі праць П. Ньюмарка (1988), Т. Германса (2007) і В. Карабана (2022). Кількісний аналіз охоплює приклади з українських перекладів англійських літературних творів, наукових публікацій та офіційних правил транслітерації, ухвалених Кабінетом Міністрів України.

Власні назви становлять одну з найбільших проблем у перекладі через їхнє подвійне значення – вони функціонують як мовні одиниці та як культурні маркери (Hermans, 2007). П. Ньюмарк (1988) наголошував, що власні назви слід зберігати в оригінальній формі, якщо їхня адаптація не є необхідною з фонетичних або культурних причин. Однак в українській перекладацькій практиці використовується поєднання стратегій, що призводить до нестабільності норм транслітерації.

Основні методи перекладу англійських власних назв українською включають транслітерацію, транскрипцію, калькування та поєднання різних методів знаходження перекладацьких відповідників. Транслітерація передбачає безпосереднє фонетичне відтворення за допомогою українського алфавіту, наприклад, англ. *Shakespeare* – укр. *Шекспір*. Транскрипція адаптує назви на основі їхньої вимови, а не написання, наприклад, англ. *Washington* – укр. *Вашингтон*. Калькування, або дослівний переклад компонентів назви, спостерігається у випадку англ. *Greenwich* – укр. *Грінвіч*. Відповідники створюються за допомогою різних методів: графічної подібності (транслітерація, транскрипція), етимологічної відповідності (метод транспозиції), морфологічної подібності, історичної традиції, калькування (Bobro & Prysiashniuk, 2021, с. 71).

У процесі адаптації англійських власних назв українською мовою виникає низка проблем. Основною є фонетична та орфографічна відмінність

між мовами, оскільки деякі англійські фонемі не мають прямих українських еквівалентів, що спричиняє розбіжності в написанні. Також важливу роль відіграють культурні аспекти, оскільки деякі власні назви несуть історичне або символічне значення, що вимагає адаптації, яка виходить за межі суто фонетичного відтворення. Ще одним викликом є стандартизація, адже офіційні норми транслітерації, встановлені Кабінетом Міністрів України, часто відрізняються від загальноприйнятих форм у медіа та літературі (Карабан, 2022).

Дослідження перекладів художніх та академічних текстів ілюструють наявність перекладацьких трансформацій, які іноді поєднуються. Наприклад, у перекладі твору Роальда Дала “Чарлі і шоколадна фабрика” назву “**Willy Wonka’s Chocolate Factory**” було передано як “Шоколадна фабрика **Віллі Вонки**”, де застосовано дві трансформації: транслітерацію та перестановку – пермутацію (Дал, 2005).

Крім транслітерації, імена персонажів зазнали адаптації відповідно до українських мовних традицій (зменшувально-пестливі форми). Наприклад, англ. “**Grandpa Joe and Grandma Josephine**” були перекладені як “**Дідунь Джо та бабуся Джозефіна**”, а “**Grandpa George and Grandma Georgina**” – як “**Дідусь Джордж та бабуня Джорджина**” (Дал, 2005).

Передача географічних назв частіше за все відбувається шляхом транслітерації, пор.: англ. “**New York**” – укр. “**Нью-Йорк**”, англ. “**Los Angeles**” – укр. “**Лос-Анджелес**”. Власні назви також відтворюються за допомогою різних методів: графічної подібності та у відповідності до історичної традиції, пор.: англ. “**Henry VIII**” – укр. “**Генріх VIII**”.

Дослідження підтверджує, що основними методами адаптації англійських власних назв українською мовою є транслітерація та транскрипція. Для забезпечення лінгвістичної точності та культурної відповідності необхідний гнучкий підхід.

ЛІТЕРАТУРА

- Bobro, M. P., & Prysiazniuk, L. R. (2021). The linguocultural semantics of the anthroponyms and toponyms in G. Martin’s novel *A Game of Thrones* and the peculiarities of their translation into Ukrainian. *Visnyk Kharkiv National University* 88, 67–73.
<https://doi.org/10.26565/2227-1864-2021-88-10>
- Hermans, T. (2007). *The conference of the tongues*. London: St. Jerome Publishing.
- Newmark, P. (1988). *A textbook of translation*. London: Prentice Hall.
- Дал, Р. (2005). *Чарлі і шоколадна фабрика* (В. Морозов, Пер.). Київ: А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА. (Оригінальна робота опублікована 1964 року).
<https://www.ukrlib.com.ua/world/printit.php?tid=665>
- Кабінет Міністрів України. (2007). Правила української транслітерації іноземних назв. (Офіційна урядова постанова).
<https://zakon.rada.gov.ua/>
- Карабан, В. (2022). *Методи перекладу лексичних одиниць: Переклад англійської науково-технічної літератури*. Вінниця: Нова Книга.

ЮРИДИЧНА ТЕРМІНОЛОГІЯ МОВИ ІВРИТ: ЕВОЛЮЦІЯ ТА СУЧАСНІ ВИКЛИКИ

Бевзюк Я. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Марченко І. С.

Викладач кафедри східної і слов'янської філології

Київський національний лінгвістичний університет

Держава Ізраїль є унікальним прикладом багаторівневої змішаної правової системи. Історично ізраїльська правова система складалася з кількох хронологічних шарів. Першою формою судочинства в ізраїльському суспільстві були суди, організовані Мойсеєм під час виходу євреїв з Єгипту. Як описано у книзі Вихід (18:13-26), на початку всі справи вирішував сам Мойсей, що створювало надмірне навантаження. За порадою свого тестя, він створив систему судів на різних рівнях: старійшини та начальники тисяч, сотень, п'ятдесятків і десятків. Ця ієрархія дозволяла вирішувати більшість справ на нижчих рівнях, а лише найскладніші передавати безпосередньо Мойсею. Дана система стала основою майбутнього єврейського правосуддя та вплинула на розвиток судових структур у подальші історичні періоди. Її принципи – делегування повноважень, розподіл відповідальності та важливість мудрості суддів – залишаються актуальними в сучасному правовому порядку.

Турецьке законодавство, що виникло в османську еру, та мандатна влада Великобританії вплинули на формування правової системи Ізраїлю. Регіон, який зараз є державою Ізраїль, був частиною Османської імперії протягом чотирьохсот років, а наприкінці Першої світової війни був завойований і став частиною британського мандату Ліги Націй. Мандатна влада, в свою чергу, сприяла запозиченню термінів з англійської мови. Лише в 1980 році, більше ніж через тридцять років після завершення британського мандату, ці обов'язкові зв'язки з англійським загальним правом були розірвані. Звичайно, біблійні тексти також відіграли важливу роль у формуванні правничої термінології івриту. Закони, викладені у Торі, зокрема в книгах Вихід, Левит і Повторення Закону, стали підґрунтям для правових норм, які розвинулися у пізніших правничих текстах. Біблійне право охоплює такі аспекти, як цивільне й кримінальне законодавство, судочинство, зобов'язання та відносини між людьми.

Після створення держави Ізраїль у 1948 році і з того часу ізраїльський парламент Кнесет ухвалив нові статuti, які перетворили ізраїльську правову систему на сучасну – оригінальну систему в багатьох сенсах. Новостворене законодавство базувалося на поєднанні традиційного єврейського права (Галахи) та сучасних принципів міжнародного права. Це призвело до появи нових термінів, які адаптували давні юридичні поняття до сучасних умов (Van der Ploeg, 1950).

Юридична термінологія – це історично сформована система термінів, що відображає правові поняття та призначена для задоволення специфічних

потреб комунікації у галузі законодавства, юридичної науки та практичної діяльності.

Сучасні виклики в юридичній термінології івриту зосереджені на потребі стандартизації термінів, збереженні автентичності та пошуку рівноваги між історичною спадщиною і актуальною правовою практикою. Не менш важливим аспектом є переклад юридичних фраз з івриту на інші мови, який вимагає високої точності та особливої уваги, щоб уникнути можливих неоднозначностей. Кожна з них має бути передана відповідно до юридичних норм, що існують в івриті. Важливо звернути увагу на структурні особливості юридичних документів, зокрема на правильність перекладу нормативних актів і процедурних термінів (Rivlin, 2012).

Можемо виокремити такі особливості перекладу:

1. Семантичні відмінності: багато юридичних термінів в івриті не мають прямих еквівалентів у європейських мовах. Наприклад: “equity” (англ.) – у британському праві означає систему права справедливості, проте в івриті точного еквівалента немає, і його зазвичай передають як “עקרון הצדק” (принцип справедливості).

2. Запозичення з інших мов являються ще одним викликом, оскільки сучасний іврит відроджений порівняно недавно, багато термінів були запозичені з англійської, французької чи арабської мов, наприклад: “конституція” – חוקה, але оскільки Ізраїль не має офіційної писаної конституції, цей термін може мати різні значення.

3. Різниця у правових системах інших країн та ізраїльським правом спричиняє складність, оскільки деякі терміни можуть не мати точного еквівалента.

4. Синонімія: щоб висловити ідею “права” або “Закону”, іврит використовує кілька синонімів, серед яких головні: תורה, משפט, חוק, עדות דין. У існуючому масоретському тексті ці слова майже не відрізняються у значенні

5. Абревіатури: скорочення складних правових понять, назв організацій, законів та процесів. Юристи, судді та правознавці широко використовують скорочення для економії часу та місця у документах. Наприклад: ע"ב"כ (проти), נגד (за довіреністю адвоката), על-ידי בר כוח עורך הדין (законі).

6. Труднощі можуть виникати також при передачі внутрішніх відчуттів персонажів, особливо коли йдеться про психологічний або емоційний контекст, важливо зберегти емоційний тон і передати його у належному культурному контексті.

Юридична термінологія івриту зазнала непростого шляху у своєму розвитку – від біблійних законів до сучасної правової системи Держави Ізраїль. Вона відчула вплив різних історичних епох та правових традицій, поєднуючи у собі давні релігійні уявлення та сучасні юридичні норми. Наразі вона стикається з викликами у перекладі, глобалізації, технічного прогресу та потреби у стандартизації. Незважаючи на ці труднощі, ізраїльська правова система показує здатність до пристосування, зберігаючи водночас унікальну культурну ідентичність.

ЛІТЕРАТУРА

- Van der Ploeg, J. (1950). Studies in Hebrew law: II. The style of the laws. *The Catholic Biblical Quarterly*, 12(4), 416–427.
- Rivlin, E. (2012). Israel as a mixed jurisdiction. *McGill Law Journal / Revue de droit de McGill*, 57(4).

РОЛЬ МИЛОСЕРДЯ В ЄВРЕЙСЬКІЙ РЕЛІГІЙНІЙ ТРАДИЦІЇ

Беспалова Є. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Голець О. Я.**

Кандидат філософських наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У першій главі трактату “Pirkei Avot” (“Pirkei Avot”, б. д., параграфи 6 – 7), що входить до складу Мішни – найдавнішого після ТаНаХа збірника законів, мудрець і первосвященик епохи Другого Храму Шимон ха-Цадик говорить, що світ стоїть на трьох основах: на [вивченні] Тори, на служінні Богу та на добрих справах.

В юдаїзмі найвищою цінністю є людське життя, про що ми дізнаємося з історії створення людства, яка почалося з Адама і на деякий час зупинилося на ньому. Адам є квінтесенцією всього людства. Уточнення зв'язку Адама та цінності кожного людського життя зустрічається в трактаті Мішни під назвою “Sanhedrin” і пов'язане воно символічно із числом один, з якого й починається будь-який можливий рахунок : “Адам був створений єдиним, щоб навчити нас, що той, хто знищив одну душу – ніби знищив цілий світ, а той, хто врятував одну душу – ніби врятував цілий світ” (“Sanhedrin”, б. д., с. 155). Саме прийняттям факту цінності кожного людського життя і пояснюється необхідність милосердя.

Милосердя в юдаїзмі є не просто цінністю, чеснотою або людинолюбним ставленням, а сенсом розвитку всіх ключових чеснот і виконання заповідей та приписів. Виконання заповідей невідступно спрямоване на збереження і покращення життя людини у двох вимірах світобудови – матеріальному і духовному, які своїм контрастом відображають природу самої людини.

Природа милосердя, як і природа людини, – дуалістична і в цьому контексті передається на рівні взаємодії понять хесед (חסד) і рахамім (רחמים), як двох крил одного птаха. Хесед – діяльне милосердя, виражене вчинками, рахамім – внутрішній стан, духовне співчуття, основа прощення і розуміння. Термін “рахамім” походить від рехем (רחם) – “матка”, “лоно” і вказує на материнське глибоке співчуття – іншими словами, це почуття, яке змушує нас жаліти іншу людину і не дозволяє завдавати їй страждань.

Якості милосердя Бога розкриваються у біблійній Книзі Шмот (Виходу) (“Біблія”, 1962, Вихід 34:6 – 7), де Всевишній відкривається Мойсею після

гріха ідолопоклонства, в який впав єврейський народ, поки пророк отримував від Бога заповіді на горі Синай. Усього цих атрибутів милосердя 13, і вони часто виголошуються віруючими юдеями у молитвах про прощення, особливо в Йом Кіпур і під час посту. З них варто виділити наступні (Ibn Ezra, б. д.): 2) יָהּ (Адонай) – що означає “Бог милостивий навіть після того, як людина згрішила і розкалася”; 3) אֵל (Ель) – “Всемогутній, що виявляє співчуття”; 11) וַחַסֵּד (Вафеша) – “Прощаючий навмисні злочини”; та קַנָּה (Венаке) – “Очищуючий, але не залишаючий гріхи зовсім без наслідків (даючи шанс розкаятися)”.

Яскравим прикладом важливості теми милосердя в юдаїзмі є біблійна історія царя Давіда, яка слугує своєрідним повчанням для всіх наступних поколінь віруючих юдеїв і християн (“Біблія”, 1962, 2 Царів).

Спочатку Давид постає в тексті Книги Царств як скромний та богобоязливий укладач псалмів, але водночас сильний і відважний воїн, що використовує силу за призначенням – ще у юності він, як пастух, захищає стада свого батька від хижаків. До загибелі царя Соула в бою з филистимлянами, Давид постійно виявляв терпіння і милосердя: наприклад, двічі відмовився від можливості вбити Соула, який відкрито й несправедливо переслідував Давида і жадав його смерті. Але, отримавши владу, він поступився принципами милосердя, за які був обраний Богом, і за це постраждав як він, так і його сини: Амнон і Авессолом (“Біблія”, 1962, 2 Царів).

Найбільш виразним прикладом відступу царя Давида від законів милосердя є біблійний епізод, коли він вирішив взяти собі за дружину Бат-Шеву, що на той момент була у шлюбі з Урією Хеттеянином. Цар, бажаючи смерті Урії, відправляє його на війну і пише листа командирі своїх військ Йоаву, у якому наказує зробити так, щоб Урія не повернувся живим: “і відступіте від нього, щоб він був ударений, і помер.” (“Біблія”, 1962, 2 Царів 11:15).

Наслідки гріхів Давида були найтяжчими для нього самого ще за його життя, але фінальним акордом стало, після смерті його сина – царя Соломона, втрата єдності його царства і розділення Ізраїльського царства на дві держави: Північно-Ізраїльське та Юдейське царства (“Біблія”, 1962, 2 Царів).

Цар Давид намагався спокутувати свій гріх вбивства Урії Хеттеянина до кінця своїх днів і проявом цього стало безмежне милосердя, яке часом межувало з м'якотілістю і слабкістю. Так, він пробачає своєму первістку Амнону звалтування своєї зведеної сестри Тамар, але Амнона згодом убиває інший син Давида – Авессалом. Батько і йому пробачає вбивство брата. Авессалом же, за кілька років, підніме заколот проти власного батька, бажаючи його вбити і захопити престол, і батько прощає йому і це. Навіть коли Давид у похилому віці знову змушений тікати, тепер уже від власного сина, він просить своїх людей не вбивати Авессалома (“Біблія”, 1962, 2 Царів).

Ймовірно, що Давид виявляв милосердя не лише через покаяння, але й через внутрішню кризу – він став людиною, що усвідомлює свою слабкість,

що зробило його м'якшим, але менш рішучим. Зрештою, його “милосердя” до Амнона і Авессалом не врятувало царство, а лише прискорило його кризу. Більше того, ланцюг цих подій демонструє класичну єврейську концепцію: прощення гріха Богом не скасовує його наслідків у цьому світі, що перегукується із вищезгаданим тринадцятим атрибутом милосердя Бога.

ЛІТЕРАТУРА

Біблія. (1962). (пер. І. Огієнка). Українське Біблійне Товариство.
Ibn Ezra, A. (б. д.). First Commentary on Exodus 34:6. Retrieved from https://mg.alhatorah.org/Dual/Ibn_Ezra_First_Commentary/Shemot/34.6#m7e3n7
Pirkei Avot. (б. д.). In The Mishnah (J. Neusner, Trans.). Yale University Press.
Sanhedrin. (б. д.). In The Mishnah (J. Neusner, Trans.). Yale University Press.

АНГЛІЗМИ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ

Біла С. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Мінчак Г. Б.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Використання англійськомовної лексики в рекламі – результат глобалізаційних процесів і сучасних трендів у сфері маркетингу, адже англійська мова є міжнародною мовою бізнесу, торгівлі та реклами. Цю тему активно досліджують і українські лінгвісти (Г. Карпенко, Г. Дядюра, Д. Гришук та ін.).

Мета нашого дослідження – описати англізми у функційному аспекті в рекламному дискурсі магазину JYSK. Англізми в рекламному дискурсі магазину JYSK відіграють важливу роль у формуванні його маркетингової стратегії, створенні впізнаваного бренду й ефективній комунікації зі споживачами. У випадку JYSK, який позиціонує себе як міжнародний бренд скандинавського стилю, застосування англізмів допомагає підкреслити глобальність компанії, сучасність її підходів до продажів і відповідність європейським стандартам дизайну та якості (Гурко, 2012, с. 40).

Однією з ключових сфер, де використовуються англізми, є маркетингові терміни, що формують привабливий образ продукції та стимулюють продажі. Такі слова, як: *sale* (розпродаж), *discount* (знижка), *offer* (пропозиція), *bestseller* (бестселер), *trending* (у тренді), *free shipping* (безкоштовна доставка) – значно впливають на поведінку споживачів. Вони створюють відчуття терміновості, ексклюзивності та вигоди, що мотивує покупців швидше купити товар. Особливо ефективно подібні терміни працюють у період розпродажів та акційних кампаній, коли конкуренція між брендами є максимальною.

Окрему категорію англізмів у рекламі JYSK становлять терміни, пов'язані з дизайном і декором. Використання слів *home decor* (домашній декор), *Scandinavian style* (скандинавський стиль), *minimalism* (мінімалізм), *cozy* (затишний), *comfort* (комфорт), *aesthetic* (естетичний), *moodboard* (мудборд), *interior* (інтер'єр), *modern* (сучасний) і *vintage* (вінтажний) дозволяє бренду ефективно передавати стиль та атмосферу своїх товарів. Вони апелюють до естетичних вподобань покупців, формуючи в них певний образ простору, який вони можуть створити у своєму домі завдяки продукції JYSK. Особливо популярними є поняття *hygge* та *inspiration*, що пов'язані зі скандинавською філософією комфорту, гармонії та простоти. Використання таких термінів допомагає бренду комунікувати з аудиторією на емоційному рівні, викликаючи в покупців асоціації з теплом, затишком і якістю життя.

Англізми також активно використовують в описах продукції, що дозволяє вигідно представити товари та їхні характеристики. Так, слова на зразок *must-have* (обов'язковий до купівлі), *eco-friendly* (екологічний), *sustainable* (стійкий, екологічно відповідальний), *soft-touch* (м'який на дотик), *high-quality* (високоякісний), *smart storage* (розумне зберігання), *space-saving* (економія простору), *ergonomic* (ергономічний), *durable* (довговічний) і *lightweight* (легкий) формують уявлення про переваги продукції JYSK. Вони не тільки описують товар більш привабливо, а й відображають актуальні тренди споживчого ринку – екологічність, функційність, комфорт і довговічність.

Важливим елементом маркетингової стратегії є заклик до дії, які сприяють активізації покупців та їхньої взаємодії з брендом. Використання таких висловів, як: *shop now* (купуйте зараз), *swipe up* (проведіть угору), *tap the link* (натисніть на посилання), *don't miss out* (не пропустіть), *add to cart* (додати до кошика), *limited stock* (обмежений запас), *order today* (замовте сьогодні), *click & collect* (заберіть у магазині) – ефективний спосіб залучення клієнтів. Особливо актуальні ці фрази для реклами в соціальних мережах, де швидкість реакції споживачів на контент є вирішальним чинником успіху кампанії.

Англійськомовні терміни широко застосовуються для опису матеріалів, що використовуються у виробництві товарів. Наприклад, номінативні одиниці *memory foam* (піна пам'яті), *organic cotton* (органічна бавовна), *natural wood* (натуральне дерево), *handmade* (ручна робота), *hypoallergenic* (гіпоалергенний), *waterproof* (водонепроникний) допомагають покупцям швидко зрозуміти якісні характеристики продукції та її безпеку. Використання англізмів у цій сфері є зручним для споживачів, оскільки такі терміни часто не мають точного українського аналога або їхні англійські варіанти активні в українській мові.

Контент у соціальних мережах – важлива частина маркетингової стратегії JYSK, і тут англізми посідають центральне місце. Терміни *reels*, *hashtag*, *viral*, *trending now*, *UGC* (*User-Generated Content*), *stories*, *like & share* та *engagement* сприяють створенню динамічного контенту, який приваблює молодшу аудиторію. Вони допомагають бренду досягати більшої впізнаваності, залучати підписників та формувати спільноту лояльних клієнтів.

Англiзми також є важливим iнструментом маркетингових стратегiй JYSK. Використання термiнiв *influencer* (iнфлюенсер), *collaboration* (спiвпраця), *brand ambassador* (амбасадор бренду), *sponsorship* (спонсорство), *content creator* (контент-мейкер) та *PR package* (PR-пакет) свiдчить про активне використання сучасних методiв просування через соцiальнi мережi й блогерiв. Це дозволяє бренду взаємодiяти з цiльовою аудиторiєю на бiльш персональзованому рiвнi.

Не менш важлива роль англiзмiв у програмi лояльностi JYSK. Використання висловiв *loyalty program* (програма лояльностi), *exclusive access* (ексклюзивний доступ), *special perks* (спецiальнi привiлеї), *personalized offer* (персональзована пропозицiя) та *flash sale* (швидкий розпродаж) допомагає формувати тривалi вiдносини з клiєнтами та стимулювати повторнi покупки.

Отже, англiзми в рекламi магазину JYSK виконують комплексну функцiю: сприяють полiпшенню комунiкацiї зi споживачами, створюють впiзнаваний стиль бренду, вiдповiдають сучасним маркетинговим тенденцiям i допомагають пiдвищити ефективнiсть рекламних кампанiй. Проте невиправдане вживання англiзмiв у цiй рекламi може мати i негативнi наслiдки. По-перше, значна кiлькiсть запозичень може ускладнювати розумiння рекламних повiдомлень для тих, хто не володiє англiйською мовою. По-друге, активне використання англiзмiв у рекламi може сприяти зниженню статусу української мови в бiзнес-комунiкацiях, що шкодить загальним тенденцiям мовного розвитку й пiдтримки нацiональної iдентичностi. Отже, важливо дотримуватися балансу мiж використанням англiйськомовних термiнiв i збереженням автентичностi української мови.

ЛІТЕРАТУРА

Гурко, О. В. (2012). Англiйськi запозичення в мовi мас-медiа. *Науковий вiсник Волинського нацiонального унiверситету iменi Лесi Українки*, 22, 39–42.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ШТУЧНИМ ІНТЕЛЕКТОМ З КОРЕЙСЬКОЇ МОВИ

Боднар М. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керiвник: **Урядова В. Д.**

Кандидат фiлологiчних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Штучний iнтелект продовжує активно розвиватися, iнтегруючись у рiзних галузях сучасного життя, зокрема у перекладацьку дiяльнiсть. Застосування мереж штучного iнтелекту у машинному перекладi демонструє високу ефективнiсть, швидкiсть та точнiсть, що перевершує звичнi автоматизованi системи перекладу. Водночас, численнi дослiдження засвiдчують обмеженiсть

ШІ у передачі культурно специфічних елементів мови, зокрема фразеологізмів, які яскраво відображають менталітет і світогляд різних народів світу.

Проблематика перекладу фразеологічних одиниць штучним інтелектом є поширеною темою, проте досі належно не опрацьована у контексті корейсько-українського перекладу. Переклад фразеологізмів викликає труднощі, оскільки їхнє значення не впливає з окремих слів, а ґрунтується на культурному та мовному контексті. ШІ часто перекладає їх буквально, що призводить до абсурдних або неправильних результатів. Ідіоми пов'язані з історією та традиціями мови, тому їх неможливо передати дослівно (Charles-Kenechi S., 2024, с. 8-9). З іншого боку ШІ-перекладачі продовжують розширювати словниковий запас, коректно перекладаючи сталі вирази. Враховуючи значну роль фразеологізмів у літературі, постає питання ефективності використання ШІ у машинному перекладі. Дослідження цієї проблематики є особливо актуальним, оскільки якість відтворення фразеологізмів безпосередньо впливає на загальну точність і культурну відповідність перекладу корейських творів, які користуються попитом в Україні.

Метою дослідження є доказ того, що штучний інтелект став краще перекладати фразеологічні одиниці з корейської мови, на матеріалі новели 최 은영 “내게 무해한 사람”. Переклад фразеологізмів здійснювався за допомогою GPT Chat, який використовує технології нейронного перекладу. За допомогою експериментального методу дослідження, було протестовано здатність GPT Chat відтворювати фразеологічні одиниці, а метод контекстуального аналізу дозволив виявити, як ШІ враховує контекст.

Гіпотеза: Штучний інтелект покращив переклад фразеологізмів. Припускається, що він рідше допускає дослівні помилки та краще підбирає значення ідіом, враховуючи контекст.

На початку дослідження ми порівнювали, як GPT Chat перекладає фразеологізм 칼춤을 추다. За дослідженням Sungrang Ko (2024) первісний переклад цього вислову англійською був дослівний був дослівний – *I need a rouge who will dance the knife dance with me*. Той самий результат був отриманий і українською мовою – *Мені потрібен божєвільний, який танцює зі мною танець з мечами*. Однак через два місяці повторного перекладу, ШІ запропонував інший варіант, уточнивши значення фразеологізму – *Шукаю шаленця, який піде зі мною на все*. Подібна зміна спостерігалася і в іншому виразі: 하나는 알고 둘은 모른다, який спочатку був перекладений – *Один знаю, два не знаю*; проте через два місяці цей переклад змінився – *Бачити частину, а не цілісну картину* (Sungran K., 2024, с. 52-53).

Корейські фразеологізми, що є часто вживаними і поширеними у розмовній мові не спричинили у GPT Chat значних труднощів з перекладом. Крім того, включення контексту сприяло покращенню точності перекладу. Такими фразеологічними одиницями у новелі “내게 무해한 사람” були: 가슴 아프다 – серце розбивається, 정신을 차리다 – прийти до тями, зібратися з думками. Сєнс обидвох виразів передавався чітко як з, так і без включенню контексту. Наприклад: 처음엔 예의상 먹어야겠다고 생각했는데 정신을 차려보니 한 박스를 다 먹은 거야 – Спочатку я думав, що це потрібно

зробити з ввічливості, але коли прийшов до тям, виявилось, що я з'їв цілу коробку.

Однак наступна ідіома – 상을 퍼다, що перекладається, як “накривати стіл”, спочатку перекладалася штучним інтелектом дослівно: розкрутити стіл, влаштувати стіл, покласти стіл. Вже при повторному перекладі та додаванням контексту, Chat GPT дає правильний варіант перекладу – *накривати стіл* (최은영, 2019, с. 160).

Як зазначає у своїй статті Alex Z. (2025), пам'ять штучного інтелекту еволюціонує, зокрема короточасні та довготривала пам'ять, що дозволяють ШІ адаптуватися, зберігати та використовувати інформацію для покращення взаємодії і прийняття рішень у майбутньому. Також важливим аспектом є персоналізація з користувачем, що дає змогу давати найкращі відповіді окремим інтернет-користувачам.

Отже, штучний інтелект, зокрема GPT Chat, дійсно продемонстрував здатність покращувати переклад фразеологізмів, особливо в контексті їхнього культурного значення. Хоча ШІ ще може припускатися помилок, він здатний запам'ятовувати їх і коригувати у процесі навчання. Очікується, що з часом, за умови постійного вдосконалення алгоритмів і включенні додаткового контексту, ШІ зможе максимально точно передавати значення та переклад фразеологізмів, що покращить якість перекладу.

ЛІТЕРАТУРА

Alex Z. (2025). *The Evolution of AI Memory: How Contextual Awareness is Transforming Artificial Intelligence*.

<https://www.tanka.ai/blog/posts/the-evolution-of-ai-memory>

Charles-Kenechi S., (2024). Artificial Intelligence in Translation Studies: Benefits and Challenges. *Journal of the Department of French and International Studies*. Volume 2; №1, 8–9.

Sungran K. (2024). *Machine Translation of Idiomatic Expressions and Slang Based on Korean Drama*.

<http://korling.or.kr/data/>

최은영. (2019). *내게 무해한 사람*. Munhak Dongne.

МІСЦЕ ПСИХОЛОГІЧНОГО ДИСКУРСУ У СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ

Бойко А. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Сидельникова Л. В.

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

У сьогоденні мова виконує не лише комунікативну функцію, а й є ключовим механізмом впливу на когнітивні процеси, емоційний стан та

поведінкові установки людини. Одним із напрямів дослідження цього впливу є психологічний дискурс – багатовимірне явище, де перетинаються лінгвістика, психологія та соціальна комунікація.

Психологічний дискурс охоплює широкий спектр мовленнєвих практик: від психотерапевтичного діалогу та академічних досліджень до популярно-наукових статей і медіа-матеріалів, які адаптують складні психологічні концепти для масової аудиторії. Важливим є його роль у процесах переконання, формування світогляду та інтерпретації дійсності. Вивчення психологічного дискурсу дозволяє не лише аналізувати мовні засоби, що використовуються у сфері психології, а й простежувати особливості конструювання значень, аргументаційних стратегій та емоційного впливу в комунікації.

Високе зацікавлення у лінгвістичній дослідженні викликає діяльність психологічного дискурсу у масмедійному середовищі світового масштабу, у якому наукове пізнання змінюється відповідно до потреб широкої аудиторії. Це вимагає використання специфічних мовних засобів – метафоризації, аналогій, емфатичних конструкцій, залучення авторитетних джерел – для створення ефекту довіри та зрозумілості. Однак така адаптація часто супроводжується спрощенням або навіть трансформацією вихідного змісту, що може призводити до викривлення початкових понять.

У науково-академічному просторі психологічний дискурс характеризується термінологічною точністю, об'єктивністю викладу та аргументативністю. Він базується на спеціалізованій лексиці, що слугує засобом позначення складних психічних процесів та явищ. Водночас у межах практичної психології комунікація набуває більш експресивного забарвлення та діалогічності, оскільки її головною метою є встановлення довірливого контакту між фахівцем і клієнтом. У цьому контексті важливу роль відіграють емфатичні конструкції, персоналізація мовлення та використання метафоричних образів, що сприяють кращому розумінню складних психологічних концепцій.

Окремий інтерес становить функціонування психологічного дискурсу в масмедіа, де наукові концепти трансформуються відповідно до потреб широкої аудиторії. У такому контексті відбувається спрощення термінології, використання емоційно забарвленої лексики та активне залучення риторичних прийомів. Часто можна спостерігати явище гібридизації дискурсу, коли елементи наукового стилю поєднуються з популярно-публіцистичними засобами вираження, що створює ефект доступності та залученості читача. Одним із ключових механізмів впливу в масмедійному психологічному дискурсі є використання метафор, які не лише спрощують сприйняття складних понять, а й можуть змінювати ставлення до певних явищ. Наприклад, концепт “емоційного вигорання” сприймається значно глибше через образ втрати внутрішньої енергії, що закріплюється в мовній свідомості реципієнтів.

Дослідження в галузі дискурсивної психології активно розвиваються, зокрема завдяки роботам таких вчених, як Джеймс Гі (2014), Рут Водак

та Майкл Мейер (2009), які стали основоположниками ключових підходів у дискурс-аналізі. Джеймс Гі, автор роботи *An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method*, акцентує увагу на важливості розуміння мовних практик у контексті соціальних процесів, вважаючи, що дискурс не лише відображає реальність, а й формує її. Рут Водак та Майкл Мейер у своїй книзі *Methods of Critical Discourse Analysis* розробляють методи критичного аналізу дискурсу, звертаючи увагу на роль мови в підтримці влади, нерівності та соціальних структур.

Вітчизняні вчені, зокрема М. М. Баранівська (2024), досліджують теоретичні та емпіричні аспекти дискурсивної психології, зосереджуючись на взаємодії мови та свідомості в соціальних процесах.

Таким чином, психологічний дискурс у сучасному мовознавстві розглядається як складний феномен, що охоплює різні сфери комунікації та адаптується залежно від цільової аудиторії. Його лексико-семантичні та стилістичні особливості визначаються як впливом наукової традиції, так і необхідністю враховувати когнітивні особливості сприйняття інформації. Подальше дослідження цього дискурсу дозволить не лише глибше зрозуміти механізми мовного впливу, а й виявити тенденції адаптації психологічних знань у сучасному інформаційному просторі.

ЛІТЕРАТУРА

- Баранівська, М. М. (2024). Дискурсивна психологія: теоретичні та емпіричні дослідження. *Журнал політичне життя*, (3), 85–90.
<https://jpl.donnu.edu.ua/article/view/16385/16274>
- Gee, J. P. (2014). *An introduction to discourse analysis: Theory and method* (4th ed.). Routledge.
- Wodak, R., & Meyer, M. (2009). *Methods of critical discourse analysis* (2nd ed.). Sage.

ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ ВПЛИВУ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Бондаренко Б. Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Голіяд Н. І.

Кандидат філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

Англомовний медійний дискурс насичений вербальними засобами впливу, які формують громадську думку, маніпулюють аудиторією та впливають на соціум. Переклад таких засобів вимагає використання низки перекладацьких стратегій і трансформацій для досягнення еквівалентності. Дослідження є актуальним, оскільки еквівалентний переклад медійних текстів сприяє ефективній міжкультурній комунікації та запобігає дезінформації.

Вербальний аспект мовленнєвого впливу вивчали такі вчені, як Г. Адлер, В. Аккурт, Р. Бандлер, К. Бертон, Я. Гнезділова, Дж. Грайндер, А. Калита, Т. Ковалевська, Дж. Лакофф, Н. Непійвода, В. Різун, Дж. Сеймор, та ін.

Метою дослідження є вивчення особливостей перекладу вербальних засобів впливу в англомовному медійному дискурсі. Відповідно до мети постає таке завдання: розглянути перекладацькі трансформації та стратегії перекладу вербальних засобів впливу у англомовному медійному дискурсі.

І. Мірошніченко окреслює поняття медійного дискурсу як “поле масової комунікації, що охоплює всі мовні практики та комунікативні ситуації з використанням різних засобів (медіа) передачі інформації” (Мірошніченко, 2020, с. 38). Як тип взаємодії, медійний дискурс реалізується через усні або письмові платформи і орієнтується на відсутнього реципієнта (О’Кіфф, 2012, с. 441). Завдяки технічному прогресу та стрімкій цифровізації медіапростір є головним каналом локального та глобального впливу. На позначення цього феномену у лінгвістиці оперуємо терміном “мовленнєвий вплив”.

Мовленнєвий вплив – це збірне поняття, що використовується на позначення сукупності лінгвістичних засобів впливу на особу або групу осіб. Мовознавці виокремлюють такі методи мовленнєвого впливу, як мовленнєва маніпуляція, персуазивність, пропаганда і сугестія. Мовленнєвий вплив ефективно здійснюється з допомогою вербальних засобів.

За визначенням В. Пасинок, вербальна комунікація – це процес цілеспрямованого використання мови, усної чи письмової, з метою передачі певного повідомлення (Пасинок, 2011, с. 29).

Вербальний вплив у медійному дискурсі здійснюється на різних рівнях мовної структури, найпродуктивніше – на лексичному і синтаксичному. На лексичному рівні відзначається використання широкого спектру стилістичних засобів як інструментів мовленнєвого впливу, зокрема: 1) метафори, 2) епітети, 3) іронія, 4) метонімія, 5) перифраз, 6) порівняння, 7) антитеза, 8) оксюморон, 9) фразеологічні одиниці (Баранова, Кобякова, Бровкіна, 2023, с. 62-64). Крім цього, спостерігаємо використання лексико-фразеологічних одиниць, як-от: 1) власні назви, 2) спеціалізована лексика, 3) терміни, 4) емоційно забарвлена лексика, 5) неологізми (Коваленко, Прядка, 2023, с. 63-64). При перекладі цих одиниць використовуються різні трансформації, як генералізація, конкретизація, диференціація значення та модуляція; граматичні трансформації компресії та декомпресії; а також лексико-граматичні трансформації реорганізації, компенсації та антонімічного перекладу (Максимов, 2012, с. 113-117).

Окремої уваги заслуговує явище лексичної деривації, що у контексті медійного дискурсу є інструментом звернення до емоцій слухача, читача або глядача. Лексична деривація здійснюється такими словотвірними методами, як префіксація, суфіксація, словоскладання, скорочення, абревіація та конверсія (Баранова, Кобякова, Бровкіна, 2023, с. 61). Часто лексичні одиниці, утворені з допомогою лексичної деривації, є безеквівалентними, тому в

процесі перекладу таких одиниць вважаємо доцільним послуговуватися комбінацією формальних лексичних трансформацій (транскрипція, транслітерація, транскодування, калькування) та описового перекладу. Таким чином, перекладач водночас зберігає формулювання, використані у тексті оригіналу, і дає реципієнтові тексту перекладу розуміння культурного, соціального, або політичного контексту.

На синтаксичному рівні вербальний вплив реалізується з допомогою таких засобів, як: 1) інверсія, 2) порушення порядку слів, 3) риторичні запитання, 4) вигуки, 5) пряма мова, 6) вставні слова та конструкції, 7) однорідні члени речення (Коваленко, Прядка, 2023, с. 63). Переклад таких засобів здійснюється, зокрема, з допомогою таких граматичних трансформацій, як транспозиція, синтаксична заміна, морфологічна заміна, компресія та декомпресія; а також лексико-граматичних трансформацій реорганізації, компенсації, поділу та інтеграції речення (Максімов, 2012, с. 112–117).

Переклад вербальних засобів впливу у медійному дискурсі є серйозною перекладацькою проблемою, оскільки текст перекладу повинен мати таку ж емоційну та когнітивну силу, як і текст оригіналу. З метою виконання цієї умови перекладачі послуговуються низкою трансформацій та стратегій. Складність медійного дискурсу як поліканального інструмента впливу на суспільство, а також масштаби охоплення аудиторії (у тому числі іноземної) зумовлюють перспективність дослідження вербальних засобів впливу у медіатексті.

ЛІТЕРАТУРА

- Коваленко, А. М., & Прядка, А. О. (2023). Мовні засоби реалізації стратегії формування емоційного стану в сучасному англомовному дискурсі пропаганди. *Слобожанський науковий вісник. Серія “Філологія”*, (3), 61–65.
- Максімов, С. Є. (2012). *Практичний курс перекладу (англійська та українська мови). Теорія та практика перекладацького аналізу тексту* (2-ге вид.). Київ: Ленвіт.
- Мірошниченко, І. Г. (2020). *Стислий текст в українському масмедійному дискурсі* (Кандидатська дисертація). Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара.
- Пасинок, В. (2011). *Основи культури мовлення*.
- Baranova, S., Kobayakova, I., Brovkina, O. (2023). Lexical and Stylistic Derivation in Mass Media Discourse. *Studies in Media and Communication*, 11(4), 58–66.
- O’Keeffe, A. (2012). Media and discourse analysis. In J. Gee & M. Handford (Ed.), *The Routledge Handbook of Discourse Analysis* (p. 441–454). Routledge.

ОСОБЛИВОСТІ ГЕНЕЗИ СЛЕНГОВИХ СЛІВ

Букарьова В. Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Вознюк Г. А.**

Кандидат філологічних наук, доцент.

Київський національний лінгвістичний університет

Мова – це не лише засіб передачі інформації, а й жива, динамічна система, що постійно змінюється під впливом суспільства, культури та технологій. Окрім літературної норми, кожна мова містить розмовні форми, професійні терміни та жаргон, який є характерним для окремих соціальних груп. Важливим елементом такого мовлення є сленг – неофіційні слова й вирази, що виникають у різні періоди та відображають актуальні зміни в суспільстві. (Кондратюк, 2006) Його поява та розвиток залежать від технологічного прогресу, соціальних факторів та особливостей комунікації між людьми, що робить сленг цікавим об'єктом дослідження.

Сленг можна розглядати як складову жаргону – його підвид, що формується в межах окремих соціальних груп, зокрема молоді. Якщо жаргон у широкому розумінні охоплює мовлення професійних, вікових чи інших спільнот, то сленг є динамічним і більш неформальним його проявом, що найяскравіше виражений у молодіжному середовищі. Він не лише слугує засобом ідентифікації та самовираження, а й віддзеркалює культурні, освітні та соціальні тенденції. В епоху цифрових технологій та впливу масової культури молодіжний сленг особливо швидко оновлюється, що робить його цікавим феноменом для дослідження його появи, функцій і змін у різні періоди розвитку суспільства. (Кондратюк, 2006)

Молодь активно використовує сленгізми в повсякденному спілкуванні, а нерідко й сама створює нові слова, граючи зі звучанням, каламбурами та мовними комбінаціями. Такі вирази слугують не лише для передачі інформації, а й для емоційного забарвлення мови, опису явищ, предметів чи людей. Однак упродовж останніх років головним рушієм появи нових сленгізмів стали соцмережі. Визначальну роль у поширенні нових виразів відіграють відомі блогери, інфлюенсери, персонажі популярних серіалів і кінофільмів, а також айдоли та контентмейкери з платформ на кшталт Twitter, Instagram, YouTube та TikTok. Саме звідти сленгові вирази швидко розлітаються серед молоді, стаючи невід'ємною частиною сучасної комунікації.

Яскравим прикладом впливу соцмереж на молодіжний сленг є такі популярні вирази (【2025年最新】seju顔って何? , 2025):

おい、笑える (oi waraeru) – використовується для вираження емоцій, коли щось здається смішним або безглуздим. Однак цей вираз також має відтінок іронії та може застосовуватися, щоб перетворити невдалу ситуацію на жарт. Його популярність зумовлена відео, опублікованим у соцмережах, яке пізніше було видалене, але залишило сильне враження на користувачів.

- 「数学のテスト、100点満点中10点だった！」 “На тесті з математики набрав 10 балів зі 100!”

- 「おい、笑える」 “Ой, це смішно!”

厳しいって (kibishi itte) – ця фраза стала популярною завдяки відомому ютуберу, який використовував її для вираження безнадійності або складності ситуації (“Це нерально!”). Через свою емоційність та універсальність цей вираз швидко прижився серед підлітків.

- 「明日テストだけど、勉強全然してないや」 “Завтра тест, а я взагалі не готувався...”

- 「それ厳しいって。 ガチで危機感持ったほうがいいよ」 “Це провал. Серйозно, тобі варто почати хвилюватися.”

Серед сучасних популярних японських сленгізмів можна виділити (Z世代の若者の言葉, 2024):

びえん (pien) – вираз, що означає сум, розчарування або бажання заплакати.

チルする (chiru suru) – відпочивати, розслаблятися, нічого не робити.

チルアウト (chiruauto) – заспокоїтися, охолонути після емоційного сплеску.

よいちょまる (yoi cho maru) – означає “дуже круто”, “супер класно”.

アセアセ (asease) – вираз тривоги або хвилювання.

Таким чином, сленг постійно оновлюється, відображаючи розвиток технологій, зміну соціальних трендів і способів комунікації молоді. Завдяки інтернету та масовій культурі він швидко поширюється, долаючи мовні та національні бар’єри. Сьогодні нові сленгові слова з’являються не лише у вузьких групах, а й через популярні платформи, які задають тон сучасному мовленню. Це явище демонструє, як цифрова епоха впливає на формування та трансформацію мови, роблячи її ще більш динамічною та гнучкою.

ЛІТЕРАТУРА

【2025年最新】seju顔って何？若者の流行語まとめ！平成に流行した言葉も - ウイナレッジ. ウイナレッジ - 実務教育・職業教育に関わる皆さまにお役立ち情報をお届け！. (2025).

https://weknowledge.jp/column/trend/post_4292

Z世代の若者の言葉 色々集めました。 | 五反田周辺のお部屋探しなら株式会社ホワイトホーム. 五反田周辺のお部屋探しなら株式会社ホワイトホーム. (2024).

<https://reblo.net/whitehome/diary-detail-496601/>

Кондратюк, Т. М. (Упорядн.). (2006). *Словник сучасного українського сленгу*. Фоліо.

ПАРЕМІЙНЕ ПОЛЕ КОНЦЕПТУ SÖZ (СЛОВО) У ТУРЕЦЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВНИХ КАРТИНАХ СВІТУ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ

Білоущенко Н. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Сорокін С. В.**

Кандидат філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Для дослідження зв'язку мови і свідомості людини, її досвіду, пам'яті та мислення, лінгвісти вдаються до окремого напрямку когнітивної науки – когнітивну лінгвістику. Когнітивна лінгвістика – напрям мовознавства, у якому мова – тлумачиться як елемент когнітивної діяльності людини, та основним завданням якого є дослідження оперування інформацією та знаннями людини, а також їхня репрезентація за допомогою мови (Биба, 2015). Уся інформація у свідомості людини зберігається у вигляді концептів. Поняття “концепт” не має конкретної дефініції, тому лінгвісти у своїх наукових працях використовують різні визначення для цього терміну. Більшість лінгвістів тлумачать концепт як ментальну або розумову одиницю, яка здатна відобразити менталітет певного етносу чи його мовне бачення (Полюжин, 2015). Для детального дослідження концептів вчені моделюють три основні поля концепту: номінативне, дериваційне та паремійне. Паремійне поле утворюють сталі одиниці мови: ідіоми, фразеологізми, прислів'я, приказки, афоризми. Це поле дозволяє дізнатися більше про національно-культурні уявлення людини (Савченко, 2024).

Слово має велике значення у житті людей, оскільки виступає ключовим елементом не лише для вираження думок, а й також для пізнання світу та формування світогляду. У турецькій мовній картині світу деякі прислів'я вказують на те, що слова, які були сказані, не можливо повернути, тому завжди слід думати, що говориш. Сказане слово в турецькій лінгвокультурі найчастіше порівнюють з випущеною стрілою: *Atılan ok geri dönmez* – Випущена стріла назад не вертається. В українській лінгвокультурі слова порівнюють з горобцем. Українськими відповідниками до цих прислів'їв слугують: *Сказаного слова не можна завернути, Слово не горобець, як вилетить - не піймаєш*. Оскільки слова не завжди можуть бути доречними у розмові, в обох мовних картинах світу існують прислів'я, які це показують: *Bin düşün bir söyle; Краще думати, а потім говорити*. Натомість у турецькій мовній картині світу важливість спочатку думати, а вже потім говорити прослідковується у прислів'ї, що пов'язане з півнем, який не вчасно співає: *Vakitsiz öten horozun başını keserler* – Півню, який невчасно співає, голову відрізають. Схоже значення має прислів'я *Boğaz dokuz boğumdur* – Одне горло – це дев'ять вузлів. Крім цього, у турецькій мовній картині світу використовується прислів'я *Laf torbaya girmez* – Слово у мішок не залізе.

В обох лінгвокультурах використовується прислів'я *Söz gümüş ise sükut altındır* – Слово срібло, мовчання – золото (Умій сказати, умій і змовчати), яке вказує на те, що недоречні слова слід було не казати.

Турецькі прислів'я показують, що зазвичай вплив слів на людину дуже значний: *Bir söz yola getirir, bir söz yoldan çıkarır* – Одне слово покаже дорогу, інше зведе з дороги (деякі ефективні та переконливі слова ведуть на правильний шлях, а деякі – на хибний), *Doş ağlatır, düşman güldürür* – Друг змушує плакати, а ворог – сміятись; *Söz var, iş bitirir; söz var, baş yitirir* – Є слово – робота закінчилась; є слово – голова втрачається. Відповідником цих прислів'їв слугує українське прислів'я *Слово може врятувати людину, слово може і вбити*, оскільки саме слово може залагодити конфлікт, може й навпаки – розпалити його. За допомогою слів боягузливі люди намагаються показати себе сміливішими. У турецькій лінгвокультурі такі слова асоціюються з медом: *Bal bal demekle ağız tatlanmaz* – Сказавши “мед” рот не підсолюєш. В українській мовній картині світу у подібних прислів'ях вказується, що людина “голосна” лише на словах: *Словами і туди, і сюди, а ділами нікуди; Більше діла – менше слів*.

Гіркі та приємні слова у турецьких та українських прислів'ях описуються по-різному. Вплив образливих слів в обох мовних картинах світу розкривається через родинні зв'язки. Наприклад, у турецькій мові використовується прислів'я *Ananın başığı yavru incinmez* – Дитина, на яку тисне матір, не ображається, натомість в українській – *Вразливе слово від дітей гірше за болячку, бо не гоїться*. В обох лінгвокультурах образливі слова асоціюються з сіллю, яку сиплять у відкриту рану, що завдає людині болю. *Açık yaraya tuz ekilmez* – У відкриту рану сіль не сиплеться. Прямим відповідником слугує український фразеологізм *сипати сіль на рану*. Гіркі та образливі слова у турецькій мовній картині світу порівнюються з грошима: *Kem söz, kalp akçe sahibinindir, Kem söz, sahte akçe sahibinindir, Kem söz, kem akçe sahibinindir* – Зле слово належить тому, чиї фальшиві/ злі гроші. В українській мовній картині світу у прислів'ях звертається увага на те, що добрі слова завжди важливі за гроші: *Добре слово краще, ніж готові гроші*. Зображення добрих та приємних слів у цих мовах відрізняється: *Tatlı söz yılanı deliğinden çıkarır* – Приємні слова змію з нори дістають; *Від теплого слова і лід розмерзається*.

Як висновок можемо зазначити, що для вербалізації концепту *СЛОВО* у турецькій мовній картині світу лексема *söz* виступає словом-репрезентантом за рахунок частотності використання. Для моделювання паремійного поля концепту *SÖZ* ми використали 16 прислів'їв. Для побудови паремійного поля концепту *СЛОВО* ми використали 12 прислів'їв. Отож, загалом для дослідження знадобилось 28 фразеологічних одиниць. Можемо стверджувати, що паремії найдетальніше описують концепт. Враховуючи кількісну репрезентацію паремій в турецькій та українській мовних картинах світу, у турецькій лінгвокультурі концепт має більше паремій для вербалізації концепту *SÖZ* (СЛОВО).

ЛІТЕРАТУРА

- Биба, М. О. (2015). Інтегративність як основа дослідження концептів у фокусі лінгвокультурології та когнітивної лінгвістики. *Наукові записки Національного університету Острозька академія. Серія: Філологічна*, (55), 24–27.
- Полужин, М. М. (2015). Поняття, концепт та його структура. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*
- Савченко, О. О. (2016). Паремійна вербалізація концепту гора (на матеріалі української та англійської мов). *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*, (10 (3)), 37–43.
- Elif, E. (n.d.). Eğitim bilgi ve kültür sitesi, kaliteli ve seçkin eğitime kaynak. www.dersimiz.com.
<https://www.dersimiz.com/>

ОНІМИ У РОМАНІ “ЛІТНІ ДОЩІ” АХМАДА АЛЬ–КАРМАЛАВІ: ТИПОЛОГІЯ, СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ

Буряковська О. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Рибалкін В. С.**

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Роман “Літні дощі” єгипетського письменника Ахмада аль-Кармалаві, відзначений престижною Книжковою Премією імені шейха Заїда у 2018 році, є майстерним зразком сучасної арабської прози. Композиція роману складається з декількох сюжетних ліній, що поєднуються, розповідаючи про апокрифічну спадщину суфійського шейха Ібада аль-Мосулі. Прибувши до Єгипту з Іраку, він згуртував навколо себе прихильників уду – традиційного близькосхідного музичного інструменту – і заснував суфійський орден, де музика є способом містичного пізнання світу. Оповідь переносить читача до спекотних галасливих вуличок Каїру, серед яких, немов оаза спокою і благочестя, розташувалося Агентство аль-Мосулі.

У романі “Літні дощі” Ахмада аль-Кармалаві оніми відіграють значну роль у розкритті тематики та характерів персонажів. Розглянемо типологію та специфіку функціонування топонімів, антропонімів, ергонімів та хремотонімів у цьому творі.

Топоніми – це власні назви географічних об’єктів, які допомагають створити реалістичне тло та підкреслити культурний контекст. У романі “Літні дощі” використання топонімів сприяє зануренню читача в атмосферу Єгипту та Близького Сходу. Наприклад, згадка про Каїр, столицю Єгипту, де розгортаються основні події, дозволяє відчути колорит міста з його вузькими

вуличками та історичними пам'ятками. Інший приклад – Ірак, батьківщина шейха Ібада аль-Мосулі, що підкреслює зв'язок між різними культурами та традиціями суфізму.

Антропоніми – це власні імена людей, які можуть надавати додаткову інформацію про походження, соціальний статус або характер персонажа. У романі ім'я шейха Ібада аль-Мосулі є символічним: “Ібад” означає “служіння”, що відображає його духовний шлях, а “аль-Мосулі” вказує на походження з міста Мосул в Іраку. Таке поєднання імені та прізвища підкреслює глибокий зв'язок персонажа з його місцем народження та духовною місією.

Ергоніми – це назви організацій, установ чи підприємств, які можуть відображати їхню функцію або ідеологію. Важливим ергонімом у романі є “Агентство аль-Мосулі”, засноване шейхом для поширення музичної традиції уду та суфійських практик. Назва агентства не лише вказує на його засновника, але й підкреслює спадкоємність традицій та важливість збереження культурної спадщини.

Хрематоніми – це назви об'єктів матеріальної культури, зокрема музичних інструментів, книг чи інших артефактів. У романі особливе місце займає уд – традиційний близькосхідний музичний інструмент, який є символом духовного пізнання та єднання з божественним. Уд виступає не лише як музичний інструмент, але й як метафора духовного шляху, що об'єднує персонажів та надає глибини їхнім переживанням.

Оніми виконують у романі кілька важливих функцій:

Ідентифікаційна функція – дозволяє читачу краще орієнтуватися у просторі роману, розуміти соціальне середовище персонажів.

Емоційно-експресивна функція – сприяє створенню певного настрою, наприклад, контраст між європейськими та традиційними кварталами Каїра підкреслює конфлікт між Сходом і Заходом.

Символічна функція – окремі оніми набувають глибшого сенсу, як у випадку з Нілом або іменем Юсуф, що відсилає до пророка Йосифа.

Культурно-історична функція – через використання топонімів, хоронімів та антропонімів автор передає особливості єгипетської культури.

Таким чином, оніми в романі “Літні дощі” Ахмада аль-Кармалаві виконують важливі функції, допомагаючи глибше зрозуміти культурний контекст, характери персонажів та основні мотиви твору. Вони сприяють створенню багатопланового наративу, де кожна назва несе в собі додатковий зміст та підкреслює взаємозв'язок між традиціями, музикою та духовністю.

Ономастика у романі Ахмада аль-Кармалаві відіграє важливу роль у створенні художнього світу. Антропоніми розкривають характери персонажів, топоніми пов'язують твір із реальністю, а культуроніми забезпечують глибину та інтертекстуальність тексту. Перекладач має враховувати як семантичний, так і культурний аспекти онімів, аби не втратити їхнє значення у перекладеному тексті.

ВПЛИВ КОНФУЦІАНСЬКОЇ ЕТИКИ НА ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ В КИТАЇ

Варюхно Є. Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Щербаков Я. І.**

Кандидат філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

Конфуціанство є однією з ключових філософських традицій Китаю, що значною мірою вплинуло на культуру, суспільні відносини, зокрема на ділове спілкування. Основні принципи цієї традиції, а саме доброзичливість “仁”, справедливість “义”, ввічливість “礼”, мудрість “智”, довіра “信” формують основи спілкування в китайському діловому середовищі. Ці п'ять норм були ретельновиділені конфуціанством з численних стародавніх моральних принципів. Вони є не лише основними принципами міжособистісного спілкування, але й основними елементами особистого морального вдосконалення.

Поняття “етика” (в перекладі з грецької означає вдачу, реальність тощо) використовується для позначення науки і моралі. Як зазначає Зусін В.Я. (2005), що першорядна роль етичним нормам відводиться в діловому спілкуванні старокитайського суспільства. Не випадково Конфуцій (551-479 рр. до н.е.) саме обов'язок, справедливість, чесноти ставить на перше місце у відносинах між людьми підпорядковувавши їм вигоду і користь, хоча і не протиставляє їх один одному. Його ідеальна людина, благородний чоловік (君子), “先义后利”. З цим пов'язана і відмінність його від неблагородної, “小人”, яка полягає в тому, що “君子喻于义, 小人喻于利”.

Конфуціанство наголошує на важливості дотримання ієрархії “序” в суспільстві та організаціях. У китайських компаніях це проявляється в суворій субординації та повазі до старших за віком і статусом. Рішення, як правило, приймаються керівниками, тоді як підлеглі виявляють стриманість у висловленні власних думок (Chen, & Tjosvold, 2006).

М. Янг (2002) відмічала, що у конфуціанській етиці велике значення має доброзичливість “仁” та побудова довгострокових відносин. У бізнесі це виражається через систему “关系” – мережу особистих зв'язків, що впливає на укладання угод та взаємну підтримку. Додаючи до цього Чен (1993) писав, що правильні взаємовідносини – це ключ до соціальної гармонії. Існує п'ять основних видів відносин “五伦”: керівник-підлеглий, батько-син, чоловік-дружина, старший брат- молодший брат, друг-друг. Конфуціанство фокусується на сім'ю та друзів, і це поширюється на бізнес.

Вище зазначалось, що соціальна гармонія є важливим аспектом у конфуціанській етиці, яка грає важливу роль у діловому спілкуванні. Китайські партнери уникають прямої критики чи відмови, використовуючи пом'якшені формулювання. Наприклад, замість категоричного ні “不行” може бути використано “可能” або “需要考虑” (Gao, 1996).

Китайська бізнес-культура також включає численні демонстрування ввічливості “礼”. У діловому середовищі це проявляється через повагу до

ієрархії, дотримання формальностей під час зустрічей та переговорів, а також через увагу до деталей у спілкуванні. Дотримання цих традицій свідчить про повагу до партнера і сприяє зміцненню довіри (Hofstede, 2010).

Конфуціанська етика виступає за баланс між емоціями “情” і мудрістю “智” у спілкуванні. Цей баланс очевидний у бізнесі та маркетинговій практиці, де повідомлення створюються так, щоб звертатися до емоційних і раціональних аспектів зацікавлених сторін, відображаючи етичні цінності, такі як “关系”, “情” і “面子” (Zhu, 2009).

Обов'язково ділове спілкування у Китаї базується на справедливості “义” та довірі “信” у відносинах. У китайському бізнесі довгострокові партнерства вважаються більш цінними, ніж швидкий прибуток. Репутація надійного партнера є ключем до успіху в діловому середовищі.

Конфуціанські принципи продовжують глибоко впливати на китайське ділове спілкування, формуючи етичні стандарти та основні принципи ділового спілкування. Розуміння та врахування цих цінностей є ключовими для успішної взаємодії з китайськими партнерами та побудови міцних ділових відносин.

ЛІТЕРАТУРА

- Зусін, В. Я. (2005). *Етика та етикет ділового спілкування*. Центр навчальної літератури.
- Chen, G., & Tjosvold, D. (2006). Confucian values and conflict management in Chinese business. *Journal of Business Ethics*, (38), 75–89.
- Gao, G. (1996). *Communication in a personal relationships across cultures*. SAGE Publications.
- Hofstede, G., & Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the mind* (3-тє вид.). Mc Graw Hill.
- Yang, M. (2002). *The resilience of guanxi and its new deployments*. The China Quarterly.
- Zhu, Y. (2009). Confucian ethics exhibited in the discourse of chinese business and marketing communication. *Journal of Business Ethics*, (3), 517–528.

МОВНІ РЕАЛІЇ НА ПОЗНАЧЕННЯ ФРУКТІВ В РОМАНІ: ЇЖА ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ КАЗКОВОЇ РЕАЛЬНОСТІ РОМАНУ

Власюк І. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Костанда І.О.**

Доктор філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

Вибір даної теми зумовлений зростаючим інтересом, пов'язаним з розвитком культурних зв'язків і процесами глобалізації, а знайомство з літературою призводить до розширення культурного простору та сприяє

поглибленню світогляду. У цій роботі ми будемо аналізувати роман У Чен'єня (吴承恩 Wú Chéng'ēn 1506–1582), китайського новеліста та поета Династії Мін (明朝, 1368–1644) – “Подорож на Захід” (西游记 xīyóujì). Роман складається зі 100 розділів, які поділяються на 3 основні частини: розповідь про народження та пригоди Сунь Укуна, формування групи паломників зі Сюаньцзанем та подорож до Індії. Головні герої: Сунь Укун (孫悟空 Sūn Wùkōng) – Цар Мавп.; Сюаньцзань (玄奘 xuánzàng); Чжу Бацзе (豬八戒 Zhū Bājiè); Білий кінь (白龙马 Bái lóngmǎ).

Дослідженням мовних реалій у китайській літературі та китайських гастрономічних номенклатур займалися такі зарубіжні вчені, як Ін Ван, Едвард Шафер, Син'ю Чжан, Венцзі Цай. Науковцями-лінгвістами, які досліджували класичну літературу та займалися перекладом мовних реалій та їжі в художніх текстах були Я. В. Шекера, К. Г. Мурашевич, О. О. Ісаєва та ін. Проаналізувавши праці інших лінгвістів, можна зарозуміти, що явище функціонування мовних реалій на позначення фруктів у романі “Подорож на Захід” не було достатньо висвітлено. Актуальність дослідження зумовлюється спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на проблематику перекладу та культурної адаптації мовних реалій на позначення їжі в контексті китайської літератури. Метою роботи є дослідити мовні реалії на позначення фруктів у романі “Подорож на Захід”: їжа як відображення казкової реальності роману. Об'єкт дослідження – мовні реалії на позначення фруктів у романі “Подорож на Захід”. Предмет дослідження – лінгвістичні особливості відображення їжі як казкової реальності роману. Матеріал дослідження – роман “Подорож на Захід” (“西游记” “Xīyóu jì”) (“Подорож на Захід”) мовою оригіналу (吴, 1950). Методи дослідження включають трансформаційний, дескриптивний, структурно-семантичний, дедуктивний методи, метод перекладацького аналізу тексту та метод зіставного та порівняльного аналізу.

На першому етапі ми розглянули теоритичну базу явища мовних реалій. Л. Ф. Чернікова та Л. В. Зубкова (2011) зазначають, що слова-реалії – це словникові одиниці, які означають предмети, поняття та ситуації, що не існують у практиці іншомовного соціального колективу. Теоретичні дослідження базувалися на позначенні фруктів у романі “Подорож на Захід”, а саме те, як вони стали відображенням казкової реальності роману. Семантичне поле “фрукти” у романі представлено широким спектром лексем, що відображають як реальні плоди, так і міфологізовані об'єкти. К. В. Дашкова зазначає, що лексико-семантичне поле утворює лексичні одиниці, які вступають у взаємні внутрішньомовні, зовнішньомовні і позамовні відносини (Дашкова, 2020). У створенні магічного реалізму твору, де певні плоди мають сакральне або символічне значення, провідну роль грають 仙桃 xiāntáo (персики безсмертя богині Сіванму), які символізують вічне життя, в той час, як 石榴 shíliú (гранат) асоціюється з достатком та родючістю. Проте найбільш часто вживаними є саме фрукти, які зустрічаються в буденності, наприклад 西瓜 xīguā (кавун). На другому етапі ми проводили аналіз використання художніх засобів. У тексті роману “Подорож на Захід” широко представлені: епітети (

金丸珠弹 jīnwán zhū tán – “золоті кулі й перлини” для опису слив та вишень), порівняння (脆李杨梅, 酸荫荫如脂酥膏酪 cuì lǐ yángméi, suān yīn yīn rú zhī sū gāo lào – “хрусткі сливи й воскові ягоди кислі та темнуваті, як жирне масло і варене м’ясо”). Третім етапом стало розглядання даоської ідеї гармонії між природою та людиною та вплив фруктів на соціальну ієрархію. Наприклад: 仙桃 xiāntáo (персики безсмертя богині Сіванму) доступні лише небожителям, тоді як 山药 shānyào (ямс) або 黄精 huángjīng (купена) споживаються простими смертними. Деякі фрукти мають медичні властивості: 栗 lì (каштан) і 茯苓 fúlíng (порія кокосоподібна) використовуються у цілющих відварах. На четвертому етапі провели перекладознавчий аналіз. Наприклад, фрукти у романі мають унікальні культурні конотації: 黄精 huángjīng – може бути передана як “жовта енергія” або “жовта купена”, залежно від контексту. Г. І. Приходько (2022) зазначає, що культурні конотації – це “оцінний ореол” лінгвокультури.

Отже, мовні реалії на позначення фруктів у романі “Подорож на Захід” слугують важливими символами міфологічних, соціальних та релігійних концептів китайської культури, є маркерами статусу персонажів та засобом відображення філософських ідей даосизму та буддизму. Лінгвістичний аналіз показав, що в романі зустрічаються як реальні плоди (хурма, гранат, яблука), так і міфологізовані (персики безсмертя, чарівні плоди). Їхні характеристики у тексті доповнені художніми засобами, що робить опис фруктів яскравим і насиченим.

ЛІТЕРАТУРА

- Дашкова, К. (2020). Поняття “лексико-семантичне поле” і його структура. *Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету*, (33), 56–60.
- Приходько, Г. (2022). Лінгвокультурологічні параметри феномену конотації. *Львівський філологічний часопис*, (11), 182–188.
- Чернікова, Л., Зубкова, Л. (2011). Мовні реалії та проблеми їх перекладу. *Культура народів Причорномор’я*, (216), 172–178.
- 吴, 承恩. (1950). 西遊記上/下. 中国古典文学读本丛书. 人民文学出版社.

ТІНІ НЕВІДОМОГО, ЧИ ФІЛОСОФІЯ АРТ-ГОРОРУ ЯК ДІАЛОГ З ВЛАСНИМИ ДЕМОНАМИ

Волгін В. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Саволайнен І. П.**

Кандидат філософських наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Парадокс серця – це правда чи тільки фантазування митців і філософів? Що змушує людей поколіннями йти до кінотеатрів задля фільмів, купляти книжки та, згідно з тенденціями останніх десятиліть, грати у комп’ютерні

ігри жанру “Горор”? І чи можна впевнено вважати комп’ютерну гру за арт-об’єкт, чи може вона викликати емоцію арт-горору?

У дев’яності роки минулого століття Ноель Керролл, видатний кінознавець і філософ, спробував розширити кругозір філософії естетики, написавши свій трактат “Філософія горору”. Ми ставимо на меті поглиблення у цю галузь, розбираючи котру, ми звернемось до класичних і сучасних наукових праць, а також – сьогоденних артоб’єктів естетики горору.

Перш за все, варто відповісти на питання “чи можемо ми вважати комп’ютерну гру мистецтвом?”. Підтвердження приналежності відеоігор до мистецької галузі засвідчив на юридичному рівні американський Верховний суд (Schiesel, 2011), що надалі дозволило з’явитись чималій кількості англومовних наукових праць, які намагаються зануритись у це явище детальніше. За яких умов відеогру можна вважати артоб’єктом горору? Згідно з “Філософією горору” (Carroll, 1990), здебільшого жанр “Горор” оповідний: у його подіях завжди фігурує аномальна постать чи істота (що розмежовує горор і казки, адже для казок не існує аномальних персонажів: вони завжди природні та вписані у правила світу), критерієм чого глядач, читач чи гравець має негативні, відразливі реакції від представників або мірил “нормальності” в оповіданні щодо аномальних створінь; також, ці аномалії поєднують у собі небезпечність та огидність – все це основні принципи, що розмежовують арт-горор від наближених галузей на кшталт трилеру чи бойовику.

Філософія горору стверджує, що споживач арт-горору отримує когнітивне задоволення від допитливості, яка підсилюється драмою процесу розкриття існування і можливостей аномальної сутності, а потім – спроможності їй протидіяти. Таким чином відчуття огиди та жаху – це плата, яка парадоксально несе у собі завороження проявами арт-горора, де занепокоєння компенсується зачарованістю процесом. Парадокс серця полягає у тому, що попри відразу цього досвіду, він привертає людський погляд своїми витворами незвичності та аномальності (Carroll, 1990). Особливе сприйняття реальності, яке бере початок у сюрреалістичній філософії Андре Бретона та Луї Арагона: “Що живе, а що мертво у творчості сюрреалізму?”; образи готики, романтизму, вплив німецького експресіонізму та тем сюрреалістичних письменників, як Маркіз де Сад тощо; аналіз людської психіки, одержимість образністю сновидінь; натхнення Клодом Кауном, Сальвадором Далі та багатьма іншими – все це чинники, які утворюють особливу естетику ігрової франшизи “Silent Hill”, що поєднуються з основними принципами горору, перетворюючи її на серію справжніх артоб’єктів горору (Keukelaar, 2021).

Чи може відеогра бути дзеркалом людської душі, а чи проявити світ її несвідомого? “Silent Hill 2” – особливий феномен і арт досвід, який дозволяє гравцеві нечувану свободу волі: даючи людині імітацію світу з своїми законами, гра зосереджується не на свідомих діях гравця, а на його несвідомих виборах, які жодним чином не промовляються у самій грі, і безпосередньо людина, яка крає, навіть не підозрюватиме, що їх скоїла (Şengün, 2013). Як часто гравець буде дивитись на ніж, а як часто – на фотографію дружини

його героя? Як часто наражатиме його на небезпеку; як бережно чи, навпаки, байдужно він ставитиметься до своєї несподіваної супутниці? Все це вибори, які робить наше несвідоме, при умові, що гравець не знає про ігрову механіку. Керролл доводить, спростовуючи теорію імітації теорією думки, що уявні події здатні викликати в людині справжні емоції, а не квазіемоції, навіть якщо людина не має переконання, що ці події реальні (Carroll, 1990). “Silent Hill 2” – це унікальний естетичний досвід, який відрізняється від традиційних форм мистецтва. Він розширює можливості для метареакції, поглиблює пізнання несвідомості гравця як впливу на зовнішній світ, його внутрішнього “Я”; дає новий погляд на ‘парадокс серця’ через інтерактивний ігровий процес.

Отже, відеоігри можуть бути артоб’єктами горору, заглиблюватись у філософські напрямки та розширювати межу взаємодії людини з власним “Я”, збагачувати шляхи саморефлексії та естетичного досвіду при справжніх емоціях та метаемоціях; допомогти дослідити вплив несвідомого на вчинки.

ЛІТЕРАТУРА

- Carroll, N. (1990). *The Philosophy of Horro*. Routledger.
- Keukelaar, M. (2021). *GAMES AS ART: SURREALIST INFLUENCES IN KONA-MI'S SILENT HILL SERIES*. Keukelaar, Meredith.
- Schiesel, S. (2011). *Supreme Court Has Ruled; Now Games Have a Duty*.
<https://www.nytimes.com/2011/06/29/arts/video-games/what-supreme-court-ruling-on-video-games-means.html>.
- Şengün, S., Koenitz, H., & Çatak, G. (2013). Silent Hill 2 and the Curious Case of Invisible Agency. *Lecture Notes in Computer Science*, vol 8230. Springer, Cham.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-02756-2_22

ІЛЮЗІЯ ДОСТАТКУ, СПОЖИВАЦТВО ТА ПОШУК АВТЕНТИЧНОСТІ

Воробйова С. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Саволайнен І. П.**

кандидат філософських наук, доцент,

Київський національний лінгвістичний університет

Глобалізація, розвиток ринкової економіки, технологічний прогрес зумовили виникнення та швидке розповсюдження такого феномена, як консюмеризм. Який ліг в основу нового соціально-економічного ладу, що перетворив споживання з функціональної потреби в механізм самовираження.

У контексті постмодернізму, консюмеризм постає як форма соціальної маніпуляції, де індивід ідентифікує себе через бренди та матеріальні блага, втрачаючи власну унікальність. Товари та послуги отримують символічний характер, а оцінювання індивіда відбувається не по його заслугах, а з

тих предметів та речей, які він споживає. Все, що раніше сприймалося безпосередньо, відтепер відтиснуто в уявлення (Debord, G, 1967).

Аналіз проблеми достатку, споживання, пошуку автентичності стає об'єктом філософського аналізу в роботах, Ж. Бодрійяра, М. Вебера, Т. Веблена, Г. Дебора, Г. Маркузе, Ф. Фукуями, О. Висоцької, О. Цинтили та інших.

Надмірне споживання є основним двигуном сучасної економіки, заснованої на постійному зростанні попиту. Це призводить до надмірної експлуатації ресурсів, та загрожує екологічній стабільності. Надспоживання створює нові робочі місця, поряд з тим, виснажує ресурси землі та забруднює її. Ринкова економіка стимулює консюмеризм через рекламу, кредитну систему та планове застарювання товарів, що призводить до формуванню культури “одноразового” споживання.

У суспільстві, яке орієнтоване на споживача, усе стає товаром, у тому числі соціальні відносини й культурний досвід. Замість споживання товарів, люди споживають їхні образи та інші форми репрезентації, які надають опосередкованості самому існуванню (Debord, G, 1967). Ринок створює штучні потреби, що маскують справжні цілі, а соціальні мережі перетворюють особистий досвід на перформанс та гонитву за вподобайками.

Масове споживання стає механізмом соціальної інтеграції, де участь у споживчих практиках (наприклад, покупка останніх моделей гаджетів) є умовою приналежності до певних соціальних груп. Молодь часто ідентифікує себе через бренди та матеріальні блага, що призводить до втрати традиційних цінностей та культурних норм. Якщо раніше особистість формували сімейні цінності, соціальні зв'язки та її духовний стан, то зараз її формують тренди. Ми вже не споживаємо речі, а речі споживають нас (Бодрійяр, Ж, 2004)

Споживацтво формує культурні та соціальні норми, трансформуючи моделі поведінки сучасної людини, де споживання постає новим індикатором соціального статусу та служить сигналом приналежності до еліти.

Культура “швидкої моди” та одноразового використання призводить до знецінення ресурсів та посилення екологічних проблем. Суспільство жертвує ресурсами заради ілюзії прогресу. Багато людей не усвідомлюють, або усвідомлено уникають відповідальності за надспоживання. Виробництво та утилізація товарів супроводжується викидами CO₂, забрудненням та знищенням цілих екосистем. Так, наприклад, індустрія моди входить в топ найбрудніших секторів економіки, після нафто-газової промисловості.

Етична дилема, що виникає між свободою вибору та відповідальністю, може бути реалізована у віднайдені балансу між споживанням та виробництвом товарів та послуг.

У світлі масового споживання набуває актуальності проблема втрати та пошуку ідентичності. Консюмеризм пропонує ідею конструювання “Я” через споживання. Гаджети, мода, бренди все це постає маркерами особистих цінностей та соціального статусу. В світлі ослаблення традиційних інститутів такі процеси призводять до розпорошення та пошуку нових способів самовираження.

Субкультури виникають як форми культурного супротиву системним нормам. Сьогодні, ми спостерігаємо новий феномен, коли субкультури перетворюються на ринкові ніші, в яких бунт, естетика і ідентичність перетворюються на товар. Субкультура народжується як протест, але вмирає, коли її символіку краде маркетинг (Hebdige, D, 1979).

Субкультури, що спрямовані на захист навколишнього середовища, стимулюють попит на еко-товари; блогери популяризують стилі та субкультурні коди через розповсюдження маркетингових стратегій; антисистемні ідеї втрачають першопочатковий зміст і перетворюються на модний декор; соцмережі генерують перегляди контенту, перетворюючи нішові стилі на масовий попит; монітизуючи його.

Масове споживання стало засобом інтеграції у сучасні субкультури. Проте консюмеризм має свої недоліки. Суспільство все менше цінує дружбу, любов та родину. Миттєве задоволення психологічно впливає на людей. Щоб отримувати насолоду тепер потрібно весь час щось купувати, але ця насолода не має тривалого ефекту і швидко згасає, що спонукає людей купувати більше і більше, щоб знову відчувати насолоду. Єдиний спосіб вижити в світі імімулякрів – грати з ними, але не вірити в них.

ЛІТЕРАТУРА

Бодрійяр, Ж. (2004) *Симулякри і симуляція*. Київ, Основи.

Debord, G. *Society of the Spectacle*. (1967). Marxists Internet Archive.

<https://www.marxists.org/reference/archive/debord/society.htm>

Hebdige, D. (1979) *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge.

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ (НА ОСНОВІ ПРОМОВ ПРЕМ'ЄР-МІНІСТРА ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ КІРА СТАРМЕРА)

Воронова В. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Ананко Т. Р.

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Політичний дискурс, як форма соціальної комунікації, відіграє ключову роль у формуванні громадської думки та досягненні політичних цілей. Він не лише відображає реальність, але й активно конструює її через мовні засоби (Fairclough, 1995). Одним із найважливіших інструментів політичного дискурсу є комунікативні стратегії – навмисні способи використання мови для впливу на аудиторію, які включають аргументацію, персуазивність, використання метафор та формування солідарності (Van Dijk, 1997). Метою даного дослідження є виявлення та аналіз комунікативних стратегій, які використовує прем'єр-міністр Великої Британії Кір Стармер у своїх публічних промовах, які стосуються

ключових тем його політичної діяльності: економічної політики, соціальної справедливості, освіти та охорони здоров'я. Ці промови були виголошені у 2023 році та опубліковані на офіційному сайті Лейбористської партії Великої Британії (Labour Party, 2023).

Комунікативні стратегії в політичному дискурсі визначаються як набір мовних прийомів, спрямованих на досягнення конкретних комунікативних цілей. Згідно з підходом Т. ван Дейка (Van Dijk, 1997), до таких стратегій належать:

1) аргументація – використання логічних доказів, фактів та статистики для підтвердження позицій;

2) персуазивність – це комунікативна стратегія, спрямована на вплив на думки, погляди або поведінку аудиторії через використання мовних засобів, які викликають емоційний або раціональний відгук;

3) солідарність – використання інклюзивної мови для створення відчуття єдності та спільної відповідальності (Beard, 2000).

Політичний дискурс характеризується також використанням різноманітних стилістичних прийомів, зокрема метафор як символів, що створюють яскраві образи та сприяють кращому розумінню ідей (Lakoff, 2004);

Політичний дискурс, як підкреслює Н. Ферклоу (Fairclough, 1995), є формою соціальної практики, яка не лише відображає, але й активно формує суспільну думку. Особливістю англomовного політичного дискурсу є його орієнтація на логічну аргументацію та емоційну переконливість, що робить його ефективним інструментом впливу (Chilton, 2004).

У своїх промовах Кір Стармер активно використовує різноманітні комунікативні стратегії, що робить його виступи переконливими та ефективними.

1. Аргументація

У промові про економічну політику К. Стармер наводить конкретні дані для підтвердження своїх тез: *“Investing in green energy will not only reduce emissions but also create over 400,000 new jobs by 2030”* (Starmer, 2023a). Ключові елементи, які підкреслюють ефективність цієї стратегії, включають:

“reduce emissions” – акцент на екологічній відповідальності;

“create over 400,000 new jobs” – конкретний аргумент, спрямований на переконання аудиторії.

Ця стратегія, заснована на логічних доказах, робить його аргументи переконливими та сприяє формуванню довіри з боку аудиторії (Charteris-Black, 2014).

2. Персуазивність

У промові про соціальну справедливість К. Стармер використовує емоційно забарвлені слова та риторичні прийоми: *“We must tear down the walls of inequality and build bridges to a fairer future”* (Starmer, 2023b). Емоційний вплив досягається за рахунок таких елементів:

“tear down the walls” – сильний образ подолання перешкод;

“build bridges” – символ єдності та прогресу;

“fairer future” – апеляція до справедливості.

Ця фраза не лише викликає емоційний відгук, але й створює образ подолання перешкод, що є ключовим для персуазивності (Reisigl & Wodak, 2001).

3. Використання метафор

У промові про освіту Стармер застосовує метафору “bridge”: “*Education is the bridge that connects our children to their dreams.*” (Starmer, 2023c). Ця стратегія спирається на такі елементи:

“bridge” – метафора, яка підкреслює зв’язок між освітою та успіхом;

“connects our children to their dreams” – емоційний образ майбутнього.

Ця метафора створює яскравий образ, який підкреслює важливість освіти та її роль у досягненні успіху (Lakoff, 2004).

4. Солідарність

У промові про охорону здоров’я Стармер використовує інклюзивну мову для створення відчуття єдності: “*Together, we have faced the challenges of the pandemic, and together, we will rebuild a stronger NHS*” (Starmer, 2023d). Ключові елементи цієї стратегії включають:

“together” – інклюзивна мова, яка створює відчуття єдності;

“rebuild a stronger NHS” – акцент на спільній відповідальності.

Ця стратегія сприяє формуванню довіри та підкреслює спільну відповідальність (Beard, 2000).

Аналіз промов Кіра Стармера дозволяє зробити висновок, що він активно використовує різноманітні комунікативні стратегії, такі як аргументація, персуазивність, використання метафор та солідарність. Ці стратегії роблять його промови ефективними та переконливими, що сприяє залученню підтримки з боку аудиторії. Дослідження підкреслює важливість аналізу комунікативних стратегій для розуміння механізмів впливу політиків на суспільство. Перспективою подальших досліджень може бути порівняльний аналіз стратегій, які використовують різні політичні лідери.

ЛІТЕРАТУРА

Beard, A. (2000). *The Language of Politics*. Routledge.

Charteris-Black, J. (2014). *Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor*. Palgrave Macmillan.

Chilton, P. (2004). *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. Routledge.

Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Longman.

Labour Party. (n.d.). *Official website of the Labour Party*.

<https://labour.org.uk>

Lakoff, G. (2004). *Don't Think of an Elephant!: Know Your Values and Frame the Debate*. Chelsea Green Publishing.

Reisigl, M., & Wodak, R. (2001). *Discourse and Discrimination: Rhetorics of Racism and Antisemitism*. Routledge.

Starmer Keir (2023a, December 4). *Keir Starmer's speech on economic policy*. Comment. LabourList.

<https://labourlist.org/2023/12/keir-starmer-full-economy-speech-resolution-foundation-today-policy-spending-public-services/>

- Starmer Keir (2023b, March 23). *A Britain where families once again feel safe on their streets. Starmer's speech*. Comment. LabourList.
<https://labourlist.org/2023/03/a-britain-where-families-once-again-feel-safe-on-their-streets-starmer-speech/>
- Starmer Keir (2023c, July 6). *Keir Starmer's speech on education*. Comment. LabourList.
<https://labourlist.org/2023/07/read-full-keir-starmer-mission-speech-on-opportunity-education-and-childcare/>
- Starmer Keir (2023d, May 22). *Keir Starmer's speech on healthcare*. Comment. LabourList.
<https://labourlist.org/2023/05/keir-starmer-read-watch-speech-full-today-nhs-health-mission/>
- Van Dijk, T. A. (1997). *Discourse as Structure and Process*. Sage Publications.

СИНТАКСИЧНА СПЕЦИФІКА КИТАЙСЬКОГО ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ ТА ЇЇ ТРАНСФОРМАЦІЯ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ

Воронова В. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Щербаков Я. І.**

Кандидат філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

Актуальність теми обумовлена тим, що китайська мова, з її унікальним синтаксисом, становить значний виклик для перекладачів, особливо у сфері художньої літератури. Відмінності в синтаксичній структурі китайської та української мов вимагають глибокого аналізу та адаптації під час перекладу. Метою дослідження є виявлення основних синтаксичних особливостей китайського художнього тексту та аналіз їхньої трансформації в українському перекладі.

Синтаксичні особливості китайської мови проявляються, перш за все, у відсутності морфологічних змін і наголошенні на порядку слів. Як зазначає Лі Сінлян (2015), китайська мова використовує жорсткий порядок слів (у більшості випадків структура SVO – підмет, присудок, додаток), що відрізняє її від української з її вільним порядком слів. Наприклад, у реченні “他看书” (Tā kàn shū – “Він читає книгу”) зміна порядку слів призведе до втрати сенсу. Крім того, китайська мова часто використовує тема-рематичну структуру, де тема (тема речення) ставиться на початок, а рема (нова інформація) – наприкінці (朱德熙, 2010). Наприклад, у реченні “昨天, 我见到了他” (Zuótiān, wǒ jiàn dào le tā – “Вчора я зустрів його”) темою є “вчора”, а ремою – “я зустрів його”. У перекладі українською мовою така структура може бути змінена: “Я зустрів його вчора”, що зміщує акцент на дію, а не на час.

Крім того, китайська мова характеризується паратактичними конструкціями, тобто використанням коротких, незалежних речень (Li, & Thompson, 1989). Це створює динамічний ритм тексту, який часто втрачається

під час перекладу. Наприклад, у творі Лу Сяня “阿Q正传” (“Справжня історія А Q”) зустрічаються такі речення: “阿Q没有家，他住在未庄的土谷祠里” (“А Q не має дому, він живе в храмі Тугу в селі Вейчжуан”). У перекладі українською мовою такі речення часто об’єднуються для збереження плавності тексту. Або, наприклад, у творі Мо Яня “红高粱” (“Червоний гаолян”) речення “高粱红了，天空也红了” (Gāoliang hóng le, tiānkōng yě hóng le – “Гаолян почервонів, небо також почервоніло”) може бути перекладено як “Поле гаоляну набуло червоного відтінку, і навіть небо здавалося червоним”. Такий переклад додає описовості, але може втратити лаконічність оригіналу.

При перекладі українською мовою важливо зберегти як структурні особливості, так і стильові нюанси оригіналу. Наприклад, повторення може бути перетворене у форму алітерації або ритмічної побудови: “Гори залишаються горами, а вода тече своєю течією” (Кочерга, 2015). Перекладачі також адаптують синтаксис, додаючи вставні слова для компенсації стилістичних елементів: “月光下，他沉思良久” (Yuèguāng xià, tā chénsī liángjiǔ – “У світлі місяця, він довго задумувався”) може бути перекладено як “Під місячним сяйвом він довго та глибоко міркував” для збереження образності (Li, & Thompson, 1989). Використання інверсії є частим прийомом для підсилення емоційного забарвлення в перекладі (Ніколаєва, 2010).

Для збереження смислу та стилю оригіналу перекладачі використовують різні стратегії. Однією з них є парафраз, який дозволяє адаптувати синтаксичні структури до норм української мови (Ніколаєва, 2010). Наприклад, у реченні “他一边吃饭，一边看书” (Tā yībiān chīfàn, yībiān kànshū – “Він їв і одночасно читав книгу”) український переклад може звучати як “Він читав книгу під час їжі”, що зберігає смисл, але змінює структуру.

Іншою стратегією є використання додаткових службових слів. Наприклад, у реченні “她很高兴” (Tā hěn gāoxìng – “Вона дуже рада”) український переклад може включати додаткові деталі: “Вона почувається дуже щасливою”, що додає емоційного забарвлення.

Синтаксичні особливості китайської мови, такі як жорсткий порядок слів, тема-рематична структура та паратактичні конструкції, значно впливають на стиль художнього тексту. Під час перекладу українською мовою необхідно знаходити баланс між збереженням оригінальної структури та адаптацією до норм української мови. Дослідження підкреслює важливість глибокого розуміння обох мов для якісного перекладу.

ЛІТЕРАТУРА

- 李, 新良. (2015). 现代汉语句法. 北京大学出版社.
- 朱, 德熙. (2010). 语法讲义. 上海大学出版社.
- Li, C. N., & Thompson, S. A. (1989). *Mandarin Chinese: A Functional Reference Grammar*. University of California Press.
- Ніколаєва, С. Ю. (2010). Теорія і практика художнього перекладу. *Києво-Могилянська академія*.
- Кочерга, О. В. (2015). *Особливості перекладу китайської художньої літератури українською мовою*. Видавництво КНУ.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НАЗВ КОРЕЙСЬКИХ МАНХВ

Гакова В. Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Тогобицька А. І.

Старший викладач

Київський національний лінгвістичний університет

Зі стрімкою популярністю корейської культури за кордоном у наш час дуже багато людей різного віку та національності споживають різноманітний контент, починаючи від корейських серіалів – дорам, закінчуючи корейськими коміксами – манхвами. І, як зі звичайною книжкою, не мало людей перед початком читання дивляться в першу чергу на 2 речі: обкладинка та назва. Цікава назва може спонукати ознайомитися з твором ближче, але не завжди назва є легкою у перекладі на інші мови. Корейська мова унікальна, тільки назву твору можна написати за допомогою низки її особливостей.

Як пише Maurizio Viezzi(2013), практика перекладу назв характеризується різними стратегіями, від “дослівного” перекладу, до створення абсолютно нових назв для цільової аудиторії, не пов’язаних з вихідними назвами. Тому деякі перекладачі відкидають слово “переклад”, використовуючи терміни “адаптація”, “транспозиція” та “заміна”. Але хоча небажання присвоєння статусу “перекладу” зв’язку між вихідною та цільовою назвою та може бути певною мірою виправданим, слід також зазначити, що вихідна та цільова назва обов’язково пов’язані (с. 379). Наприклад, це може бути дотичність до сюжету твору. Яскравим прикладом повної заміни назви для зацікавлення читача є одна з корейських манхв “참아주세요, 대공”, що дослівно перекладається як “Прошу, потерпіть, ерцгерцог”. Але при перекладі на інші мови використовується назва “У пошуках Камелії” (“Finding Kamellia”), що посиляє читача до головної героїні твору та загального сюжету манхви.

Щоб зробити назву цікавою для потенційного читача, автори манхв використовують у них притаманні корейській мові особливості, які можуть викликати труднощі при перекладі на цільову мову:

1. Деякі слова корейської мови мають однакове значення, але використовуються в різних контекстах, або ж одне й те саме слово в поєднанні з іншими може мати діаметрально протилежне від першочергового значення. Вибір правильного еквіваленту залежить від контексту, у якому воно використовується. Наприклад, манхва “개짖”, дослівно може перекладатися як “Собача поведінка”, оскільки складається з двох слів “개” – як “собака”, та “짖” – як “поведінка, жест, рух”. І хоча собаки здебільшого асоціюються з чимось милим та хорошим, поєднання цих двох слів у корейській мові означає “гидку поведінку”.

2. Ідіоми та скорочення. Ідіоматичні вирази часто використовуються навіть у повсякденному житті і їх важко перекладати, оскільки сенс не

відображається буквально. Перекладач повинен знайти еквівалент, який збереже або передасть сенс ідіоми в мові-цілі. Манхва “나 홀로 버그로 꿀빠는 플레이어” не має єдиного перекладу через фразу 꿀빠다, якої немає в словниках. Якщо дослівно, це перекладається як “смоктати мед”, але це ідіома, що означає “перебувати в більш комфортному стані, ніж інші”, тобто брати все тільки найсмачніше та найкраще. Тобто назву можна перекласти як “Гравець, який наодинці використовує баги”, “Я гравець, який наодинці використовує всі привілеї багів”, “Я гравець баго-юзер” та інші. Манхву “악녀의 남주님” перекладають як “Герой для лиходійки” або “Герой лиходійки”. Насправді, слово 남주님 не знайти в жодному словнику і навіть перекладач не зможе дати визначення, роблячи з цього слова ім’я Намджун, тому це може поставити у важке становище. Корейці дуже люблять скорочення, утворюючи з 2-4 слів одне. Тут та сама ситуація: 남주 – це скорочення від 남자 주인공 – “чоловічий головний герой”. Згідно цього, переклади назви є не точними, оскільки “герой” може означати також того, хто просто рятує когось.

3. Ономатопея, міметичні та повторювані слова. Корейська мова містить дуже багато звуконаслідувальних слів, які носії постійно використовують, на відміну від українців. Також для посилення значення/ступеню слова у корейській мові відбувається подвоєння складів. Наприклад, манхва “기괴 괴괴”. 기괴하다 – означає “дивний, страшний, зловісний”. Подвоєння у назві перших двох складів вказує на посилений ступінь жаху, який дає читачу ця історія. Хоча при перекладі на англійську назву адаптували більш містичніше, без натяку на жакіття – “Tales of the Unusual” (“Казки про незвичайне”).

4. Запозичення та транслітерація з іноземних мов. Сучасні корейці активно запозичують у свою мову іноземні слова. Це не обійшло назви манхв, які можуть записуватися за допомогою транслітерації. “아텔라이드의 라 돌체 비타” має переклад “Щасливе життя Аделаїди”, при чому друга половина назви – це італійська фраза “La Dolce Vita” написана корейськими буквами. “쌍커풀” – “Мислитель” та “징크스” – “Jinx”, що має значення “той, хто проклятий або не має вдачі” – конгліші.

5. Імена. Часто частиною назви є ім’я головного героя, але за відсутності єдиної транслітерації на українську мову переклад може різнитися залежно від перекладача.

ЛІТЕРАТУРА

Зенко. Взято 16 березня 2025 року з <https://zenko.online/>
Viezzi, Maurizio (2013). Titles and translation. *VAKKI Publications* 2. Vaasa, 374–384.

https://www.vakki.net/publications/2013/VAKKI2013_Viezzi.pdf

WEBTOON. Взято 16 березня 2025 року з <https://www.webtoons.com/en/>

네이버 웹툰. Взято 16 березня 2025 року з <https://comic.naver.com/index>

СПОСОБИ ЕВФЕМІЗАЦІЇ В СУЧАСНІЙ АРАБСЬКІЙ МОВІ

Гальчинська В. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Рибалкін В. С.

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Евфемізм, що на думку більшості дослідників є словом або виразом, яке замінює інше, неприємне чи грубе, висловлювання, є одним з найпоширеніших мовних явищ у багатьох мовах світу. Цей стилістичний прийом відіграє важливу роль в історії розвитку суспільства та його мови, відображаючи моральну та духовну культуру, цінності, спосіб мислення і світосприйняття індивіда та етнокультурної спільноти. (Khanfar, 2012)

Евфемізми здебільшого використовуються для уникнення образи, яка може виникнути під час порушення табуованої теми, наприклад релігії, смерті, політики або соціальних питань.

Б. Воррен (1992) виділив два способи творення евфемізмів, а саме – формальна інновація та семантична інновація. (с. 133)

Формальна інновація включає засоби словотвору, фонетичну модифікацію та запозичення.

До засобів словотвору, що беруть участь в евфемізації відносяться: словоскладання – поєднання двох окремо нейтральних слів; деривація – процес створення нових слів або форм з уже існуючих, за допомогою додавання префіксів, суфіксів чи інших афіксів; акроніми – поєднання перших літер або частин кількох слів; онomatopoeia – використання звуків, що виникають під час певної дії, для позначення самої дії.

За фонетичної модифікації форма образливого слова видозмінюється. Евфемізація за допомогою фонетичної модифікації включає в себе: зворотний сленг – вимову слів у зворотньому порядку (*epar* замість *rare* – “зівалтування”); римований сленг – використання рими для заміни грубих чи табуованих слів (наприклад, *Bristols* замість *breasts* – “груді”); фонемна заміна – заміна одного звука в слові на інший, щоб змінити звучання, зберігаючи при цьому його основне значення. (Warren, 1992)

Серед основних засобів формальної інновації в арабській мові для утворення евфемізмів можна виділити словоскладання (наприклад, *بيت الخلاء* – дослівно “будинок спорожнення”, замість *مرحاض* – “туалет”; *كبير السن* – дослівно “великий за віком” замість *عجوز* – “старий”), деривацію (*التخفيض* – “зменшення” для позначення жіночого обрізання замість *ختان الأنثى*) та запозичення (*لانجري* – “білизна”, від французького *lingerie*, використовується замість *داخلية*; *ملايس*; *فوربيدن* – “заборонений” від *forbidden* (“заборонений”), використовується для позначення табуованих тем; *حمام* – “туалет” від турецького *hamam*).

За Б. Ворреном (1992), семантичні інновації передбачають створення нового значення для вже існуючого слова чи словосполучення. До них

належать: конкретизація – використання загального терміну, який потребує додаткової уточнюючої інформації для того, щоб набрати конкретного значення в певному контексті; імплікація – слово або вираз, за допомогою додаткових значень, натякає на табуйоване поняття; метафора – вживання слова або виразу не в прямому значенні, а переносно, для позначення іншого предмета чи явища на основі їх схожості або асоціацій; метонімія – заміна слова або виразу іншим, таким, що знаходиться в тісному асоціативному зв'язку з першим, заснованому на близькості об'єктів або їх функціональній, просторовій чи причинно-наслідковій взаємодії, реверсія або іронія – використання позитивного або нейтрального слова чи виразу для позначення чогось негативного або неприємного, часто з саркастичним відтінком; применшення – вживання виразу або слова для опису чогось через зменшення його значення; перебільшення або гіпербола – надмірне збільшення або розширення властивостей предмета чи явища. (с. 133)

До засобів семантичної евфемізації представлених в арабській мові можна віднести конкретизацію (المواد الإخراجية – дослівно “видільні речовини” як евфемізм для البراز – “фекалії”); імплікацію (قضاء وقت ممتع – “приємне проведення часу”, що часто імплікує заняття, пов'язані з вживанням заборонених речовин), метафору (تحت الطاولة – дослівно “під столом” як евфемізм для позначення нечесних або незаконних дій, наприклад, хабарництва; جاءني – “вони прийшли до мене”, الجيش الأحمر – “червона армія” – вирази, що іноді вживаються для позначення менструації), метонімія (الوضوء – “омовіння”, що у розмовній мові може використовуватися для завуальованого позначення відвідування туалету); применшення значення (ذو احتياجات خاصة – “людина з особливими потребами” замість معاق – інвалід; يمر بظروف صعبة – “переживає складні обставини” замість فقير – “бідний, у злиднях”) та гіперболу (شهيد الواجب – “мученик обов'язку” замість “загиблий на роботі або у військових діях”).

А. М. Саліх (2018) зазначає, що для арабської мови також є характерним явище антономазії як різновиду метонімії, що полягає у вживанні власного імені замість загального. Імена племен, регіонів, товарів, а також людських якостей, таких як щедрість, хоробрість, мудрість тощо, виникли завдяки тому, що певні особи або спільноти стали легендарними носіями цих характеристик. Подібним чином існують евфемістичні вирази, пов'язані з психічними розладами. Так, божевільну людину називають بهلول, що походить від імені Баглюля – мудрого дурня, який жив у IX столітті й став культурним архетипом блазня-мудреця. (с. 36)

Отже, евфемізація в арабській мові здійснюється через формальну інновацію, семантичні зміни та синтаксичні засоби, зокрема перифразу, метафору, метонімію та іронію. Вона відображає культурні та соціальні норми, допомагаючи пом'якшувати висловлювання та зберігати мовний етикет.

ЛІТЕРАТУРА

- Warren, B. (1992). What euphemisms tell us about the interpretation of words. *Studia linguistica*, 46(2), 128–172.
- Khanfar, A. M. (2012). Euphemism in Arabic: Typology and formation. *Journal of the College of Arts*, 61, 1–34.
- Salih, A. M. (2018). The Creation of Euphemism in English and Arabic. *Journal of Al-Frahids Arts*, 1(32).

ХУДОЖНЄ МОДЕЛЮВАННЯ ЕКРАННОГО ХРОНОТОПУ: ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ І ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧІ АСПЕКТИ

Гаркавенко Д. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Галич О. Б.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Екранний хронотоп у кіно та серіалах є одним із найважливіших засобів художньої виразності, який формує загальне сприйняття глядачем історичного контексту та сюжетної динаміки. Серіал *The Last Kingdom* демонструє, як можна вибудовувати історичний наратив, балансуючи між достовірністю та художнім переосмисленням. Водночас адаптація такого проєкту для української аудиторії створює низку складних викликів: як точно передати часові реалії, які не мають прямих аналогів у нашій культурі? Які стратегії допомагають зберегти атмосферу історичної достовірності? Як мовні особливості впливають на сприйняття хронології подій? Ці питання перебувають у центрі мого дослідження.

Для досягнення визначених цілей у дослідженні використовуються різні методи, що взаємно доповнюють один одного. Порівняльний аналіз англomовного сценарію та українського перекладу дозволяє виокремити три основні аспекти екранного хронотопу: історичний, наративний і художній час. Контекстуальний аналіз ключових історичних і культурних маркерів допомагає виявити їхню роль у побудові загального хронологічного каркасу твору та специфіку їхньої передачі в перекладі. Дискурс-аналіз дає змогу простежити лексичні та стилістичні особливості перекладу, а метод якісного аналізу дозволяє оцінити сприйняття перекладу глядачами та його вплив на розуміння історичної динаміки серіалу.

Однак адаптація датувань, історичних реалій та часових концептів виявляється одним із найскладніших завдань. Перекладачі використовують різні підходи – від буквального калькування до компенсації та зміщення акцентів, намагаючись досягти балансу між точністю та природністю. Проте будь-які зміни у хронологічній структурі можуть істотно впливати на сприйняття історичних подій, формуючи когнітивні образи минулого в свідомості глядачів.

Дискурс-аналіз українського перекладу виявив, що вибір термінології та стилістичних маркерів відіграє ключову роль у формуванні сприйняття серіалу. Наприклад, староанглійські поняття, які в оригінальній версії мають чітку конотацію, можуть втратити свою глибину у перекладі, якщо не буде знайдено точних еквівалентів. Це змушує перекладачів не лише працювати з текстом, а й глибоко занурюватися в історичний та культурний контекст, аби передати автентичність оригіналу.

Дослідження триває, і його результати продовжують уточнюватися. На даному етапі можна стверджувати, що переклад екранного хронотопу – це не просто лінгвістичний процес, а складний міжкультурний діалог, що вимагає комплексного підходу. Успішність адаптації залежить від поєднання мовних, історичних та культурних факторів, а також від здатності перекладача враховувати когнітивні особливості цільової аудиторії. Подальші етапи дослідження дозволять поглиблено розглянути вплив конкретних перекладацьких стратегій на сприйняття історичного наративу українськими глядачами.

ЛІТЕРАТУРА

- Bassnett, S. (2014). *Translation Studies*. (4th ed.) Routledge
- Venuti, L. (2012). *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. (2nd ed.) Routledge.
- Williams, J., & Chesterman, A. (2014). *The Map: A Beginner's Guide to Doing Research in Translation Studies*. Routledge.

КОГНІТИВНО-СЕНСОРНА ПРИРОДА СИНЕСТЕЗІЙНИХ МЕТАФОР: ВАРІАТИВНІСТЬ МОДЕЛЕЙ У ПОЕЗІЇ УКРАЇНСЬКИХ ТА ГРЕЦЬКИХ СИМВОЛІСТІВ

Герасімова І. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Корольова А. В.**

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Когнітивна поетика, згідно з Пітером Стоквеллом (Stockwell, 2020), – це міждисциплінарна галузь, яка досліджує ментальні механізми породження, структурування та інтерпретації художнього тексту. Одним із ключових понять у цьому контексті є когніція, яка за визначенням Маргарет Фріман (Freeman, 2009), є процесом осмисленого сприйняття та поєднує сенсорну перцепцію, пам'ять, емоційну реакцію, асоціації та концептуалізацію досвіду. Сенсорні модальності – зір, слух, дотик, смак, нюх – виступають як первинні канали сприйняття, які взаємодіють у межах складних когнітивних процесів формування синестезійних метафор.

Когнітивно-сенсорна природа синестезійних метафор у поезії українських та грецьких символістів розкриває глибинні механізми взаємодії мови, чуттєвого досвіду та образного мислення. У фокусі перебувають процеси, за допомогою яких поетичне мовлення трансформує багатоканальні сенсорні враження у складні образи, що не лише передають досвід, а й активізують емоційну пам'ять і перцептивне співпереживання читача. Синестезія, згідно з підходом Дж. Лакоффа та М. Джонсона, характеризується когнітивною здатністю, яка автоматично поєднує різні сенсорні модальності. Її метафоричне втілення (синестезійна метафора) виступає результатом концептуальної інтеграції, асоціативної синтези, семантичного перенесення чи крос-модальної переробки, у результаті чого формується новий ментальний простір – поетичний бленд. Саме на цій когнітивній основі розгортаються метафоричні образи в символістській поезії, що тяжіє до передання “позаслівного”, надчуттєвого досвіду.

В українській поезії межі XIX–XX століть (Микола Вороний, Михайло Драї-Хмара, рання творчість Павла Тичини) простежується активне використання синестезійних метафор, у яких *зорові* враження поєднуються з *дотиковими*, *слуховими* або *емоційними*. Домінантною модальністю виступає зір, який часто слугує точкою перетину для інших сенсорних сфер. Так, у рядку Миколи Вороного “*холодні хмари залягли блакить*” візуальний образ (хмари, блакить) поєднується з тактильною (температурною) характеристикою (“холодні”), що викликає фізичне відчуття прохолоди, підсилене зоровим враженням. Михайло Драї-Хмара в поетичному образі “*сонцем бризка клечальна неділя*” використовує накладання зору, дотику й смаку, де сонячне світло метафорично сприймається як рідина, що “*бризкає*”, викликаючи асоціації з тілесним досвідом.

Використанні синестезійні метафори постають як прояв когнітивно-сенсорної обробки досвіду, що дозволяє мові моделювати перехід між різними каналами сприйняття. Вони втілюють здатність поетичного мислення інтегрувати зорові, слухові, дотикові та інші враження у єдиний семантичний образ, через який ментальний і тілесний досвід набуває вербального втілення. За допомогою таких метафор поети трансформують конкретні сенсорні враження в символічні образи, що викликають у свідомості читача багатопланову перцепцію. Концептуальна структура таких метафор базується на принципі проєкції з однієї сенсорної сфери в іншу, що відображає ментальну здатність до перенесення чуттєвого досвіду. Сама когнітивна природа таких образів проявляється у створенні ментального простору, в якому злиття модальностей забезпечує глибину естетичного сприйняття. Характерне для українських поетів-символістів тяжіння до зорово-дотикових і зорово-емоційних синестезійних моделей можна пояснити кількома чинниками. По-перше, це глибока укоріненість у фольклорній традиції, де образи природи мають не лише описову, а й емоційно-інтуїтивну функцію. По-друге, український поетичний текст цієї доби тяжіє до “живописної” метафори, в якій ландшафт та явища природи виступають фокусом сенсорної чуттєвості. По-третє, характерне

для символістського світовідчуття прагнення до гармонізації зовнішнього і внутрішнього світу, матеріального та духовного, часто реалізується через синестезійні перенесення, де зір поєднується з внутрішніми переживаннями або тілесним сприйняттям.

У грецькій поезії символістів (Костіс Паламас, Константинос Хадзопулос, Ангелос Сікеліянос) переважають моделі слух-зір та дотик-емоція. Так, у рядках Константиноса Хадзопулоса, “*ἡ ζωὴ μία δροσὰ εἶναι, ἔνα κῆμα*” метафора “життя як прохолода та хвиля” базується на накладанні температурного, акустичного й емоційного досвіду. Рядок “*σοῦ εἶναι ὁ πόνος μου χάδι*”, у якому біль наділяється властивістю ласки, створюючи парадоксальну, проте емоційно глибоку образність, що передає трансформацію страждання в акт емоційної близькості.

У грецького символіста Ангелоса Сікеліяноса синестезія проникає в релігійно-містичний досвід: “*ἡ σιγὴ τῆς λαμπρότητας*” (мовчання сяйва) апелює одночасно до слуху, зору та внутрішнього емоційного стану.

Порівняльний аналіз засвідчує, що обидві поетичні традиції демонструють багатство когнітивних стратегій у моделюванні синестезійних образів. Утім, якщо в українських символістів простежується тяжіння до пейзажної образності, прив’язаності до природи як доносителя сенсорних вражень, то грецькі поети частіше апелюють до тіла, емоцій та духовної трансцендентності. Це корелює з культурно-ментальними домінантами – українським фольклоризмом, природним космізмом і грецькою тілесною експресивністю в культурній традиції.

Таким чином, синестезійні метафори в українській поезії функціонують не лише як стилістичний засіб, а як складний когнітивний механізм, що моделює світ як багатоканальний сенсорний простір, тісно пов’язаний із національною ментальністю, природною чуттєвістю та фольклорною образністю. У грецькому контексті синестезійна образність, хоча й так само багатоканальна, частіше зосереджується на внутрішніх переживаннях тіла, інтимному емоційному стані та символічних рефлексіях, пов’язаних із духовним піднесенням. Вона тяжіє до слухо-зорових та дотиково-емоційних метафор, що відображає тілесно-експресивну чуттєвість грецької культури. Порівняння синестезійних моделей в українській та грецькій поезії символізму дає змогу виявити не лише поетичну варіативність у межах однієї естетичної течії, а й глибинні ментальні відмінності у способах чуттєвої концептуалізації світу.

ЛІТЕРАТУРА

Вороний М. Бібліотека української літератури. Вороний Микола – повні тексти творів автора

<https://www.ukrlib.com.ua/books/author.php?id=40>

Драй-Хмара М. Бібліотека української літератури. Драй-Хмара Михайло – повні тексти творів автора

<https://www.ukrlib.com.ua/books/author.php?id=199>

- Freeman, M. (2009). Poetry and the Scope of Metaphor: Toward a cognitive theory of literature. Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective / ed. by A. Barcelona. Mouton de Gruyter. 253–281.
- Lakoff G., Johnson M. (2003). Metaphors We Live. Chicago.
- Stockwell, P. (2020). Cognitive poetics: A new introduction (2nd ed.). Routledge. (Original work published 2002).
<https://doi.org/10.4324/9780367854546>.
- Παλαμᾶς Κ. Κωστής Παλαμᾶς – Ποιήματα
http://users.uoa.gr/~nektar/arts/tributes/kwsth_palamas/poihmata.htm
- Σικελιανός Α. Ὕμνος τοῦ μεγάλου Νόστου
http://users.uoa.gr/~nektar/arts/tributes/aggelos_sikelianos/ymnos_toy_megaloy_nostoy.htm

МОВНІ ЗАСОБИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОНЦЕПТІВ “МУДРІСТЬ” І “МИЛОСЕРДЯ” У САКРАЛЬНИХ БУДДИСТСЬКИХ ТЕКСТАХ

Гирич І. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Костанда І. О.

Доктор філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

Китай має більше ніж п'ять тисячоліть історії та культури, зокрема релігію та філософські ідеї. Як ми побачили з наукових робіт, статей та веб-ресурсів буддистські концепти мудрості та милосердя присутні на всіх рівнях китайської культури: релігійні вчення, мантри, живопис, музика та ін., саме цим обумовлена тема даних тез. Розглянемо концепт мудрості та його лексичну реалізацію. Дайсаку Ікеда під час виступу в університеті Трибхуван в Непалі зазначив, що мудрість – це вміння корегувати свої думки та вчинки, направляючи їх на благо для себе та інших людей. Аби вміти правильно допомогти іншим треба вміти правильно думати, щоб не зробити гірше (Ikeda, 1995). Андрій Богачов (2011), український філософ та професор вважає, що мудрість – це комплексне поєднання думок і дій людини, які призводять до певних наслідків. Справді мудра людина буде розсудливою і знає, що у кожній дії є свої наслідки, тому вона завжди спочатку подумає, перш ніж щось зробити, а також покладається на свій досвід. Сергій Кримський підкреслював, що вивчаючи зовнішній світ людина починає краще опановувати і розуміти свій внутрішній світ і приходить до гармонії із самою собою, що є показником мудрості. Милосердя полягає в добровільному наданні допомоги іншій людині, при цьому допомога не може принести страждання тому, хто цю допомогу надає. Милосердя складається з декількох компонентів: усвідомлення свого власного досвіду; розуміння емоційного стану іншої людини; дія, направлена на позбавлення страждань. Без мудрості не буде милосердя, адже в буддизмі одною з основних ідей

є не нашкодити собі та іншим (Conway, 2025). При цьому милосердя – це не просто допомога, а ще й підтримка. Моральна, фізична, матеріальна та нематеріальна, це прояв людяності та уособлення людського співчуття і віри в себе та оточуючих (Нембріні, 2006, с. 33).

Актуальність дослідження зумовлюється потребою українського сходознавства розширювати понятійний апарат етико-філософських та релігійно-філософських термінів, вдосконалювати переклад і розуміння мовних реалій, а також глибше розкривати провідні концепти китайської культури. Метою роботи є дослідити мовні засоби репрезентації концептів “мудрість” і “милосердя” у сакральних буддистських текстах. Об’єкт дослідження – концепти мудрість і милосердя у сакральних буддистських текстах. Предмет дослідження – мовні засоби репрезентації концептів “мудрість” і “милосердя” у сакральних буддистських текстах. Матеріалами дослідження являються тексти буддистських мантр, таких як “Ома Мані Падме Хум”, “Ом А Ра Па Тца На Ді”, зображення таких буддистських амулетів, як Бодхі Дзі, Дзі Шапка Падмасамбгава, Дзі 13 очей, зображення Бодхісаттв та ін. Наукова новизна полягає в тому, що вперше було розглянуто взаємовплив концептів мудрість і милосердя в контексті сакральних буддистських текстів. Теоретичне значення полягає в розширенні теоретичних знань про концепти мудрості та милосердя в культурному, релігійному, філософському, науковому та перекладацькому аспектах.

Спочатку ми розглянули теоретичну базу даних стосовно питань мудрості та милосердя у контексті роздумів світових і вітчизняних вчених, філософів і політичних діячів. Після цього більш ретельно розглянули наші концепти у питанні саме буддистських канонів і порівняли ці два світи між собою та виявили, що розуміння понять мудрість та милосердя у буддизмі, християнстві та філософських дослідженнях має такі спільні риси, як 1. Не нашкодь собі та іншим; 2. Милосердя має йти від щирого серця і без очікування отримати щось у відповідь; 3. І мудрість і милосердя мають зумовлюватись власним досвідом. У практичній частині ми розглянули як концепти мудрості та милосердя функціонують у китайській мові, а саме: навели приклади фразеологізмів пов’язаних із представленими концептами, а також приклади сталих буддистських виразів китайською мовою. Наприклад, термін 慈悲为本 Cíbēi wéi běn означає “Милосердя – це основа”. Це сталий буддистський вираз, який коротко і чітко описує суть милосердя в буддизмі. Наведемо приклад китайської ідіоми 不经一事，不长一智 Bù jīng yī shì, bù cháng yī zhì – мудрість приходить із досвідом. Ця ідіома підкріплює попередні слова в теоретичному підрозділі стосовно мудрості і того, що вона проявляється зокрема як досвід людини.

Отже, питання мудрості і милосердя цікавлять різних культурних і наукових діячів по всьому світу, особливо з боку буддизму та буддистської філософії. Згідно зі словами Дайсаку Ікеда (1995) про мудрість та словами Сари Май-Ковей (2025) про милосердя ми бачимо, що ці два поняття пов’язані між собою ідеєю не нашкодити собі та іншим людям, оскільки мудрість – це вміння направляти свої вчинки і думки в правильному напрямку, щоб

допомагаючи іншим не зробити тільки гірше, а милосердя – це добровільна допомога (моральна, фізична, матеріальна, на всіх рівнях) направлена на усунення страждань іншої людини, при цьому не нашкодивши їй або собі.

ЛІТЕРАТУРА

- Conway, S.-M. (2025). *What Are The Different Schools Of Buddhism?* | Mindworks Meditation. Mindworks Meditation & Buddhist Path.
<https://mindworks.org/blog/what-are-the-different-schools-of-buddhism/>
- Ikeda, D. (1995). *Homage to the Sagarmatha of Humanism* (Tribhuvan University, 1995) Daisaku Ikeda Official Website. Daisaku Ikeda Official Website.
<https://www.daisakuikeda.org/sub/resources/works/lect/1995nov2-tribhuvan-university-lecture.html>
- Богачов, А. (2011). *Досвід і сенс. Дух і Літера*.
- Нембріні, Ф. (2016). *Данте, поет бажання. Коментарі до “Божественної комедії”*. Чистилище. Дух і Літера.
- Ціон, В. (2011, 24 червня). *За межею щастя і нещастя*. Дзеркало тижня.
https://zn.ua/ukr/SOCIUM/za_mezheyu_schashtya_i_neschashtya.html

МНЕМОТЕХНІЧНІ ПРИЙОМИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПРАВОПИСНОЇ ГРАМОТНОСТІ УЧНІВ

Годинчук С. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Попова О. А.

Кандидат педагогічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Визначення ефективних методів та форм роботи є одним із завдань методики навчання української мови. Механізми пам'яті, а також методи і прийоми, що сприяють ефективному запам'ятовуванню орфографічного навчального матеріалу, розглянуті в працях В. Бойти (2019), О. Беляєвої (2021), Н Бондаренко (2013). У шкільній практиці прийоми запам'ятовування в процесі навчання, які сприяють осмисленню, систематизації та подальшому відтворенню і застосуванню навчального матеріалу, визначають як мнемотехніки. Дж. Любінь та Е. Полловей (2016), спираючись на результати досліджень, що тривали майже три десятиліття, обґрунтовують ефективність мнемотехнік як методу навчання і наголошують на особливій доцільності мнемотехнік у роботі з учнями, які мають труднощі в навчанні, адже така робота допомагає “зберегти, утримати та узагальнити поняття, які вони б інакше забули” (с. 222).

Однією з важливих умов успішного письмового спілкування є володіння правописними (пунктуаційними та орфографічними) нормами, дотримання яких є необхідним для правильного сприймання та продукування мови.

У роботі вчителів-практиків мнемотехніки активно застосовуються для розвитку правописної грамотності учнів, зокрема, мнемонічні фрази для орфографічних правил, винятків із правил, традиційних написань тощо. Мнемонічні прийоми активізують когнітивні процеси, сприяють стійкості уваги та активізації довготривалої пам'яті, що є ключовим для автоматизації застосування орфографічних чи пунктуаційних правил.

В українській мові орфографія фіксує понад 120 правил написання слів. У навчальному процесі, освітяни намагаються полегшити запам'ятовування правил і застосовують мнемонічні техніки, які базуються на асоціаціях, візуалізації тощо. Н. Бондаренко (2017) визначила умови для роботи над орфографічним правилом чи мнемофразою: 1) знайти орфограму (розпізнавальний етап аналізу); 2) з'ясувати, яке орфографічне правило необхідно застосувати в даному разі (вибірковий етап аналізу); 3) виділити істотні ознаки орфограми, необхідні й достатні для застосування орфографічного правила; 4) застосувати правило (с. 21).

Науковець і співавтор шкільних підручників Т. Ткачук (2025) активно пропагує мнемотехніки для навчання мови. Так, у січні 2025 року на тренінгу для вчителів дослідник продемонстрував численні приклади мнемотехнік: і поширені у роботі вчителів, й оригінальні, авторські. Розглянемо декілька мнемотехнік, що сприяють розвитку правописної грамотності учнів.

Поширеним мнемотехнічними прийомами є мнемофрази – вирази, що римуються та створюють певний образ-асоціацію. Мнемофрази полегшують пригадування та відтворення правила правопису. Так, у роботі над правилами вживання м'якого знака використовують мнемофрази “*Нам Треба Добре Запам'ятати Ці Сім Літер*”, або “*Де Ти З'їси Ці ЛуНи*”. Тарас Ткачук наголошує, що у роботі над мнемофразою важливо пояснювати прив'язки – зміст фрази, важливо викликати в учнів перші і стійкі асоціації. Успіх такої роботи залежить від влучно дібраних прикладів та активізації образів в уяві учнів. Наприклад, техніка “ПІВО” допомагає запам'ятати слова із суфіксом *-ив* (*печиво, морозиво, куриво, мариво*), а “*кРИкЛИве правило*” – ненаголошений *И* у буквособ'єднання *-ри-, -ли* (*дРИжати, бЛИмати* тощо). Робота із деякими мнемотехнічними прийомами передбачає опанування алгоритму дій для вибору правильного написання. Зокрема, *правило “Талант-шоу”* для правопису апострофа: щоб зрозуміти чи ставити апостроф, необхідно знайти *три ТАК*. Для першого *ТАК* потрібно знайти одну з цих літер: *м, в, н, б, ф, р* (мнемофраза *мавпа Бүфєр*). Щоб отримати друге *ТАК* важливо знайти після літер *м, в, н, б, ф, р* – *я, ю, є, ї*. Для останнього *ТАК* перед цими літерами має бути *голосний* або *р*, можливий і початок слова. Після отримання цих *трьох ТАК* можна впевнено ставити апостроф.

Оригінальність та образність – основа мнемотехнік. Наприклад, учитель під час роботи над правилом залучає учнів до колективного винайдення оригінальної назви правила, що відображає його суть і легко запам'ятовується: “*правило ІРА*”, “*правило осликів ІА, ІО та ІУ*”, “*правило браслета*”, “*правило двох кореневих приголосних*”, “*правило пончика та подовження*” тощо.

Мнемотехнічні прийоми є ефективним засобом розвитку правописної грамотності учнів, адже сприяють полегшенню запам'ятовування орфографічних правил, винятків та правильного написання слів. Вони також сприяють розвитку когнітивних процесів, підвищують мотивацію учнів, створюють ситуацію успіху у навчанні.

ЛІТЕРАТУРА

- Беляєва, О. (2021). Ефективні мнемонічні прийоми навчання іншомовної лексики. *Вісник Львівського державного університету безпеки життєдіяльності*, 6(2), 17–22.
- Бойта, В. (2019). Використання прийомів мнемотехніки для запам'ятовування навчального матеріалу з української мови та літератури у коледжах мистецького профілю. *Мистецька освіта: зміст, технології, менеджмент*, 211–216.
- Бондаренко, Н. (2013). *Формування правописної компетентності учнів 5-7 класів на уроках української мови*. Видавничий дім “Сам”.
- Ткачук, Т. (2025, 15 січня). *Кафе ПТАХ PRO: 30 прийомів для запам'ятовування правил з мови*.
<https://youtu.be/oQWF46XWGfw?si=-NH68u6wVkrBHCU7>
- Lubin, J., & Polloway, E. (2016). Mnemonics instruction in science and social studies for students with learning problems: a review. *Learning Disabilities: A Contemporary Journal*, 14(2), 207–224.

ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ 한자성어 (КОРЕЙСЬКІ ПРИСЛІВ'Я ТА ІДІОМИ З КИТАЙСЬКИМИ ІЕРОГЛІФАМИ) В СУЧАСНОМУ КОРЕЙСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Голофаєва О. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Урядова В. Д.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасна корейська мова, як і будь-яка інша з багатовіковою історією, має власні сталі фразеологічні та ідіоматичні вирази. Однією з найважливіших її складових є 한자성어 – ідіоми та прислів'я, утворені з китайських ієрогліфів. Вони не лише відображають глибокі історичні та культурні зв'язки між Кореєю та Китаєм, а й слугують засобом передачі моральних цінностей і життєвої мудрості. Цей термін охоплює всі стійкі вислови китайського походження, незалежно від їхнього історичного чи літературного контексту. Прикладом є 일석이조 – “вбити одним пострілом двох зайців”, що буквально перекладається як “вбити одним каменем двох птахів”. Окрім 한자성어, в корейській мові також існують 고사성어 – вирази, що походять з історичних

чи літературних джерел, зокрема з китайської класики. Таким чином, кожен 고사성어 є 한자성어, але не кожен 한자성어 є 고사성어 (국어사전, 1992).

Традиційно 한자성어 були невід'ємною частиною корейської мови та літератури, оскільки значний період корейської історії тісно переплетений з китайською мовою. Вони використовувалися для передачі моральних уроків, філософських концепцій та життєвих настанов. Кожен ієрогліф у складі 한자성어 має власне значення, а їх поєднання створює глибокий зміст, що часто не має прямого еквівалента в інших мовах (Lee, K.-M., & Ramsey, S. R., 2011).

Сьогодні 한자성어 продовжують активно використовуватися у засобах масової інформації, особливо у публіцистичних статтях та політичних коментарях. Вони слугують інструментом для стислого й влучного вираження складних ідей або критики. Наприклад, фраза 권모술수 – “хитрі інтриги та маніпуляції”, часто використовується для опису політичних махінацій.

У сфері бізнесу 한자성어 часто використовуються для вираження корпоративних цінностей та стратегій. Наприклад, вираз “경국대□”, що означає “велика справа управління країною”, може використовуватися для підкреслення важливості масштабних проєктів та амбіцій компанії. Використання таких ідіом додає висловлюванням глибини та серйозності, створюючи атмосферу поваги.

Останніми роками 한자성어 стали активніше використовуватися не лише в офіційній або академічній сфері, а й у популярній культурі. Вони з'являються у: телесеріалах та кіно, музиці, соціальних мережах та мемах. Наприклад, 내로남불 “коли я це роблю – це нормально, коли інші – це проблема” використовується для критики подвійних стандартів в соціальних мережах.

Щорічно професорська спільнота обирає “한자성어 року” – вираз, що найточніше відображає суспільні настрої та ключові події. Так, у 2020 році таким словом стало “아시타비” (“я правий, інші помиляються”), а у 2023 році таким виразом стало “견리망의” (“забувати про моральність заради вигоди”), що відображало критику на адресу тих, хто ставить особисту вигоду вище етичних принципів (교수신문에서 선정한 올해의 한자성어, 최근 7년간 정리, 2024).

Попри значущість 한자성어, у сучасному корейському суспільстві спостерігаються певні зміни у використанні та сприйнятті цих виразів, що обумовлено різними соціальними та освітніми факторами. Популярність та рівень знань 한자성어 значно відрізняються серед різних вікових груп. Для старшого покоління ці ідіоматичні вирази є не лише частиною культурної спадщини, а й засобом вираження мудрості та життєвого досвіду у повсякденному спілкуванні. Проте, спостерігається зниження рівня знань 한자성어 серед молоді. Це значною мірою пов'язано зі змінами в освітній системі, де сучасна освітня система надає більше уваги хангілю, ніж ханджі. Як наслідок, молоде покоління має обмежене розуміння та використання 한자성어 у повсякденному житті (홍광식, 2007).

Попри такі тенденції вживання 한자성어 серед корейської молоді, ці вирази залишаються важливою частиною офіційного мовного стандарту.

Вони часто зустрічаються у тестах на знання корейської мови, зокрема в 한국어능력시험 (ТОPIK), який використовується для оцінки рівня володіння корейською мовою серед іноземців. Знання 한자성어 також є корисним для тих, хто готується до інших мовних та професійних іспитів у Кореї, де перевіряється володіння складною лексикою. Прикладами є Public Service Aptitude Test (тест для державних службовців), 법학직성시험 (іспит для вступу до юридичних шкіл), 신문사 시험 (екзамени для журналістів).

У відповідь на зниження знань 한자성어 серед молоді, освітні установи впроваджують нові підходи до їх вивчення. Розробляються спеціалізовані курси, навчальні матеріали, мобільні додатки та онлайн-платформи, що фокусуються на 한자성어 та їх практичному застосуванні. Також, для збереження та популяризації ідіом намагаються інтегрувати їх в медіа та повсякденне життя корейського суспільства. Оскільки, дослідження показують, що систематичне вивчення 한자성어 допомагає не лише покращити знання корейської мови, а й глибше зрозуміти її культурний та історичний контекст (Ju Jiyoun, 2019).

ЛІТЕРАТУРА

- Ju Jiyoun. (2019). 한국어 한자성어 변이 구성 연구. – 45–74 p.
Lee, K.-M., & Ramsey, S. R. (2011). *History of the Korean Language*. Cambridge University Press. с.1-3, 51.
교수신문에서 선정한 올해의 한자성어, 최근 7년간 정리. (2024) <https://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=ekfxhrl&logNo=223488957882>
국어사전. (1992). 서울. *Електронний словник корейської мови Навер*.
홍광식. (2007). 한글+한자(漢字)문화 칼럼 : 한자성어(漢字成語)는 자주 쓰면서 한자(漢字)는 안 된다니. 전국한자교육추진총연합회, 96권. 64–66.

ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ В СУЧАСНІЙ ЯПОНСЬКІЙ МОВІ

Гриценко В. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Пророченко Н. О.**

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Явище фразеології – сукупності часто сталих, експресивних виразів та зворотів – поширене у багатьох мовах світу. Такі вирази посідають важливе місце у щоденній комунікації, літературі, кіно з давніх часів і до сьогодні. Передаючись із покоління в покоління, вони є пам'яткою того, як предки сприймали світ. Наразі фразеологізми допомагають покращити експресивні властивості мови, додають глибини, складності та краси у повсякденну (й літературну) мову. Проте, унікальне історичне походження, лінгвістичні особливості утворення та культурні відмінності фразеологічних одиниць

можуть становити перешкоди у розумінні та інтерпретації іноземної мови. Японська мова також, безсумнівно, сповнена автентичними виразами, яким приділяють увагу лінгвісти.

Загальні класифікації фразеологізмів не завжди в змозі охопити специфіку японських у зв'язку з особливостями мови. Саме тому мовознавці працюють над удосконаленням існуючих класифікацій з метою їх коректного застосування в японській мові. Зокрема, як зазначає Баран Я. А. (1998), фразеологізми ділять на дві великі групи у вигляді речень та словосполучень. Так, японські фразеологічні одиниці можна поділити на такі групи, але додатково також виділяють специфічну категорію, яка не є ні словосполученням, ні складним словом. Це зчеплення, яким властиво поєднання чотирьох ієрогліфів (四字熟語 – *yojijukugo*). Отже, одна із класифікацій японських фразеологізмів налічує три категорії: фразеологічні речення (猿も木から落ちる – *aru mo ki kara ochiru* – “навіть мавпи падають з дерев”), фразеологічні словосполучення (雲に汁 – *kumo ni shiru* – “сік у хмарах”, використовується у випадку коли справи йдуть добре) та фразеологічні зчеплення (一石二鳥 – *issekinichou* – “одним каменем дві пташки”).

Фразеологізми також поділяють на основі семантичної злитості відповідно до того, яким чином компоненти фразеологізму відносяться до його значення. Ця класифікація вважається класичною, адже може бути застосована до багатьох мов світу, включаючи японську.

Основними категоріями виступають фразеологічні зрощення – фрази, котрі мають зовсім інше значення, аніж компоненти, з яких вони складаються; фразеологічні єдності, значення яких логічно витікає із значень компонентів; фразеологічні сполучення, в яких компоненти мають аналітичний зв'язок і часто використовуються у переносному значенні; та фразеологічні вислови – семантично подільні переосмислені фрази (Комарницька, 2013).

Класифікація за компонентами також використовується при дослідженні фразеологізмів японської та інших мов. Мовознавці сходяться в думках щодо існування основних кодів культури – соматичного, просторового, часового, предметного, біоморфного, антропологічного й духовного (Шарманова, 2013). Такі коди полегшують розуміння культурних особливостей мови, виділяючи основні символи й елементи того, як народ сприймав світ. Тож, японські фразеологічні одиниці також можна класифікувати за характером компонентів на основі культурних кодів.

Отже, японські фразеологізми підлягають класифікації з боку різних аспектів, тож подальше дослідження може принести плоди у вигляді нових, сучасних поглядів на японську фразеологію та її класифікацію.

ЛІТЕРАТУРА

Баран Я. А. (1998) *Фразеологія у системі мови*. [Автореферат дис. док. філологічних наук, Інститут української мови НАН України]. Реферативна база даних “Україніка наукова”.

<http://www.irbis-nbuv.gov.ua/publ/REF-0000270143>

- Комарницька Т. (2013) Особливості класифікації фразеологічних одиниць у японській мові. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Східні мови та література. Номер випуску (1)*, 14–18. http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Sm_2013_1_5.
- Шарманова Н. М. (2013). Коды культуры та їх репрезентація в усталених словесних комплексах. *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького національного університету*, номер випуску 9, частина 2, 194–204. <https://doi.org/10.31812/filstd.v9i2.473>

ТЕРМІН ЯК ОДИНИЦЯ ТЕРМІНОСИСТЕМИ У КОНТЕКСТІ ЮРИДИЧНОГО ДИСКУРСУ

Грушова К. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Іваненко К. В.

Викладач

Київський національний лінгвістичний університет

Термінологія на сьогоднішній день розвивається не повільніше за інші науки. Як зазначає Філіппова Н. М. (2020), терміносистема – це системна сукупність термінів, які забезпечують номінацію основних понять окремої галузі знань або сфери діяльності та представляють концептосферу цієї галузі або сфери. З появою нових понять та слів постає все більша потреба у появі нових термінів та визначень, задля передачі сенсу шляхом обрання найбільш лаконічного та максимально влучного слова (терміну) та його визначення. Звернемо увагу на формування та особливості терміну як одиниці терміносистеми, але конкретно в контексті юридичного дискурсу.

Актуальність дослідження полягає у певних відмінних рисах юридичної термінології від загальноновживаних слів та необхідності розуміти влучність та доречність використання того чи іншого терміну в певних випадках.

Об'єктом дослідження є терміни, що стосуються саме юридичного дискурсу та відрізняються від термінів інших галузей.

Предметом дослідження є власне терміни та їхня класифікація в юридичному контексті, відмінності та місце у терміносистемі.

Для початку розглянемо визначення словосполучення юридичний термін: За словами Пивоварова М. В., під юридичним терміном розуміють слово або словосполучення, що позначає спеціальне поняття з правової сфери суспільного життя та має визначення в юридичній літературі (законодавчі акти, словники, наукові праці). Автор зазначає, що, вивчаючи термінологію з власне термінологічних позицій, не слід забувати, наскільки самостійна вона у своєму розвитку. Звичайно, термінологія виникає та еволюціонує на ґрунті конкретної національної мови, а її автори є носіями цієї ж конкретної мови. Але умови народження термінів інші, ніж умови появи загальноновживаних слів.

Терміни зумовлені концептуальним апаратом наук, що вони обслуговують, закономірностями і процесами розвитку саме цих наук. Юридичні терміни ніби є представниками юридичної науки й практики, оскільки утворюються з урахуванням їхніх досягнень. За допомогою термінів відбувається передача правової інформації, диференціація юридичних понять і категорій.

Важливо також розрізняти терміни за їхніми класифікаціями. Так як терміни зустрічаються нам доволі часто, є певна необхідність у розрізненні галузей застосування термінів, задля уникнення можливих труднощів перекладу чи контекстуальної невідповідності. Пивоваров М. В. (2019) зазначає, що існують такі класифікації термінів:

За значенням розрізняють три види юридичних термінів: загальноновживані, тобто терміни в загальноприйнятому значенні (документ, будинок); спеціально-технічні терміни, що мають значення у галузі спеціальних знань, наприклад: техніки, медицини, економіки, соціології, біології (депозит, страйк); спеціально-юридичні, тобто терміни, що мають особливе юридичне значення, яким виражається своєрідність того чи іншого правового поняття, наприклад : застава, володіння.

За вживанням у різних сферах спілкування: загальнонаукові – терміни, що використовуються в різних наукових дисциплінах і виражають спеціальні поняття широкого профілі (процес, фактор, функція); міжгалузеві – терміни, що мають невелику продуктивність та вільно використовуються в різних галузях наукових знань (лінгво-юридичні: термін, дефініція, поняття); вузькоспеціальні терміни – виражають поняття окремої дисципліни (юриспруденція: досудове слідство, досудове розслідування).

За внутрішньою структурою терміни кожної галузі знання являють собою певні структурні типи (терміномоделі). Ядро кожної терміносистеми – слова-терміни, які є основою для творення складних термінів: однокомпонентні та багатокомпонентні (двокомпонентні, трикомпонентні, багатокомпонентні).

За власне лінгвістичними показниками (характером смислових відношень між лексичними одиницями): родо-видові відношення (юрист – адвокат); синонімічні (правознавство – юриспруденція); антонімічні (обвинувачення – захист).

Генетична класифікація термінів (за походженням): власне українські (злочин, право, свідок, вина); запозичені (адвокат, акт, інавгурація, конституція).

Також варто розглянути, чим відрізняється термін від загальноновживаного слова. Пивоваров М. В. (2019) наводить дуже влучні твердження, що підкреслюють унікальність терміну:

- 1) термін виражає спеціальне професійне, наукове, технічне поняття, а слово – загальне чи побутове поняття;
- 2) термін базується на чіткому визначенні поняття, на дефініції, а слово – ні;
- 3) термін завжди є елементом терміносистеми, слово – ні;
- 4) у сфері термінології термін є стилістично нейтральним.

Вище зазначені твердження та класифікації свідчать про важливу роль терміну в термінологічній системі, так як він є її одиницею.

ЛІТЕРАТУРА

Пивоваров, М. В. (2019), *Мова української юриспруденції*. Право.
Філіппова, Н. М. (2020), *Загальне термінознавство*. НУК.

ОБРАЗ АВТОМАТА / РОБОТА В ДОБУ РОМАНТИЗМУ ТА В НАШ ЧАС

Гудима В. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Висоцька Н. О.**

докторка філологічних наук, професорка

Київський національний лінгвістичний університет

Технології супроводжують людство упродовж декількох століть. З одного боку, прогрес є невід’ємним позитивним чинником у розвитку кожної нації, який проникнув у всі сфери суспільно-політичного життя держави, а з іншого – це перетворення “фантастичних” технологій на “незвичайні” (за Цветаном Тодоровим), але й нині “моторошні” (за Зигмундом Фройдом).

Яскравими прикладами до обох аргументів можуть слугувати, з одного боку, імпланти для українських військових, а, з другого, “повстання машин” у Китаї: автомат під’їхав до роботів і запитав, чи вони закінчили роботу, а, отримавши негативну відповідь, запропонував повернутися додому.

У перекладі з грецької мови слово “техне” означає “майстерність”, “вміння” та “мистецтво”. Наукові технології увійшли до літературного мистецтва й активно фігурують, зокрема, у творах таких напрямків, як романтизм і постгуманізм. Згадаймо про казкову новелу Е. Т. А. Гофмана доби Німецького Романтизму “Піщана людина” (1817), засновану на народних легендах про зловісну піщану людину, і фантастичний роман-антиутопію сучасного британського письменника японського походження Кадзуо Ішігуро “Клара і Сонце” (2021). У центрі обох творів – образи автоматів (Олімпії у Гофмана, Клари в Ішігуро). Попри те, що обидва автори обрали схожих головних героїнь, в їхніх творах, на мою думку, відбулися різні сприйняття технологічного прогресу, згідно з добою їхнього написання.

Видається доцільним подивитися на трактування образів автоматів/роботів у світлі концепцій “технофобії” та “технофілії” (Совгиря, 2020).

Гофман, на нашу думку, реалізував образ автомата у своїй новелі крізь призму “технофобії”, тобто, страху перед технічними інноваціями й ворожості до них. Олімпія – гарна бездушна лялька, здатна діяти й навіть говорити. Створивши образ робота, автор прагне продемонструвати світові “справжнє нутро” автоматів через страх перед нелюдським, який в результаті веде до його знищення й утвердження антропоцентризму. Натомість Ішігуро виходить із засновків “технофілії” – позитивного ставлення до нових технологій і прагнення впровадити їх у всі сфери діяльності. Клара – розумна чутлива дівчинка-робот, здатна до вдосконалення та емпатії, яка розвивається з кожним днем. Водночас британський письменник адекватно оцінює й

негативні наслідки технологічного розвитку: в його романі представлені машини забруднення “КОТЕ”, смертельні хвороби як результат форсування інтелектуальних здібностей на генетичному рівні, соціальне розшарування населення. Відтак, у творі зображено групу протистояння надмірній технологізації суспільства, у якій бере участь один з персонажів, містер Пол.

Романтичному гофманівському образу притаманна таємничість і недосяжність “дочки” Спаланцані, а постгуманістичному – раціональність і розвиненість у поєднанні з доброзичливістю. Гофман через Олімпію зображує моторошне кохання Натанаеля, тоді як Ішігуро створює образи Клари й Джозі як носіїв “небезпечної еволюційної інфекції під назвою любов” (Донна Геревей), що містить історичну аберацію та природокультурний спадок як продукти “становлення разом” (цит. за Висоцька, 2013). Адже в надмірно раціоналізованому суспільстві почуття є небажаним спадком, який потрібно викоринити. В обох творах порушено також проблему екофемінізму у формі критики комодифікації персонажів жіночої статі: Олімпія, наче лялька, виставлена у вікні, а Клара – у вітрині магазину. Якщо порівняти взаємини між людиною та штучно створеною істотою в новелі та романі, то в антиутопії простежується розмиття кордонів між людським і штучно утвореним. Гофман, навпаки, окреслює чіткі кордони між Олімпією та людським суспільством містечка Г.

Найбільше бажання Клари – спостерігати та засвоювати все, що вона бачить навколо. Вона виявляла надзвичайну здатність будувати причинно-наслідкові зв'язки: хвороба Джозі – Сонце – знищення “КОТЕ” – машини – прохання до Сонця зцілити Джозі через вічну любов. Натомість Олімпія була звичайним нечутливим механічним роботом, висміяним та небажаним в спільноті людей, що було тим більш сумно, що Гофман зміг яскраво висвітлити людський фактор у ставленні до “білої ворони”. Мабуть, він створив ляльку Олімпію саме такою, щоб продемонструвати тодішні суспільні побоювання та упередження щодо стрімкої технологізації європейського життя на початку ХІХ століття.

Отже, два образи штучних створінь кардинально відрізняються через різну добу написання, походження та культуру авторів, їхні погляди на життя. На мою думку, у ставленні до ШІ варто дотримуватися “золотої середини”: люди можуть і мають користуватися новими технологіями, які полегшують їхнє життя, проте повинні покладатися насамперед на власні сили і працю.

ЛІТЕРАТУРА

- Висоцька, Н. О. (2013). Природокультура Донни Геревей: утопія міжвидової гармонії. *Репозитарій Київського національного лінгвістичного університету*, 1–11. Режим доступу: <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/1178?locale-attribute=uk>
- Совгир, Т. І. (2020). Суперечливість положень “технофобії” та “технофільії” у дзеркалі культурологічної думки. *Том 35: Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку (Напрям: Культурологія)*, 69–72. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v35i0.364>

ІДЕОЛОГІЗАЦІЯ ЛЕКСИКИ У РАДЯНСЬКИХ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАННЯХ ДЛЯ ДІТЕЙ

Гунькевич К. М.

Національний університет “Києво-Могилянська академія”

Науковий керівник: **Калиновська О. В.**

Старший викладач

Національний університет “Києво-Могилянська академія”

Вступ. Тоталітарний режим поставив за мету створити новий тип людини відповідно до засад “марксистсько-ленінського вчення”, тому надавав великого значення “ідейному вихованню” радянської людини. Важливим засобом здійснення “ідейно-виховної роботи” були ЗМІ, значна частина яких призначалася молодому поколінню. У Радянському Союзі для дитячо-юнацького віку було створено цілу низку періодичних видань, таких як: “Зірка” (єдина українськомовна), “Пионерская правда”, “Юный ленинец”, “Смена” тощо. Аналіз радянської публіцистики для дітей дозволяє виявити мовні механізми, за допомогою яких тоталітарна влада формувала свідомість радянської людини з раннього віку. Тож дослідження ідеологізованої та стандартизованої лексики у тогочасній пресі для дітей залишається актуальною темою, адже йдеться про реалізацію мовними одиницями ритуальної функції – впливати на виховання людини як “гвинтика” тоталітарної системи.

Джерельною базою розвідки було обрано щотижневу українськомовну газету “Зірка” – орган Центрального Комітету ЛКСМУ та республіканської Ради Всесоюзної піонерської організації імені В. І. Леніна, яка була призначена для молодших школярів, віком від 8 до 12 років, тобто газета була орієнтована на дітей, які ще не вступили до піонерської організації або були її молодшими членами (для старших піонерів і підлітків існували інші видання, такі як “Пионерская правда”). У 1970-х роках тираж “Зірки” становив приблизно 500 000 примірників.

Результати дослідження. Змістова структура газети “Зірка” представлена короткими текстами про трудові, військові, наукові досягнення вірцевого радянського громадянина, які мали такі типові заголовки: “Шана за працю”, “Знатний тракторист”, “Цех краси і міцності”, “Знатний кукурудзовод”, “В піонерському строю” тощо. В кожному номері видання є вірші про любов до комуністичної партії, радянської батьківщини, або до Володимира Леніна, а також надіслані до редакції газети листи, в яких школярі розповідають про свої піонерські досягнення. На шпальтах газети представлено чимало “повчальних” історій про те, що потрібно вчитись завжди на хороші оцінки, висміюються помилки та небажання дітей долучатись до піонерської організації.

Аналіз лексичного складу газетного видання дає можливість виокремити такі найчастотніші тематичні групи: ідеологізовані назви осіб: *піонер*,

жовтєнята, юні лєнінці, піонєрські загони, піонєрвожатий, піонєрія; лексика зі значєнням трудових процесів: комуністична праця, вирощування високих урожаїв, надпланова продукція, трудові справи, трудові діла, ударна праця, юність вчитьсє комунізму, будівник новогò комуністичного світу; військòво-патріотична лексика: вірність лєнінським заповідам, захищати рідну Вітчизну, бєсць лєнінськòї партії, велика армія комуністів, боротись за велику справу комунізму тощò. Виразною ознакòю періодичного видання є політичні гасла (заклики): “Пролетарі всіх країн, єднитєся!”, “До боротьби за справу Комуністичнòї партії Радянськòго Союзу будь на поготові!”, “Приклад берем з комуністів!”, “Тогò, хто трудитєсє щодня, ми називаєм – жовтєня!”.

Мова газети характеризуєтьсє сталими, клішованими й часто повторюваними конструкціями: *юні лєнінці (піонєри, дослідники), велика справа (врожай, здобуток, мужність), трудові діла (досягнення, справи, гарт), будівник комунізму, братні народи (рєспубліки), міць Батьківщини (велич Батьківщини, герої Батьківщини), партія і народ, дружба народів* тощò. Лексикон газетного видання насичений ідеологічно забарвлєними значєннями, щò не лишє впливали на сприйняття реальності дїтьми, а й спрямовували їхню поведінку у бажаному для тоталітарного режиму напрямку. Газета, передплата якòї була обов'язкòвою, створювала для дитини уявний світ, у якòму служіння та відданість комуністичнїй партії було єдиним правильним життєвим вибором. Ідеологізовані однотипні конструкції, зокрема повторювані гасла, закріплювали в дитячїй свідомості потрібні режимові мисленнєві й поведінкові комплекси. Обмеження лексичного складу робило мову біднішою, а від того більш придатною для посиленогò ідеологічного впливу. Як зазначає Масєнко (2017), мова в умòвах тоталітаризму стає знаряддям маніпуляції та контролю, зокрема через нав'язування стандартизованої ідеологічнòї термінології. Подібний підхід спостєрігаєтьсє і в аналізі Рєнчки (2018), яка вказує на те, щò лексикон радянськїх видань був підпорядкований політичнїй доцільності та формував у дїтей спрощєне світосприйняття дійсності. Наприклад, у газеті часто трапляютьсє ідеологічні гасла, щò безпосередньò виражають дидактичні настанови: *“Учись в комуністів, як жить для народу”, “Партія вірить у сили молоді. Виправдати цю довіру – мета кожнòго”*. Масєнко (2004), влучно зазначає, щò контроль за мовою в умòвах СРСР був настільки жорстким, щò й дитячі видання слугували засобом підтримки державнòї ідеології.

Висновок. Отже, у радянськїй газеті “Зірка” 70-х років ХХ століття яскраво продемонстровано ідеологізацію мови. Передовсім ідеологічно забарвлєною була лексика на позначєння осіб (дитячò-юнацькòго віку), процесів трудовòї діяльності та військòво-патріотичного змісту. Використання стандартизованогò лексикону сприяло уніфікації дитячогò світогляду, щò відповідалò вимòгам тоталітарнòї держави. Таким чином, мова радянськòї газети для дїтей, представлена рєгулярно повторюваними ідеологізованими зворòтами, втрачала свою інформативну функцію та

слугувала ритуальним засобом пропаганди тоталітарних ідей. Подальше дослідження запропонованої теми сприятиме більш глибокому та об'єктивному аналізу тоталітарної мовної дійсності.

ЛІТЕРАТУРА

- Агеєва, В. П. (2009). Психоаналіз соцреалізму: лірика Максима Рильського періоду зламу. *Наукові записки НаУКМА*, 98, 11–24.
- Масенко, Л. (2004). *Мова і суспільство. Постколоніальний вимір*. Видавничий дім “Києво-Могилянська академія”.
- Масенко, Л. Т. (2017). *Мова радянського тоталітаризму*. Кліо.
- Масенко, Л. (Ред.). (2005). *Українська мова у XX сторіччі: історія лінгвоциду*.
- Ренчка, І. Є. (2018). *Лексикон тоталітаризму*. Кліо.

МЕТАФОРИ АНГЛОМОВНИХ КАЗОК В ПЕРЕКЛАДІ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

Дергільова О. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Анохіна Т. О.**

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Художній переклад, зокрема казок, характеризується широким використанням перекладацьких трансформацій. Чимало вітчизняних та іноземних вчених, як-от Жан-Поль Віне та Жан Дарбельне, Пітер Ньюмарк, С. Є. Максимов, пропонували свої класифікації трансформацій. Спираючись на існуючі дослідження, можна виділити наступні типи: генералізація, конкретизація, диференціація, модуляція, антонімічний переклад, компенсація, повна перестановка. Для передачі метафоричних виразів застосовується повна перестановка, яка в свою чергу поділяється на метафорізацію, реметафорізацію та деметафорізацію.

Предметом дослідження виступають метафори та їх трансформації в процесі перекладу англomовних казок на українську мову. **Об'єктом** дослідження є англomовні казки, зокрема твори Оскара Вайлда, що містять метафоричні вирази, а також їхні українські переклади.

Актуальність дослідження умовлена тим, що переклад художніх текстів, зокрема казок, є важливою частиною лінгвістичних досліджень, оскільки він дозволяє зберігати культурні й мовні особливості оригіналу, зокрема через передачу метафор. Метафоричні вирази, що є невід'ємною частиною художніх текстів, можуть бути адаптовані до культури приймаючої мови різними перекладацькими трансформаціями, такими як реметафорізація та деметафорізація. Це дослідження сприяє розумінню способів адаптації метафор у процесі перекладу та дозволяє з'ясувати, які стратегії є найбільш

ефективними для передачі метафоричних значень у межах двох мовних і культурних просторів.

При застосуванні **реметафорізації** одна метафорична одиниця в тексті оригіналу замінюється іншою метафоричною одиницею при перекладі, при цьому зберігаючи образність тексту, наприклад: англ. “...*the highest stone of your grand house will very soon become the lowest!*” (Wilde, 2011); укр. “...*каменя на камені не залишиться від вашого палацу!*” (Принц і дочка велетня).

Мультикомпонентна одиниця може перетворитися на однокомпонентну через перекладацьку модуляцію, пор.: англ. “*And the Star-Child grew red with anger...*” (Wilde, n.d.), укр. “*А Хлопчик-зірка весь спаленів від гніву...*” (Вайлд, 2011).

Під час перекладу транспозиції зазнали деякі лексичні елементи, пор.: англ. “*Yet was his heart heavy...*” (Oscar Wilde, 2011), укр. “*Але серце його стислося з туги...*” (Вайлд, 2011).

Деметафорізацією, в свою чергу, називають заміну такої метафоричної одиниці, як, наприклад, ідіома, на лексичну конструкцію з прямим значенням. При цьому текст перекладу втрачає метафоричність, хоча буквальне значення передається. Існує безліч прикладів цього явища в казках, наприклад: англ. “...*come tread a measure with us...*” (The Elfin Knight, n.d.), укр. “*Йди, потанцюй з нами...*” (Лицар-ельф).

В перекладі деякі елементи перекладаються описово, пор.: англ. “*Alasdair was at his wits’ end to know what to do...*” (Wilson, 1954), укр. “*Алесдер не знав, що робити*” (Коваль і феї).

Метафори зникають, перетворюючись на контекстуальні відповідники без метафоричної складової, пор.: англ. “...*little boy who was crying for the moon*”. (Wilde, n.d.), укр. “...*синочка, який плакав, сам не знаючи чого*” (Вайлд, 2011).

Натомість **метафорізація** відрізняється від решти тим, що передбачає заміну неметафоричних конструкцій ідіомами чи сталими виразами, а тому оперує не англійськими, а українськими метафорами.

Отже, провівши ґрунтовний аналіз обраних матеріалів, можна зробити висновок, що переклад англійських метафор на українську мову відбувається двома головними способами: реметафорізацією та деметафорізацією. Залежно від контексту, метафора або зберігається, або замінюється виразом із прямим значенням.

ЛІТЕРАТУРА

- Вайлд, О. (2011). *Зоряний хлопчик* (Т. Є. Некряч, Trans.). Країна Мрій.
Коваль і феї. TOU – онлайн-бібліотека для дітей та дорослих. Retrieved from <https://tales.org.ua/koval-i-fei/>
Лицар-ельф. TOU – онлайн-бібліотека для дітей та дорослих. Retrieved from <https://tales.org.ua/lytsar-elf/>
Принц і дочка велетня. TOU – онлайн-бібліотека для дітей та дорослих. Retrieved from <https://tales.org.ua/prynts-i-dochka-veletnia/>

- Wilson, K. B. (1954). *Scottish folktales and legends*. Oxford University Press.
- Mogiley, I. (2017). Metaphor transformations in Ukrainian translations of literary fiction. *Cherkasy University Bulletin: Philological Sciences*, 2. Retrieved from <https://philolog-ejournal.cdu.edu.ua/article/view/2349>
- The Elfin Knight. (n.d.). *Storynory*. Retrieved from <https://www.storynory.com/the-elfin-knight/>
- Wilde, O. (n.d.). *The Star-Child*. Free online illustrated books for kids. Retrieved from <http://freebooksforkids.net/star-child.html>

ФРАЗЕОЛОГІЧНИЙ ОБРАЗ ТА СПОСОБИ ЙОГО ПЕРЕДАЧІ В ІТАЛІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ

Димарчук М. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Філоненко Н. Г.**

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Приказки та прислів'я відображають безперервний розвиток мовної картини народу. За допомогою них ми маємо змогу розуміти його суспільне життя, погляди на світ, характер і поведінку людей (Ляшевич, 2019). Фразеологічний образ, це як семантичне ядро, де слова зливаються, втрачають первинне значення, та набувають нового, створюючи єдиний образний вислів.

Активність вживання фразеологічних сполук у художніх текстах пояснюється їх лаконічністю, образністю та стилістичною варіативністю. Відповідно, у творах фразеологічні одиниці використовуються авторами для яскравішого й образного змалювання персонажа, більш влучного висловлювання останнього. Чи не найважливішу роль виконують фразеологізми у створенні гумору й сатири. Така функція досить часто зумовлена структурною організацією внутрішньофразеологічного контексту.

Переклад фразеологізмів – це одна з найбільш важливих та не простих проблем у сфері лінгвістики та перекладу. Їх не можна перекладати дослівно. Адже часто вони мають явно виражене національне забарвлення. Це призводить до того, що фразеологічні одиниці часто не мають абсолютних відповідників в іншій мові, може не збігатися лексичний склад, структура, образи вихідних і цільових фразеологічних одиниць (Переклад фразеологічних одиниць).

Деякі вчені, серед них виділяють чотири основні шляхи для перекладу прислів'їв та приказок: за допомогою вибору близьких еквівалентів, повних (абсолютних) еквівалентів, приблизних аналогів та справжніх аналогів (Корунець, 2023). До цих чотирьох додано п'ятий спосіб – описовий. Маємо п'ять способів перекладу фразеологічних одиниць: калькування, близький еквівалент, повний (абсолютний) еквівалент, описовий переклад, використання псевдовідповідника (Slyvka, 2023).

В італійській мові частина прислів'їв та приказок має повний еквівалент українським, тобто здається, що переклад дослівний. Деякі з них вказують на однакове розуміння певних понять, інші на особливості географічного положення, тощо (Англійські прислів'я та їх еквіваленти в українській мові). Проте більша частина фразеологічних одиниць не може бути перекладена дослівно. Хоча вони й передають той самий зміст, але дуже різняться в словесному оформленні. Причин для цього є декілька.

Ідеальне рішення при перекладі фразеологічних одиниць – це переклад іншомовного фразеологізму еквівалентним фразеологізмом мови, таким чином, щоб кінцевий результат був зрозумілий носієві мови. Здебільшого головна складність полягає у тому, що мова-перекладу немає відповідного еквіваленту. Якщо ж відповідний еквівалент відсутній, тоді переклад здійснюється за допомогою лексичних засобів та застосовувати приблизні мовленнєві звороти, віддаючи перевагу ситуаційній відповідності (Ляшевич, 2019).

На відміну від фразеологізмів, еквівалентних слову, у прислів'їв і приказок образний зміст, тобто їхня внутрішня форма зазвичай зберігає свою значущість. Носії мови не тільки знають сенс прислів'я й ситуації, в яких їх слід вживати, але й сприймають образ, метафору, порівняння, що формує прислів'я (Rayevska, 1979). Звичайно, початкові реалії, пов'язані з виникненням прислів'я, забуваються, але двоплановість прислів'їв зберігається. Їхнє пряме значення й алегорія співіснують. Тому перекладачу важливо передати обидва ці компоненти: і сенс прислів'я, і її метафоричний зміст.

Саме прислів'я допомагають зануритися в ментальний світ італійця та побачити його у всіх повсякденних проявах, а потім *fare il punto* – змотати вудки, та повернутися у рідне середовище, адже *a ogni uccello il suo nido è bello* – немає нічого кращого за свій дім.

ЛІТЕРАТУРА

Англійські прислів'я та їх еквіваленти в українській мові. (2016, 13 грудня).

GreenForest.

<https://greenforest.com.ua/journal/read/anglijski-prislivya-ta-ih-ekvivalenti-v-ukrainskij-movi>

Корунець, І. В. (2003). *Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): Підручник*. Нова книга.

Ляшевич, Р. О. (2019). *Фразеологічний образ (прислів'я та приказки) та способи його передачі при перекладі*. Київський національний лінгвістичний університет.

<https://surl.li/fnrnwr>

Переклад фразеологічних одиниць. (б. д.) StudFiles.

<https://studfile.net/preview/9718374/page:6/>

Rayevska, N. M. (1979). English lexicology. "Vysca Skola" Publishers Head Publishing House.

<http://194.44.152.155/elib/local/skbn27884.pdf>

Slyvka, L. Z. (2023). The peculiarities and difficulties of translating modern English proverbs and sayings. *Transcarpathian Philological Studies*, 2(29), 231–237.
<https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.29.2.43>

ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПУ ВВІЧЛИВОСТІ НА МАТЕРІАЛІ ТУРЕЦЬКОМОВНОГО ТОК-ШОУ “İBRANIM SELİM İLE BU GECE”

Дмитрашко К. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Польова О.С.

Доктор філософії

Київський національний лінгвістичний університет

В останні роки в лінгвістиці спостерігається зростаючий інтерес до мовного етикету, оскільки здатність правильно використовувати ввічливі вирази значною мірою впливає на ефективність комунікації, сприяючи досягненню порозуміння між учасниками дискусії. Мовне спілкування є основою людської взаємодії, що робить проблему ввічливості в спілкуванні надзвичайно важливою. Це питання активно досліджується в наукових колах, де лінгвісти вивчають категорію ввічливості, беручи до уваги гендерні, когнітивні та соціокультурні аспекти. Кожна країна та культура має свої власні уявлення про ввічливість, що знаходить своє відображення в мові.

Разом з тим, принцип ввічливості є основним аспектом соціальної взаємодії, який регулює поведінку мовців у різних культурних контекстах. У кожній культурі існують свої правила та норми ввічливості, і турецька мова не є винятком. Ввічливість у турецькому мовленні є ключовим елементом підтримки гармонійних міжособистісних відносин і відображає основні соціальні цінності, такі як повага до старших, статусність, колективізм і емоційна виразність.

Наразі можна стверджувати, що невелика кількість вчених зосереджена на вивченні засобів реалізації ввічливості в турецькій мові, тому й проблема вивчення саме засобів реалізації принципу ввічливості залишається недостатньо дослідженою наразі. Це відкриває нові можливості для дослідження, зокрема в контексті порівняльного аналізу між різними мовами та культурами, що дозволяє краще зрозуміти, як різні культурні особливості та соціальні норми впливають на практики мовного етикету.

Основи теорії ввічливості були закладені Е. Гофманом і Дж. Гумперцом, а подальший розвиток отримали в роботах П. Брауна, С. Левінсона та інших дослідників. Категорія ввічливості є важливою складовою прагматики, оскільки вона охоплює набір мовленнєвих стратегій та моделей, які визначаються комунікантами як особисті правила або як норми, яких очікують від інших. Водночас вона виступає як соціально обумовлені норми

поведінки, що охоплюють як вербальні, так і невербальні форми комунікації, характерні для певної соціальної групи.

І. Гофман розглядає ввічливість у двох аспектах: по-перше, як формули вітання, прохання, звертання, подяки, вибачення тощо, які сприяють покращенню іміджу адресата, а по-друге, як стратегію уникання тем, що можуть бути неприємними для адресата, або обмеження втручання в його особисту зону. Найбільш детально концепція ввічливості розглянута в роботі П. Брауна та С. Левінсона “Ввічливість: деякі універсалії мовного вживання” де описано акти, що обмежують свободу особи або можуть зашкодити її самооцінці. Вони реалізуються через три основні стратегії: вуалювання значення за допомогою метафор, іронії, риторичних питань чи натяків; пряме вираження значення без пом’якшення; і вираження позитивного чи негативного ставлення. Ввічливість є універсальною мовною категорією, яка зосереджена на вираженні суб’єктивних значень, що відображають різні форми ввічливості та взаємовідносини між мовцем і слухачем.

Оскільки сучасні медіа, зокрема телебачення, мають великий вплив на громадську думку, аналіз принципу ввічливості через призму турецьких ток-шоу є надзвичайно актуальним і важливим. Одним із таких прикладів є популярне шоу “İbrahim Selim ile Bu Gece”, яке, попри свою неформальну атмосферу, демонструє багатий спектр мовних стратегій для підтримки ввічливості в спілкуванні.

У турецькій мові принцип ввічливості має кілька особливостей, що значно відрізняються від інших мовних традицій. Ось основні характеристики цього принципу: ієрархічність – турецька культура надає великого значення соціальній ієрархії, що безпосередньо впливає на мовне спілкування, колективізм – турецька культура, на відміну від індивідуалістичних суспільств, орієнтована на підтримку групової гармонії, шанобливе ставлення до старших – однією з основних соціальних норм у турецькому суспільстві є повага до старших, емоційність. Турецька мова є емоційно насиченою, що відображається не лише у лексичному складі, а й у граматичних засобах вираження ввічливості.

Турецькі ток-шоу відіграють важливу роль у формуванні громадської думки та надають приклади використання мовних стратегій ввічливості. Одним з найбільш популярних і впливових ток-шоу є “İbrahim Selim ile Bu Gece”, ведучий якого, Ібрагім Селім, використовує різноманітні мовні стратегії для того, щоб створити атмосферу ввічливості і комфорту.

Ток-шоу “İbrahim Selim ile Bu Gece” є чудовим прикладом того, як принцип ввічливості реалізується в умовах сучасного медіа-дискурсу. Шоу поєднує гумор і неформальність з необхідністю підтримки ввічливості, що створює комфортну атмосферу для гостей і глядачів. Ібрагім Селім, ведучий шоу, майстерно поєднує ці стратегії, що дозволяє зберігати баланс між відвертістю і ввічливістю.

Використання формул ввічливості: Ібрагім Селім часто вживає “lütfen” та “teşekkür ederim”, навіть у жартівливих ситуаціях, що є прикладом збереження етикету навіть у неформальному контексті: “Lütfen biraz daha

yüksek sesle konuşur musunuz?” – “Будь ласка, чи не могли б ви говорити трохи голосніше?” Непрямі висловлювання: Ведучий уникає прямої критики та використовує м’які формулювання: “Sanırım bu konuda farklı düşüncelerimiz var.” – “Я думаю, у нас різні думки з цього приводу.”

Використання гумору: для створення позитивної атмосфери Ібрагім часто використовує гумор: “Şimdi size bir soru soracağım, ama lütfen bana kızmayın.” – “Зараз я поставлю вам запитання, але, будь ласка, не ображайтесь на мене.”

Принцип ввічливості є важливим аспектом турецької мови та культури, який реалізується через різноманітні лексичні, граматичні та прагматичні засоби. Турецьке мовлення надає великого значення соціальним ролям, віковим та статусним відмінностям між співрозмовниками, що визначає використання формальних та неформальних зворотів, а також граматичних конструкцій. Аналіз ток-шоу “İbrahim Selim ile Bu Gece” показує, як навіть у неформальних умовах медіа принцип ввічливості активно застосовується для збереження гармонії у спілкуванні, що підтверджує важливість цього принципу для сучасного турецького суспільства.

Тому, принцип ввічливості є важливою частиною комунікації в турецькій мові, і ток-шоу “İbrahim Selim ile Bu Gece” є чудовим прикладом того, як ці мовні стратегії реалізуються в реальному житті. Використання непрямих запитань і м’яких висловлювань дозволяє підтримувати ввічливість, що є важливим аспектом турецької культури. Медіа відіграють важливу роль у формуванні суспільних норм ввічливості, оскільки вони є основними каналами передачі культурних і соціальних норм і виступають як важливі фактори впливу на громадську думку.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕДАЧІ ЕМОТИВНО-ОЦІННИХ ЗАСОБІВ МОВЛЕННЯ ПЕРСОНАЖІВ В АНГЛІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОМУ ХУДОЖНЬОМУ ПЕРЕКЛАДІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ “ІНФЕРНО” ДЕНА БРАУНА”)

Дорошенко М. П.

Київський національний лінгвістичний університет

Голубенко Н. І.

Кандидат філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

Передача емотивно-оцінних засобів мовлення персонажів є одним із ключових викликів художнього перекладу. Вона відіграє важливу роль у збереженні авторського стилю, впливу на читача та збереженні культурних особливостей тексту. В романі Дена Брауна “Інферно” використання емотивно-оцінної лексики є особливо виразним, оскільки текст насичений напругою, інтригою та рефлексією головного героя. У цій роботі

розглядаються теоретичні аспекти передачі емотивно-оцінних засобів, а також аналіз їхньої адаптації в українському перекладі.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю збереження емоційного та стилістичного забарвлення в процесі художнього перекладу. Оскільки емотивно-оцінні засоби відіграють важливу роль у сприйнятті літературного твору, їх адекватна передача є одним із основних викликів перекладацької діяльності.

Об'єктом дослідження є емотивно-оцінні засоби мовлення персонажів у романі “Інферно” Дена Брауна. **Предметом** дослідження є особливості їхньої передачі в українському перекладі, зокрема вибір лексичних, стилістичних та граматичних засобів для збереження емоційного забарвлення.

Дослідження емотивно-оцінної сфери в мовознавстві та перекладознавстві зумовлено тим, що в художньому тексті емоції й оцінні судження часто визначають не лише зміст, а й форму подачі інформації, суттєво впливаючи на сприйняття твору читачем (Білас, 2011). Завдяки емотивності та оцінці автор може не лише інформувати чи розважати, а й цілеспрямовано впливати на емоційний стан реципієнта (Павленко, 2023). У перекладі адекватне відтворення таких елементів постає особливо критичним завданням, оскільки будь-яка втрата чи спотворення емоційно-оцінного аспекту істотно змінює сприйняття цільового тексту.

У романі “Інферно” значна частина емотивного навантаження передається через внутрішні роздуми головного героя Роберта Ленгдона, тобто через **когнітивний аспект емотивності**. Наприклад, цитата “*Denial is a critical part of the human coping mechanism.*” – “*Заперечення – це критична частина людського механізму подолання труднощів.*” вказує на те, що заперечення стає способом уникнути шокуючих істин, з якими вони не готові зіткнутися, що особливо очевидно через внутрішні роздуми Роберта Ленгдона. Переклад “механізм подолання труднощів” звужує за допомогою трансформації конкретизації значення до конкретного аспекту – подолання саме труднощів, що робить вираз більш чітким для україномовного читача.

Різні культури мають власні норми вираження емоцій. Наприклад, в англійській мові часто використовуються іронія та алюзії, що вимагають від перекладача відповідних трансформацій та дотримання **соціокультурного аспекту емотивності**. Цитата “*I am the shade. Through the dolent city, I flee. Through the eternal woe, I take flight.*” – “*Я – тінь. Я біжу крізь скорботне місто. Я злітаю крізь вічний біль.*” відображає глибоке емоційне відчуття болю та страждання, а проаналізовані вирази чітко вказують на транспозицію (зміну порядку слів).

Прагматичний аспект емотивності стосується того, як емоції виражаються та впливають на практичну взаємодію між людьми в комунікації. Цитата “*Only one form of contagion travels faster than a virus. And that's fear.*” – “*Лише одна форма зараження поширюється швидше за вірус. І це страх.*” не тільки розкриває емоційну складову, а й підкреслює конкретний соціальний ефект страху, який впливає на практичне життя людей. Калькування у перекладі “*And that's fear.*” – “*І це страх.*”

максимально наближене до оригіналу, що передає ефект різкого акценту, як і в англійській мові.

Отже, передача емотивно-оцінних засобів у художньому перекладі є багатовимірним процесом, що потребує врахування когнітивних, соціокультурних та прагматичних аспектів. Аналіз роману “Інферно” показує, що використання експресивної лексики, адаптація стилістичних засобів та глибоке розуміння жанрових особливостей оригіналу є ключовими для успішного перекладу.

ЛІТЕРАТУРА

- Білас, А. А. (2011). Категорія емотивності у лінгвістиці. *Мова і культура (Науковий журнал)*. Видавничий Дім Дмитра Бураго.
- Павленко, О. (2023). Культурний поворот в українському перекладі. Дослідження літературного перекладу. DOI:10.34079/2226-3055-2023-16-29-74-81.

ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ ВІЙСЬКОВОЇ ЛЕКСИКИ У СУЧАСНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Дуганова А. Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Ананко Т. Р.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

“Дискурс” – термін філософії та гуманітарних досліджень, з допомогою якого позначають аргументоване усне чи письмове обговорення будь-якої теми, в якому предметом дискусії стають і самі способи аргументації; також це будь-яке мовлення, розмова, дискусія, особливості яких характеризують мовця (Лісовий, 2007).

“Публіцистичний дискурс” – це комунікативний акт окремого мовного явища, який потребує певних особливих норм і відображає соціальні, культурні, політичні, ідеологічні аспекти. (Новагіа, 2019)

Метою дослідження є аналіз використання військової термінології в публіцистичному дискурсі на прикладі статей “The Guardian”, визначення основних лексичних особливостей та їхній вплив на сприйняття інформації про війну в Україні та у всьому світі.

У зв'язку з повномасштабним вторгненням Росії в Україну військова термінологія стала невід'ємною частиною сучасного інформаційного простору. Засоби масової інформації, зокрема таке впливове видання, як “The Guardian”, регулярно використовує спеціалізовану військову лексику для точного висвітлення подій на фронті, аналізу бойових дій, а також пояснення тактичних і стратегічних рішень сторін конфліктів у всьому світі.

“Військова лексика” – сукупність усіх елементів сфери військової комунікації, що відображає вплив культурних, історичних, територіальних,

вузькоспеціалізованих та інших екстралінгвістичних факторів, знаходячи їх словесний вияв у конкретних виразах (Василенко, 2004).

Під час аналізу статей на військову тематику, ми виявили, що вся військова лексика поділяється на декілька категорій. Перша категорія – це основні військові терміни:

- “Offensive” – наступ: *“Ukrainian armed forces began a surprise offensive in Russia’s Kursk region on Sunday, in an apparent attempt to regain the initiative on the battlefield before Donald Trump’s imminent return to the White House.”* (Harding, 2025)

- “Defensive lines” – лінії оборони: *“The Syrian defence ministry said it had reinforced defensive lines and sent heavy weaponry to the northern countryside of Hama province to repel a militant advance.”* (Michaelson, 2024)

Друга категорія містить назви наземної військової техніки:

- “Infantry fighting vehicle (IFV)” – бойова машина піхоти (БМП): *“Joe Biden and his German counterpart Olaf Scholz have agreed to send infantry fighting vehicles to help Ukraine fight Russia.”* (Sabbagh & Oltermann, 2023)

- “Multiple launch rocket system (MLRS)” – реактивна система залпового вогню (РСЗВ): *“The new weapon is the Himars multiple launch rocket system, or MLRS: a mobile unit that can simultaneously launch multiple precision-guided missiles.”* (Guardian staff reporter, 2022)

Третя категорія складається з назв військової авіації:

- “Fighter jet” – винишувач: *“The first F-16 fighter jets are on their way to Ukraine and will be flying sorties this summer, according to a statement from the Dutch and Danish governments”* (Sabbagh, 2024).

- “Bomber” – бомбардувальник: *“Ukraine said it shot down a Russian Tu-22M3 strategic bomber from a distance of 308km (191 miles) after it took part in a long-range airstrike that killed eight people including two children in Dnipro.”* (Murray, 2024)

- “Unmanned aerial vehicle (UAV) / Drone” – безпілотний літальний апарат (БПЛА) / дрон. Наприклад : *“Calls grow to control military use of unmanned aerial vehicles which, despite claims of precise targeting, are claiming civilian lives.”* (Townsend, 2025).

Четверта категорія представлена флотом та морським озброєнням :

- “Warship” – військовий корабель: *“The Ukrainian first lady, Olena Zelenska, has attended in Turkey the launch of the Hetman Ivan Vyhovskiy, an anti-submarine warship newly built for Ukraine.”* (Murray, 2024)

- “Amphibious landing ship” – десантний корабель: *“A Ukrainian missile strike on a shipyard in occupied Crimea has severely damaged and possibly destroyed a Russian amphibious landing ship and a Kilo-class submarine, satellite footage shows.”* (Roth, 2023)

П’ята категорія – озброєння та боеприпаси:

- “Surface-to-air system (SAS)” – система протиповітряної оборони (система ППО): *“Ukraine military says surface-to-air systems in Dzhankoi and anti-aircraft missile units in Chornomorske and Yevpatoria hit.”* (Low, Abdul, Menon, Taylor, 2024)

● “Ballistic missile” – балістична ракета: “*Volodymyr Zelenskyy said the use of an experimental ballistic missile by Russia amounted to “a clear and severe escalation” in the war and called for strong worldwide condemnation...*” (Sauer & Sabbagh, 2024)

Проналізуювши вищезначені лексичні особливості, можна зробити висновок, що військова лексика є важливим інструментом у публіцистичному дискурсі, особливо у світлі російсько-української війни. Використання чітких і зрозумілих термінів допомагає медіа передавати інформацію максимально точно, уникаючи двозначностей та маніпуляцій. У статтях “The Guardian” можна простежити широкий спектр військової термінології, що відіграє ключову роль у формуванні суспільної думки та міжнародного сприйняття війни.

ЛІТЕРАТУРА

- Василенко, Д. В. (2004). Словотвірні процеси у сфері військової лексики. II Міжвузівської конференції молодих учених “Сучасні проблеми та перспективи дослідження романських і германських мов і літератур.
- Лісовий, В. С. (2007, 1 січня). Дискурс. Енциклопедія Сучасної України. Інститут енциклопедичних досліджень НАН України. Режим доступу : <https://esu.com.ua/article-24374>
- Houaria, C. (2019). *The Journalistic Discourse Translating Strategies: From English into Arab*. *World Journal of English Language*, 9(2), 19. DOI:10.5430/wjel.v9n2p19
- Guardian staff reporter. (2022, 1 червня). *Himars: What are the advanced rockets US is sending Ukraine?* The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2022/jun/01/himars-what-are-the-advanced-rockets-us-is-sending-ukraine>
- Harding, L. (2025, 5 січня). *Ukraine launches surprise operation in Russia's Kursk region*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2025/jan/05/ukraine-launches-surprise-operation-in-kursk-region-according-to-reports>
- Lowe, Y., Abdul, G., Menon, R. & Taylor, D. (2024, 10 червня). *Ukraine claims to have hit Russian air defence systems in occupied Crimea – as it happened*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/live/2024/jun/10/russia-ukraine-war-live-90-states-register-for-peace-summit-zelenskiy-putin?page=with:block-6666e8878f082d1717766677>
- Michaelson, R. (2024, 1 грудня). *Syrian and Russian airstrikes hit Aleppo and Idlib after insurgents advance*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2024/dec/01/syria-iran-abbas-araghchi-damascus-visit-aleppo-fall-bashar-al-assad>
- Murray, W. (2024). *Ukraine war briefing*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2024/apr/20/ukraine-war-briefing-kyiv-claims-bomber-shot-down-at-308km-range-after-crash-in-russia>

- Roth, A. (2023, 14 вересня). *Ukraine hits Russian naval vessels and an air defence system in Crimea strikes*. The Guardian.
<https://www.theguardian.com/world/2023/sep/14/ukraine-hits-russian-naval-vessels-and-an-air-defence-system-in-crimea-strikes>
- Sabbagh, D. (2024, 10 липня). *First F-16 jets heading to Ukraine after months of training and negotiations*. The Guardian.
<https://www.theguardian.com/world/article/2024/jul/10/first-f-16-jets-heading-to-ukraine-after-months-of-training-and-negotiations>
- Sabbagh, D., & Oltermann, P. (2023, 5 січня). *US and Germany agree to send infantry fighting vehicles to Ukraine*. The Guardian.
<https://www.theguardian.com/world/2023/jan/05/germany-tanks-ukraine-russia-war>
- Sauer, P., & Sabbagh, D. (2024, 22 листопада). *Russian ballistic missile attack a 'severe escalation', says Zelensky*. The Guardian.
<https://www.theguardian.com/world/2024/nov/22/russian-ballistic-missile-attack-ukraine-a-severe-escalation-says-zelensky>
- Townsend, M. (2025, 10 березня). *Drone attacks killing hundreds of civilians across Africa, says report*. The Guardian.
<https://www.theguardian.com/global-development/2025/mar/10/drone-attacks-killing-hundreds-of-civilians-across-africa-says-report>

ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

Духніч В. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Рибалкін В. С.**

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному мовознавстві наука виділяє тісний зв'язок мови з матеріальною, духовною та історичною культурою кожного народу. Наукові факти доводять, що багато мовних аспектів формуються через культурну свідомість. Сучасна лінгвістика характеризує мову як суспільне явище, утворене певною історією й культурою. Аспект фразеології найяскравіше виражає попередні думки, адже кожен фразеологізм несе в собі певну ідею, пов'язану з формою життя суспільства, через яку ми бачимо духовну індивідуальність та культурно-національну самобутність кожного мовця.

Під час вивчення фразеологічних сполучень важливим аспектом є розуміння стилістичних засобів вираження. Лінгвокультурологічний підхід стверджує, що пізнання культури відбувається саме через мову, оскільки кожна мовна одиниця містить невичерпну кількість джерел походження та виразності мовлення. Подібний підхід дає можливість досліджувати тексти та фразеологізми як окремі пласти лексичного складу мови.

Відомий арабський вислів *الصبر مفتاح الفرج*, що перекладається як “Терпіння – ключ до полегшення”, висловлює важливість терпіння в усіх життєвих ситуаціях. Це особливо актуально для арабських спільнот, де більшість мешканців – мусульмани, а ціннісна стійкість, зокрема віра у краще майбутнє, є глибоко вкоріненою. Араби мали кочовий спосіб життя, тому суворі умови пустелі вимагали від них витримки та терпіння. У багатьох випадках їм доводилося пасивно очікувати, зберігаючи гідність і віру в краще майбутнє.

Світогляд ісламу спрямований на утвердження терпеливості та стійкості перед труднощами. *الصبر* (терпіння) в арабській культурі не обмежується лише вмінням чекати, але також передбачає здатність долати труднощі, покладатися на Бога та вірити в краще майбутнє. Такий світогляд часто зустрічається в ісламській культурі, що підтверджується як у Корані, так і в хадісах (словах пророка Мухаммада). Наприклад:

● *إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا* “Воістину, після труднощів настане полегшення” (Коран, 94:6).

● *إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ* “Воістину, Аллах – з тими, хто терпеливий” (Коран.2:153).

● *“الترمذي، ٥٩٩١”* “Воістину, нагорода за діяння залежить від труднощів”.

● “Чудове становище віруючого! Усі його справи – на благо: якщо йому випадає радість, він дякує Аллаху, і це йде йому на благо. А якщо його спіткає нещастя, він проявляє терпіння, і це також йде йому на благо” (مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري، ١٠٢).

Інший арабський вислів, що має глибоке коріння в арабській культурі, є наступним: *مَنْ تَعَلَّمَ لُغَةَ قَوْمٍ أَمِنَ مَكْرَهُمْ*, і перекладається як: “Хто вивчив мову народу, убезпечив себе від їхніх хитрощів”. Даний фразеологізм відображає багатовікову культуру народів, зокрема і арабів. Араби з давніх часів, а особливо в період ісламського розвитку, мали багато різносторонніх зв’язків з іншими народами. Для успішних взаємовідносин представник кожного народу мав вивчати мову, культуру та традиції іншого народу.

З лексичної точки зору цей вислів має декілька аспектів. Слово *تَعَلَّمَ* на відміну від інших синонімічних дієслів, таких як *درس* або *اقتبس*, означає повне оволодіння певною навичкою та включення її в повсякденне життя, що вказує на важливість не лише досліджувати мову інших, але й постійно практикувати її. Слово *لغة* не обмежується лише значенням “мова”, але й містить в собі культуру та традиції, а також мінімальні відмінності, що можуть відрізнити цей народ від інших. Слово *قوم*, що означає “плем’я”, характеризує місцеву специфіку на арабському півострові, а саме розподіл на племена. Дієслово *أمن* з значенням “безпека” підкреслює головну мету при вивченні мови інших народів: це робиться для забезпечення безпеки, а не для збереження ідентичності чи розширення світогляду. Слово *مكر*, що означає “хитрощі”, у даному контексті не лише символізує негативні риси, а й набуває значення кмітливості та мудрості в умінні маневрувати в складних ситуаціях. Тому серед представників різних народів цінується більше той, хто вміє приховувати свої наміри та маніпулювати інформацією в ділових стосунках.

Мова є інструментом безпеки кожної людини. Уміння помічати розбіжності у ділових, торгівельних та навіть особистих відносинах допомагає уникати маніпуляцій і розуміти справжні наміри партнера, особливо в ситуаціях, коли приховані значення не передаються прямо через слова.

Успішні арабські стосунки з різними культурами та народами, такими як: перси, єгиптяни, візантійці та багато інших, свідчать про їхнє повне володіння цим висловом та вміння застосовувати його в житті.

Отже, особливості фразеологізмів у сучасній мові дають нам можливість зрозуміти мислення кожного народу, адже саме через фразеологічні одиниці найяскравіше проявляється дух і краса мови. Лінгвокультурологія зосереджується на вивченні фразеології для дослідження джерел формування мислення народів, що сприяє кращому розумінню їхньої свідомості.

ЛІТЕРАТУРА

الترمذي، أ. ع. م. ب. ع. (٥٩٩١). الجامع الكبير. بيروت: دار الغرب الإسلامي
مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري، أ. أ. (١٠٢٠). صحيح المسلم في الأحاديث الشريفة. بيروت: دار الكتب العلمية.

ПОЛІТКОРЕКТНІСТЬ У МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ПЕРЕКЛАДАЧА

Дяченко А. Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Мелько Х. Б.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасний медійний дискурс все частіше зосереджується на питаннях толерантності, інклюзивності та відповідальності за використання мови. Люди намагаються ставити на порядок денний питання щодо уникнення дискримінаційних чи образливих висловлювань. Так як сучасний медіа дискурс є важливим засобом формування громадської думки та відображення соціальних змін, перекладачі та журналісти сприяють рівноправному та толерантному спілкуванню. (Глушак, 2013) Неправильний вибір слів або відсутність розуміння контексту може призвести до маніпуляцій, спотворення повідомлення або навіть ескалації конфліктів. Тому дослідження цієї теми є вкрай актуальним, оскільки воно допомагає визначити ефективні стратегії перекладу, які дозволяють зберегти баланс між точністю та етичністю висловлювань.

Тема політкоректності має багато труднощів для перекладачів, оскільки лексика часто немає прямих еквівалентів у різних мовах. (Молодиченко, 2016) Саме це змушує перекладачів шукати компроміс між дослівною передачею змісту та його адаптацією саме до цільової аудиторії. Разом з тим виникає проблема в культурних відмінностях сприйняття політкоректних термінів.

Це ставить перед перекладачем завдання не лише зберегти нейтральність висловлювання, але й забезпечити його коректне розуміння у новому контексті. Ще одним аспектом є баланс між точністю та адекватністю перекладу. Надмірне слідування політкоректним нормам може призвести до втрати оригінального значення тексту, тоді як ігнорування цих норм може викликати суспільний резонанс. Важливу роль тут відіграє креативний підхід до перекладу, який дозволяє зберегти зміст, дотримуючись етичних стандартів. (Карлова, 2018)

Не можна також оминати той факт, що автоматичні системи перекладу також мають непередбачені ситуації, оскільки алгоритми часто не враховують соціально-культурний підтекст і можуть пропонувати некоректні або навіть образливі варіанти перекладу. (Глушак, 2013)

У зв'язку з цим головною метою роботи, є знайти різні шляхи вирішення цих проблем. Оскільки політкоректна лексика змінюється під впливом культури та мови, ефективним вирішенням можуть бути розробка глосарію. Такі бази даних допоможуть уникати некоректних або застарілих термінів. Ще одним оптимальним рішенням може бути активне використання консультацій із носіями мови, експертами з культурології та соціолінгвістики. Це дозволяє уникнути можливих непорозумінь та підвищити якість перекладу, враховуючи актуальні суспільні настрої та ситуації. Крім цього, потрібно бути обачними з використанням інструментів автоматизованого перекладу (CAT-tools), так як вони не завжди розпізнають і коректно перекладають цю лексику. перекладачам слід ретельно перевіряти та редагувати результати таких перекладів. Додатково було б корисно створювати та популяризувати семінари та конференції що допоможуть підвищити їхню обізнаність щодо політкоректної лексики, її впливу на медіа-дискурс і способів її адаптації в іншомовному середовищі.

Окремим аспектом, який значно впливає на переклад політкоректної лексики, є правове регулювання мови у медіа-просторі різних країн. У багатьох державах діють закони, що забороняють використання дискримінаційних висловлювань або мови ворожнечі, зокрема щодо раси, статі, релігії чи гендерної ідентичності. (Карлова, 2018) Наприклад, у країнах Європейського Союзу антидискримінаційне законодавство накладає певні обмеження на термінологію, яку можуть використовувати журналісти та медіа-організації. Водночас у США свобода слова, гарантована Першою поправкою, створює більш гнучкий підхід, де обмеження стосуються лише явної мови ворожнечі. Для перекладачів це означає, що вони не лише передають зміст оригінального тексту, але й адаптують його відповідно до правових норм країни-реципієнта. Помилка в перекладі може призвести до юридичних наслідків, особливо у випадках, коли не відповідне слово може трактуватися як дискримінаційне або навіть порушувати закон. (Глушак, 2013) Це накладає додаткову відповідальність на перекладачів, вимагаючи від них глибокого розуміння не лише мовних, а й правових аспектів роботи. Важливу роль тут відіграє співпраця між перекладачами, юристами та редакторами, що дозволяє уникати непорозумінь та потенційних правових ризиків.

Підсумовуючи викладене, можна зробити висновок, що політкоректність у медійному дискурсі, є складним, але в той ж час важливим моментом роботи перекладача. Тому цей аспект потребує глибоких професійних знань та постійного розвитку. Однак використання стратегій адаптації, залучення експертів та розвиток технологій перекладу дозволяють досягти високого рівня якості та точності при роботі з політично коректними текстами. Подальші дослідження в цій галузі сприятимуть розробці більш ефективних перекладацьких стратегій, що відповідають етичним і професійним стандартам сучасного суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

- Карлова В. (2018) Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості – *Науковий вісник “Демократичне врядування”*.
- Молодиченко Н. А. (2016) Основні аспекти поняття політичної коректності в сучасній англійській мові №5. – *“Young Scientist”*. 507–510
- Глушак О. (2013) Аналіз впливу засобів масової інформації на політичну свідомість громадян України - *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія, Соціологія, Філософія*. Вип. 2.

ФІЛОСОФСЬКЕ ОСМИСЛЕННЯ МОВНОЇ ПРИНАЛЕЖНОСТІ, ІДЕНТИЧНІСТЬ У КОНТЕКСТІ МОВИ

Дяченко К. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Саволайнен І. П.**

Кандидат філософських наук, доцент,

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасна людина, яка живе в умовах глобалізації, дедалі частіше стикається з проблемою збереження власної мовної ідентичності. Це питання не лише теоретичне, а й особистісне: щоденна взаємодія з різними мовами впливає на свідомість, спосіб мислення, емоційне самовираження. Такий досвід викликає питання про те, ким я є у мовному вимірі та як мови формують моє “Я”.

Метою дослідження є визначення філософської природи мовної ідентичності в умовах багатомовності, показати її залежність від соціокультурного середовища та технологічних змін, а також проілюструвати ці процеси на основі конкретних прикладів.

Людвіг Вітгенштайн у “Логіко-філософському трактаті” стверджував, що “*Межі моєї мови – межі мого світу*” (Вітгенштейн, 1995). Мова формує межі нашого сприйняття й мислення, вона не лише описує реальність, а й визначає її логіко-семантичні рамки. Це особливо актуально для багатомовних людей, які переживають зміни в мисленні при переході між

мовами. Англійська мова надіє перевагу лінійності, тоді як українська – акцентує завершеність/незавершеність дії. В.фон Гумбольдт вважав, що мова створює світоглядну картину світу: кожен мовний код накладає унікальні рамки на бачення людиною реальності. Наприклад, багатомовність дозволяє нам бачити інакше, сприймати світ через різні фільтри, що у свою чергу і підтверджує дану теорію, інакше б ми не відчували себе так у певних мовних контекстах. Жак Дерріда розглядав мову, як систему, що ніколи не є стабільною: постійна відкритість до переосмислення, що породжує нестабільність ідентичності (Дерріда, 2004). Наприклад, наша мовна ідентичність не є сталим утворенням, вона змінюється залежно від того, яку мову ми використовуємо. У глобалізованому світі це особливо помітно, оскільки кожна нова мова, чи змішування мов, може викликати нові форми самоусвідомлення.

Ідентичність через мову, це не лише спадковість, а й свідомий акт. Використання рідної мови чи добровільний перехід на іншу, постає актом самовизначення. Знання кількох мов змінює спосіб мислення людини, відкриває доступ до нових культур, але також розмиває межі особистої ідентичності. На прикладі власного досвіду: англійська мова стала частиною мого внутрішнього мовлення та мислення. Деякі поняття швидше формулюються англійською, ніж українською. Турецька мова, хоча її знання є базовим, має для мене емоційне значення, адже її звучання викликає відчуття спокою, асоціюється з колісковою для немовлят. Попри багатомовність, українська мова залишається основою моєї національної та культурної самоідентифікації.

Загалом, домінування англійської мови у міжнародній комунікації спрощує взаєморозуміння, але несе загрозу витіснення менш поширених мов. Глобалізаційні процеси сприяють уніфікації (одноманітності) культурних кодів, що може призвести до втрати мовної унікальності. Значна частина навчальних та наукових джерел доступна лише англійською, що підсилює її вплив на мовлення.

Цифрова епоха, соціальні мережі та цифрові платформи змішують мовні стилі, сприяють появі нових комунікативних практик, таких як креолізація (формування гібридних мовних варіантів) і код-мішинг (поєднання елементів різних мов в одному висловлюванні) та мемів, що ускладнює збереження мовної ідентичності. За М. Кастельсом, це частина “*мережевого суспільства*”, де ідентичність конструюється через цифрові комунікативні практики (Кастельс, 2007). Штучний інтелект (напр. ChatGPT) підсилює “*лінгвістичний біас*”: алгоритми, треновані на англійськомовних даних, відтворюють культурні стереотипи, що маргіналізують іншомовні контексти.

На сьогоднішній день ми часто стикаємось із проблемою збереження рідної мови, яка постає основою культурної спадщини й національної ідентичності. Так, Е.Левінас наголошує на етичній відповідальності перед Іншим, тобто, про обов’язок збереження мовної різноманітності в процесі глобалізації (Левінас, 1997). Її збереження є актом свідомого спротиву уніфікації. Особиста практика для кожного – постійне повернення до української мови, як головної форми самовираження, попри багатомовність,

є способом зберегти власну ідентичність. Збереження мовної самобутності – це не лише культурний, а й філософський виклик сучасності, адже мова визначає нашу ідентичність і спосіб сприйняття світу.

Отже, багатомовність розширює горизонти пізнання, але водночас створює виклики щодо збереження власної культурної ідентичності. Досвід багатомовності демонструє, що мовна ідентичність не є сталою: вона формується та трансформується під впливом мовного оточення. Мова постає метафізичною основою буття, а кожна з вивчених мов – вікно в альтернативну онтологію. Збереження рідної мови у глобалізованому світі є важливою умовою збереження національної та культурної ідентичності.

ЛІТЕРАТУРА

Вітгенштейн, Л. (1995) *Логіко-філософський трактат*. Основи.

Дерріда, Ж. (2004) *Письмо та відмінність*. Основи

Кастельс, М. (2007) *Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства*. Ваклер.

Левінас, Е. (1997). *Філософія, справедливість і любов*. ДУХ і ЛІТЕРА.

ВПЛИВ ГРЕЦЬКОЇ МОВИ НА ФОРМУВАННЯ НАЗВ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Екатомматі Ф.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Петрова Г. Л.**

Кандидат філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

Грецька мова має значний вплив на формування медичної та фармацевтичної термінології багатьох європейських мов, зокрема й української. Це пояснюється історичними особливостями розвитку медицини, адже саме в античній Греції були закладені основи фармакології та лікувальної практики. Завдяки цьому грецькі терміни міцно закріпилися в науковій лексиці, що сприяло їхньому подальшому поширенню та адаптації у мовах інших народів.

В українській номенклатурі лікарських засобів грецькі запозичення є вкрай поширеними, особливо в назвах, що відображають склад, дію або сферу застосування препаратів. Наприклад, Анальгін походить від грецького “*ἀλγος*” – “біль”, Кардіоліпін утворений від “*καρδία*” – “серце” та “*λίπος*” – “жир”, Невропатин – від “*νεῖρον*” – “нерв” і “*πάθος*” – “страждання”. Такі приклади демонструють системність і логіку найменувань лікарських засобів, що забезпечує їхню зрозумілість та зручність у використанні.

Одноєю з основних характеристик грецьких запозичень є їхня адаптація до української мовної системи. Вона відбувається через фонетичні зміни,

морфологічні модифікації та семантичні зрушення. Наприклад, фонетична адаптація включає зміну звучання відповідно до норм української фонетики, що спрощує вимову та сприйняття термінів. Морфологічні зміни впливають на відмінювання слів та їхню словотвірну структуру, а семантичні зрушення можуть призводити до розширення або звуження значення терміна у процесі його використання.

Особливий внесок у дослідження медичної термінології зробили українські лінгвісти, серед яких Т. І. Гуменюк, В. І. Даниленко, Л. А. Петренко. Вони вивчали особливості запозичення та адаптації грецьких слів в українській мові, аналізували їхню роль у формуванні сучасної медичної номенклатури. Окрім цього, зарубіжні дослідники також досліджували вплив грецької мови на міжнародну медичну лексику, що дозволило створити єдину систему термінології, зрозумілу фахівцям у всьому світі.

Грецькі терміни формуються за певними словотвірними моделями, що допомагає їхній стандартизації та класифікації. Більшість медичних термінів складається з двох частин: перша визначає сферу застосування або дію лікарського засобу, а друга вказує на його природу або склад. Наприклад, у назві препарату Кардіоліпін – “*кардіо*” означає серце, а “*ліпін*” – жир, що підкреслює його фармакологічні властивості. Такий підхід спрощує ідентифікацію препаратів і сприяє ефективному використанню медичних термінів у професійній діяльності.

Варто зазначити, що вплив грецької мови на медичну термінологію не обмежується лише українською мовою. Подібні процеси відбувалися і в інших європейських мовах, таких як латина, німецька, французька та англійська. Оскільки латина стала основною мовою наукових праць у середньовічній Європі, багато грецьких термінів потрапили до європейських мов саме через латинське посередництво. Це створило уніфіковану систему термінології, яка й досі є основою медичних знань.

Грецькі запозичення не лише стандартизують термінологію, а й сприяють міжнародному науковому співробітництву. Оскільки багато термінів є універсальними, це полегшує обмін знаннями між фахівцями з різних країн. Крім того, збереження грецьких елементів у сучасній медичній мові забезпечує історичну тяглість наукової традиції та дозволяє простежити еволюцію медичних понять від античності до сучасності.

Таким чином, грецька мова справила значний вплив на розвиток української медичної та фармацевтичної термінології. Її роль простежується у багатьох аспектах: від формування назв лікарських засобів до стандартизації медичної мови. Завдяки дослідженням українських і зарубіжних лінгвістів вдалося визначити основні механізми адаптації грецьких термінів, що допомагає краще розуміти закономірності їхнього функціонування в сучасній українській мові. Подальше вивчення цього питання сприятиме не лише глибшому аналізу історичних процесів запозичення, а й розробці нових підходів до формування медичної термінології у майбутньому.

ЛІТЕРАТУРА

- Гуменюк, Т. І. (2015). *Запозичення та їхні типи в сучасній українській мові*. НаУКМА.
- Даниленко, В. І. (2017). *Основи медичної термінології*. Фармацевт.
- Петренко, Л. А. (2018). *Лексико-семантичні групи лікарських препаратів: класифікація та використання*. Медпрес.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ СУЧАСНОЇ СТАНДАРТНОЇ АРАБСЬКОЇ МОВИ

Скімова Є. Є.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Валігура О. Р.**

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Актуальність теми полягає у важливості дослідження економічної термінології у сучасній арабській мові для чіткого розуміння змін актуальних термінів в економіці для лінгвістів. Паралельний розвиток світової економіки в арабських країнах, особливо Перської/Арабської затоки, які займають провідну роль в експорті нафти, природного газу, нафтопродуктів, коштовного каміння. Ці країни з кожним днем налагоджують міжнародні торгові відносини з країнами Європи, Африки й Азії. Це, безумовно, впливає на формування та запозичення економічної термінології з інших мов, які стають стандартом для активного застосування в бізнесі, політиці, пресі і т.д.

Запозичення є одним зі способів термінотворення. Проте запозичення не є однорідними за своєю природою. Такі слова можуть розрізнятися не лише тим, носить те чи інше запозичення інтернаціональний характер, чи воно є національним (Д'яков та ін., 2000). Важливим чинником є також шлях запозичення. Залежно від нього запозичення бувають прямі та непрямі (Д'яков та ін., 2000). Дослідження демонструє, що пласт економічної лексики є динамічним і розвивається під впливом як внутрішньомовних механізмів, так і зовнішніх факторів, зокрема глобалізації та міжкультурної комунікації. Узагальнивши різні погляди на природу терміна, можна виділити такі його властивості: 1) однозначність, 2) точність семантичних меж, 3) стилістична нейтральність, 4) чітке тлумачення, 5) співвідношення з поняттями певної галузі знань, 6) системність, 7) відсутність зв'язку з контекстом, 8) відсутність синонімів (Ліса & Янкова, 2013). Наприклад, такі терміни як: *مُنَاحَ الْاِسْتِثْمَار* – “фондова біржа”, *سُوقُ الْمَالِ* – “ринок капіталу”, *اِسْتِثْمَارِيّ* – “інвестиційний клімат”, *صَنْدُوقُ النِّقْدِ الدَّوْلِيّ* – “Міжнародний валютний фонд”, *التَّوْزِيعَاتُ النِّقْدِيَّةُ* – “грошові виплати, дивіденди” (Aljazeera). Аналіз основних моделей творення термінів показує, що поряд із традиційними способами (деривацією, словоскладанням)

активно використовуються запозичення та калькування, що сприяє інтеграції міжнародних економічних понять в арабську мову. Пряме запозичення може бути повним або частковим. При повному запозиченні об'єктом запозичення є як внутрішня, так і зовнішня форма. При частковому запозиченні – тільки внутрішня форма (Д'яков та ін., 2000). До повних запозичень можемо віднести *بنك* – “банк”, *ماركت* – “ринок”, *تسويق* – “маркетинг”. До часткових – слова *دولار* – “долар”, *إستثمار* – “інвестиція”. Калькування простежується в термінах *الليبرالية* – “капіталізм”, *الزأسمالية* – “заборона на імпорту”, *نظام الإقتصادية* – “економічний лібералізм”, *حظر الاستيراد* – “торговий обмін”, *منظمة التجارة العالمية* – “Світова організація торгівлі” (Aljazeera). Спосіб деривації в економічній термінології ми бачимо на прикладах: *نتج* – “виробляти”, *الإنتاج* – “виробництво” від *إمدادات* – “поставки”, *استقر* – “бути стабільним”, *الاستقرار* – “стабільність” від *مد* – “постачати” (Aljazeera).

Одним із ключових аспектів дослідження стало виявлення особливостей функціонування економічної термінології. Результати аналізу свідчать, що термінологічна варіативність обумовлена історичними та соціолінгвістичними чинниками, зокрема впливом колоніальних мов і мовною політикою окремих арабських країн. Це підтверджує важливість подальшої стандартизації економічної термінології в межах арабомовного простору.

Функціонування економічної термінології у ЗМІ, наукових і офіційних документах демонструє її адаптивність залежно від сфери вжитку. Аналіз мовних ресурсів підтвердив, що медіа сприяють поширенню нових економічних понять, водночас наукові джерела та фінансово-правові документи залишаються головним механізмом їхнього закріплення в професійному дискурсі.

ЛІТЕРАТУРА

- Д'яков, А. С., Кияк, Т. Р., & Куделько, З. Б. (2000). *Основи термінотворення: семантичні та соціолінгвістичні аспекти*. Київ: Видавничий дім “KM Academia”.
- Лиса, Н. С., & Янкова, Т. М. (2013). *Структурно-семантичні особливості сучасної економічної термінології*. Дослідження з лексикології і граматики української мови, вип. 14'2013.
- Aljazeera. (2025, 11 березня). Халід Фатхі. *Aljazeera*. DOI: <https://www.aljazeera.net/ebusiness/2025/3/11>.
- Aljazeera. (2025, 11 березня). Мухаммад Снаджле. *Aljazeera*. DOI: <https://www.aljazeera.net/ebusiness/2025/3/11>.
- Aljazeera. (2025, 13 березня). *Aljazeera*. DOI: <https://www.aljazeera.net/ebusiness/2025/3/13>.

ВПЛИВ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК І ТРАНСФОРМАЦІЮ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ

Єфімова І. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Родзінська О. Ю.**

Старший викладач

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасні технології відіграють значну роль у розвитку мов світу, і японська мова не є винятком. Останнім часом особливо гостро стали помітні зміни, адже Японія все більше і більше відкривається для світу та поглинає знання і запозичені слова, які раніше були не доступні через закриті кордони країни. Завдяки цифровізації, поширенню інтернет-комунікацій та розвитку штучного інтелекту, японська мова зазнає суттєвих змін у лексиці, граматиці та способах використання. Дослідження цієї теми є актуальним у контексті глобалізації та технологічного прогресу.

З розвитком інформаційних технологій японська мова збагачується запозиченнями, переважно з англійської. Наприклад: “インターネット” (intānetto) – інтернет, “アプリ” (apuri) – додаток, “ソフトウェア” (sofutouea) – програмне забезпечення, “ハードウェア” (hādouea) – апаратне забезпечення. Це явище пояснюється завдяки глобальному впливу західних технологій і термінології, що пов’язана з інноваціями. Багато нових понять, що з’являються у сфері інформаційних технологій, спочатку формуються англійською, як міжнародною, мовою, а потім адаптуються до японської через катакану – японський письмовий алфавіт, що використовується для запису запозичених слів.

Деякі слова змінюються фонетично для зручності японських носіїв мови. Наприклад: “コンピュータ” (konpyūta) – комп’ютер, походить від англійського “computer”; “テレビ” (terebi) – телевізор, від “television”, “ミーティング” (mītingu) – зустріч, нарада, від “meeting”; “データ” (dēta) – дані, від “data”. Це відбувається завдяки особливостям японської фонетики. Зокрема тим, що японська мова не допускає скупчення приголосних, а також тим, що всі склади закінчуються на голосний звук (за винятком “n”).

Скорочення слів у японській мові часто виникають через потребу в зручному, швидкому спілкуванні, особливо в цифровому середовищі. Такі скорочення широко використовуються в повсякденному житті, особливо серед молоді та в технічних професіях. Це явище має кілька основних тенденцій. Однією з них є *аббревіації довгих слів* – збереження лише перших складів складних термінів: “エアコン” (eakon) – кондиціонер, скорочення від “エアーコンディショナー” (eā kondishonā); “ファミレス” (famiresu) – сімейний ресторан, від “ファミリーレストラン” (famirī resutoran); “パソコン” (pasokon) – персональний комп’ютер, скорочення від “パーソナルコンピュータ” (pāsonaru konpyūta).

Також існує тенденція скорочення у неформальному інтернет-спілкуванні, яка більш характерна для нового покоління. Наприклад: “メル友” (merutomo) – друг по електронній пошті, від “メール” – mēru – лист і “友達” – (tomodachi) – друг; “バグる” (baguru) – зазнати збою, від англ. “bug” з японським граматичним закінченням “-gu” для дієслів.

Сучасні технології суттєво трансформують японську мову, і як результат сприяють її збагаченню новими запозиченнями, спрощенню мовних конструкцій та виникненню нових форм комунікації. Особливо відчутним є вплив англійської мови, що проникає в японську через ІТ-сферу, цифрові пристрої та інтернет-культуру. Процеси скорочення слів, фонетичної адаптації та створення неологізмів змінюють мовне середовище, у якому традиційні мовні норми поступово змінюються або ж зовсім виходять з уживання.

Значний вплив на мову мають також нові форми цифрового спілкування, зокрема соціальні мережі, месенджери та емоджі, які доповнюють або навіть замінюють текстові повідомлення. Водночас, такі зміни викликають виклики, зокрема спрощення граматики, зменшення використання традиційних ієрогліфів та ризики втрати частини мовної ідентичності. Попри це, японська мова демонструє високу адаптивність до технологічних змін, гармонійно поєднуючи традиційні мовні структури з новими елементами.

Таким чином, цифрові технології відіграють ключову роль у сучасному розвитку японської мови, забезпечуючи її динамічність та відповідність сучасним реаліям, але водночас ставлять перед суспільством завдання збереження мовної культури та її збагачення.

ЛІТЕРАТУРА

- Комарницька, Т. К., Комісаров, К. Ю. (2012). *Сучасна японська літературна мова: теоретичний курс: в 2 т.* Т. 1. Видавничий дім Дмитра Бурого.
- Crystal, D. (2011). *Internet Linguistics: A Student Guide*.
https://detail.chiebukuro.yahoo.co.jp/qa/question_detail/q11224598791
- Руденок, К. В. (2021). “Гайрайго в сучасній японській мові”. КНЛУ
- Лавренюк, А. С. (2019). “Еволюція ієрогліфів в японській мові”. КНЛУ

МОТИВАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРИЗВИСК ЖИТЕЛІВ СЕЛА КОЛОДЯЗНОГО РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Жабчик О. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Заскалета В. П.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

За спостереженнями науковців, у лексичній системі мови власні назви, які називають ще пропріативами, онімами, істотно переважають над загальними. Власні назви, що називають людей, інакше кажучи, антропоніми, можуть

бути офіційними і неофіційними. Неофіційні особові іменування – це додаткові імена, на основі яких ідентифікують та характеризують особу. Серед неофіційних антропонімів особливе місце займають прізвища, які в лінгвістичних працях називають також вуличними кличками, сільськими прозвищами, народними родовими прізвищами, прозвищами, вуличними прізвищами, назвищами, назвиськами. Зазвичай у малих місцевостях багато родичів і людей зі схожими іменами і прізвищами. Наприклад, у Колодязному багато осіб з прізвищем Мамчур, тому односельці дали їм прізвиська, за якими й розрізняють: *Снопур, Мариганчиха, Дзюбак, Бульчик, Пилипова*.

Прізвищам властиві індивідуальність, нерідко конотативне забарвлення (містять позитивну чи негативну експресивно-емоційну оцінку носія прізвиська номінаторами) і вмотивованість. Як факт мови ці власні назви цікавлять дослідників передусім як твірна база для офіційних особових назв – прізвищ.

Відомо чимало класифікацій прізвищ, в основі яких лежать різні критерії. З погляду мотивації прізвища поділяють на мотивовані та немотивовані, тобто ті, мотивацію яких утрачено, забуто. Мотивовані прізвища ділять на три типи: прізвища антропонімного походження; прізвища, які дають зовнішню характеристику носія; прізвища, які мають інформацію про носія, окрім його зовнішньої характеристики.

Аналіз прізвищ жителів села Колодязне дав змогу виявити мотиваційні особливості цих неофіційних власних назв та простежити панівні тенденції у формуванні неофіційних антропонімів. За мотиваційною ознакою найбільш поширеними індивідуальними прізвищами мешканців села Колодязне є такі:

1. Похідні від власних назв. Серед таких прізвищ найбільш уживані відантропонімні, що походять:

- а) від імені батька: *Михаль, Карпо, Нестериха, Кируші, Петрушка, Лукашиха*;
- б) від імені діда: *Хроль, Пилипова, Оксент, Аркадійха*;
- в) від прізвища: *Татарчук, Цимбалюк, Власюк*;
- г) від імені матері: *Катеринчик*;
- г) від імені бабусі: *Мелашник*;
- д) від власного імені людини: *Іванко, Дімон, Асяся, Чача, Дмитрик, Леська, Гантох*;

Відтопонімні прізвища поширені значно менше, і мотивовані вони назвами населених пунктів: *Поташенец, Хотинка*;

2. Похідні від загальних назв, або відапелятивні прізвища. Ця група прізвищ представлена такими підгрупами:

а) ті, що вказують на професією чи рід заняття носія: *Капітан, Комісар, Коптар, Поштарка, Касірка, Пекар, Границя*;

б) ті, що вказують на зовнішні ознаки носія: *Рижя, Циган, Бородатий, Біленький*;

в) ті, що вказують на фізичні особливості носія: *Бочка, Горбатий, Очкарик, Шийка, Гурок*;

г) ті, що вказують на місце проживання носія: *Селищанка*.

г) ті, що вказують на етнічне походження носія: *Казашка*.

Важливо зазначати, що в однієї особи може бути декілька прізвищ. Наприклад, в одному селі в чоловіка було прізвисько *Японець*, але в іншому йому дали два: *Хунік* і *Ветеринар*. Чому саме так назвали людину – з'ясувати не вдалося.

Колодязенці часто вживають скорочені варіанти прізвищ (*Сусік* – *Сус*), що, на нашу думку, зумовлено законом економії зусиль мовців, або змінюють форми прізвищ (*Помпик* – *Помпей*).

Поширена в с. Колодязне тенденція і на родові прізвища. Вони походять від імені засновника роду: *Юрчики*, *Карпи*, *Кируші*, *Масєї*, *Кирилові*. Зазвичай їх дають за ім'ям діда або прадіда: *Юрчики* (*Юрко*), *Карпи* (*Карпо*), *Масєї* (*Мойсей*), *Германи* (*Герман*), але ми виявили також ті, що походять від жіночих імен, наприклад *Катеринчики* (Катерина). Закріпившись за певними родинами, ці антропоніми передають з покоління в покоління, що дозволяє місцевим жителям швидко ідентифікувати людину за її походженням.

Отже, неофіційний антропоніми, а саме прізвища, відіграють важливу роль і в комунікації. Вони слугують маркерами зовнішності, професії чи місця проживання носія прізвища, дають змогу простежити історію певного роду. Усе це свідчить про живу усну традицію надання прізвищ, яка збережена в селі Колодязному. Крім того, прізвища виконують соціальну функцію та виражають позитивне, негативне чи нейтральне ставлення соціуму до найменованої особи: повагу, насмішку, симпатію, антипатію тощо.

ЛІТЕРАТУРА

- Прадід Ю. (2021). Функційні, мотиваційні та словотвірні особливості прізвищ жителів села Либохора Стрийського району Львівської області. *Науковий вісник УжНУ*, 2 (46), 202–210.
<https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/42537>
- Вербовецька О. (2022). Індивідуальні прізвища, мотивовано внутрішніми ознаками та особливостями поведінки носія (на матеріали антропонімії Тернопільщини). *Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка*, 1(27), 72–76.
<http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/8348/1/Verbovetska.pdf>

ПЕРЕКЛАД НАУКОВИХ ТЕРМІНІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Жема О. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Анохіна Т. О.**

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Науково-технічні терміни як мовні знаки, що репрезентують поняття спеціальної, професійної галузі науки чи техніки, є неодмінною складовою

науково-технічних текстів. Об'єкт даних тез – це наукові терміни, які є складовою частиною англомовного наукового дискурсу, а предмет дослідження – це власне особливості перекладу наукових термінів українською мовою.

Основними труднощами перекладу поліфункціональних термінів є їх беззаперечна багатозначність та відсутність єдиновірних зафіксованих перекладацьких еквівалентів, а також іноді національна варіативність термінів. Відомо, що терміни можуть виявлятися різними в британському, американському, канадському та інших варіантах англійської мови. Також існують різні терміни, що позначають одне й те саме явище, процес, предмет тощо. В тезам ми досліджуємо проблему еквівалентної передачі термінів з наукової парадигми з англійської на українську мову. В даному прикладі нас зацікавила семіотична модель, яка містить терміни, що мають бути перекладені відповідним чином для збереження їх концептуального навантаження. Якщо інвертувати терміни, то можна знайти відповідний еквівалент. Найбільш успішними є відповідники, які були кальковані, однак потрібно також зважати на традицію використання термінів в науковій картині світу.

Терміни представлення семіотичної моделі використовуються для позначення мовного знака. Ці терміни можуть мати декілька синонімічних відповідників, наприклад: англ. *three-component model of the sign*, укр. *трикомпонентна модель знака*, англ. *triadic semiotic model*, укр. *тріадична семіотична модель*, англ. *triadic concept of the sign*, укр. *тріадична концепція знака*, англ. *Peircean triadic model of the sign*, укр. *Пірсівська тріадична модель знака*.

Терміни семіотичної наукової парадигми мають свою традицію використання та широко застосовуються в наукових розвідках українських науковців, пор.: англ. *variant signs*, укр. *варіативні знаки*, англ. *equivalent signs* *еквівалентні знаки*, англ. *functional equivalents of signs*, укр. *функціональні еквіваленти знаків*, англ. *paradigmatically related signs*, укр. *парадигматично пов'язані знаки*, англ. *sign substitutes*, укр. *субститутити знаків*, англ. *semantic duplicates*, укр. *семантичні дублети*.

Унаочнений термін може мати свій відповідник та схематичне представлення (наприклад, в енциклопедіях). Особливо влучний відповідник можна інвертувати в користувацькому словнику перекладача, а термін можна візуалізувати для пошуків відповідника. Розберемо схематичну модель трикутника, яка візуалізується та містить відповідні терміни, пор.: англ. *word*, укр. *слово*, англ. *reference*, укр. *референція*, англ. *referent* укр. *референт*, англ. *symbol*, укр. *символ*). Для перекладу термінів наукової парадигми важливо розуміти частотність використання терміна та традицію, тобто вже існуючі варіанти перекладу.

Оген і Річардс (1923) у своїй роботі *The Meaning of Meaning* вжили термін “семіотичний трикутник” та створили свою модель семіотичного трикутника, щоб пояснити взаємозв'язок між мовним знаком (словом), концептом і реальним об'єктом. Оскільки термін не був новим, а вчені

спіралися на ідеї Чарльза Пірса, який розробив триадичну модель знака (Peirce, 1931–1958), то за традицією він вже має перекладацький відповідник.

За Ч. Пірсом (Peirce, 1931–1958) знак складається з трьох компонентів: знак, об'єкт та інтерпретант. Огден і Річардс (1923) адаптували цю модель, розробивши семіотичний трикутник, який складався з наступних складових: символу (англ. *word*, укр. *слово*) у розумінні мовного знаку, концепту (англ. *thought/reference*, укр. *думка/референція*) як ментального уявлення про об'єкт (англ. *object*) та власне референта (англ. *referent*), або реального предмета чи явища.

Отже, термін “семіотичний трикутник” вже був використаний і не містить проблем під час пошуку відповідника. Однак, існують нові терміни, що мають бути введені вперше в наукову парадигму. Вони можуть спричинити певні труднощі та бути кальковані, що є найпростішим перекладацьким рішенням.

Як наприклад, невірно буде калькувати термін семіотичної парадигми як англ. *causal relations* як укр. *казуальні відношення*. Оскільки термін англ. *causal relations* – це відносини, що ґрунтуються на реальному причинно-наслідковому зв'язку між поняттями, цей термін передається терміном укр. *причинно-наслідкові відносини*, а термін англ. *imputed relations* в науковій парадигмі – це відносини, які не є об'єктивними, а приписуються на основі мовної традиції чи узгодженого значення, що на українську мову передається терміном укр. *приписувані відносини, приписуваний статус* (поняття соціального статусу). З іншого боку, деякі терміни за традицією були успішно кальковані, пор.: англ. *referent*, укр. *референт*.

Процес перекладу термінів складається з двох основних процедур: аналітичної та синтетичної. Розуміючи традицію перекладу, перекладач обирає існуючий відповідник або створює власний.

ЛІТЕРАТУРА

- Ogden, C. K., & Richards, I. A. (1923). *The meaning of meaning: A study of the influence of language upon thought and of the science of symbolism*. Kegan Paul, Trench, Trubner.
- Peirce, C. S. (1931–1958). *Collected papers of Charles Sanders Peirce* (C. Hartshorne, P. Weiss, & A. W. Burks, Eds.). Harvard University Press.
- Поняття соціального статусу – Соціологія. (n.d.). Навчальний Посібник. Retrieved February 7, 2025, from <http://politics.ellib.org.ua/pages-11103.html>

СТИЛІСТИЧНЕ РОЗМАЇТТЯ ОПОВІДАнь ЗАХАРІАСА ПАПАНДОНІУ ТА СПЕЦИФІКА ЇХ ВІДТВОРЕННЯ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ (НА МАТЕРІАЛІ АВТОРСЬКОГО ПЕРЕКЛАДУ УРИВКІВ)

Жунина Л.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Петрова Г. Л.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Стиль автора можна розглядати як форму його особистісного самовираження, спосіб зовнішньої реалізації думок та відображення внутрішнього світу—як власного, так і світу оповідача та персонажів твору. Використання мови, а отже і стиль, має індивідуальний, але не виключно суб'єктивний характер. На нього впливають численні зовнішні чинники, зокрема соціальні, історичні, політичні та культурні аспекти, які визначають або коригують спосіб мовного вираження, а також свідомий і несвідомий вибір мовних засобів автором. Важливу роль у формуванні стилю відіграє семантичний рівень мови, оскільки між значенням та стилем існує взаємозалежність (Χαρατζάκης, 1992). Ідіостиль письменника – це не просто сукупність мовних засобів, які він використовує для вираження своїх ідей, а спосіб осмислення та відтворення реальності через призму його світосприйняття. Саме через індивідуальний стиль розкривається ставлення автора до вибору виражальних засобів і його позиція щодо тих чи інших питань.

Захаріас Папандоніу, видатний майстер слова, став своєрідним містком між постичним поколінням 1920-х років завдяки своєму віку та літературним уподобанням. Він володів тонким відчуттям естетики й уміло добирав слова, надаючи своїм творам особливу витонченість. Його творчість вирізнялася прагненням до досконалості, адже, як і багато інших письменників, він постійно шукав ідеальний вираз, долаючи непрості “мовні муки” (Μιράσυεζη, 1982). Його прозові твори вирізнялися винятковою мовною точністю, лаконічністю та витонченістю, що дозволило критикам визнати Папандоніу автором із унікальним, впізнаваним стилем.

Зокрема, Хурмузіос (Χουρμούζιος) зауважив, що “*Διηγήματα*” Папандоніу стали переломним моментом у його творчості, оскільки саме з цієї книги він переходить від хронографічного начерку та журналістського замальовування до власне оповідання. Їх чітка композиція, продумана архітекτονіка та розвинений філософський зміст, органічно вплетені у сюжетну канву.

Без сумніву, сама стилістика оповідань Папандоніу надає нам можливість зрозуміти глибокий зв'язок автора з живописом та його досвідом перебування у Парижі. Опис бідної жінки-моделі художника, яка мешкає в старому маєтку з видом на безкрає море паризьких дахів,

ліричний образ “золотого платана” поруч із бюстом Делакруа в саду Люксембургу – ці деталі становлять основу паризьких текстів Папандоніу, а також формують оповідання “*Η χαρά της Ζορζέτας*”, в центрі сюжету якого змальована тривога за художнє визнання.

У своїй прозі він широко використовує елементи поетичного мовлення, що проявляється у метафорах і порівняннях, переважно навіяних світом природи. Вказані стилістичні засоби допомагають символічно передати характер персонажів, їх внутрішній та зовнішній світ, вплетений у сюжетну лінію. Переосмислення знайомих слів у різному контексті додає їхньому значенню певної багатозначності. Більше того, атмосферу, створену природним світом, Папандоніу часто передавав через метафори й порівняння в оповіданні “*Η πιστή γυναίκα*”. Образи з цього твору насичені чистою поезією й ліризмом, перетворюють реальність на символи та гармонійно вплітаються в реалістичні події з особливою чутливістю.

Варто зазначити, що оповідання Захаріаса Папандоніу: “*Μετανάστης*” “*Το άλογο*”, “*Φουστάνι της Λελούδας*”, “*Θεία τιμωρία*”, “*Πέτρα σε λίμνη*”, “*Αθάνατο πουλί*”, “*Το ψυχικό της Γατομάτως*”, “*Η πέτρα του Γριβόδημου*”, “*Το λαμπρό αμάξι*”, “*Ολέθριος λοχαγός*” не менш яскраво розкривають особливості авторського стилю, дозволяючи глибше відчувати його унікальну манеру оповіді та художні засоби. (Κεραμάρη, 1996)

Як зазначала К.Ф. Дімара (Κ.Θ.Δημάρη): “У творчості Папандоніу передусім вирізняються технічна довершеність і художня свідомість. Теми його натхнення вирізняються благородством, уникають приземленості, але й не доходять до патетичної піднесеності. Це світ душевного спокою... Його почуття врівноважені, а іноді й зовсім розчиняються у парнасійському спокої. Водночас у його творах часто постає людський біль, розуміння сутності життя й природи. Його світогляд пронизаний своєрідним філософським стоїцизмом, який підноситься до меланхолії.” (Μπαλάσκα, 2022)

ΛΙΤΕΡΑΤΥΡΑ

- Κεραμάρη, Φ. (1996). Ο ΖΑΧΑΡΙΑΣ ΠΑΠΑΝΤΩΝΙΟΥ ΩΣ ΠΕΖΟΓΡΑΦΟΣ (Doctoral dissertation, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ). Σχολή Φιλοσοφική. Τμήμα Φιλολογίας. Τομέας Μεσαιωνικών και Νεοελληνικών Σπουδών).
- Χαραλαμπίκης, Χ. (1992). Νεοελληνικός λόγος: μελετές για τη γλώσσα τη λογοτεχνία και το ύφος. Αθήνα: Νεφέλη
- Μπαλάσκα, Μ. (2022). Γλωσσικές και υφολογικές επιλογές στο έργο Ο γύρος του θανάτου, του Θωμά Κοροβίνη.
- Μιράσγεζη, Μ. (1982). Νεοελληνική Λογοτεχνία, τ. Β΄. Αθήνα

ПЕРЕДАЧА ІТАЛІЙСЬКИХ ЕКСПРЕСИВНО-КОНОТАТИВНИХ АНТРОПОНІМІВ, ПРІЗВИСКІВ І ЗВЕРТАНЬ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ

Завгородня О. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Філоненко Н. Г.**

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Експресивно-конотативні антропоніми, прізвища та звертання відіграють важливу роль у формуванні мовної картини світу, адже вони не лише виконують номінативну функцію, а й передають емоційне, соціальне та культурне забарвлення. В італійській мові ці елементи часто несуть додатковий смисловий і прагматичний підтекст, який може суттєво впливати на сприйняття висловлювання. У перекладі українською мовою збереження цього підтексту є складним завданням, оскільки кожна мова має власні механізми експресивності та конотації.

Проблема передачі експресивних антропонімів і прізвищ пов'язана з тим, що вони можуть мати як позитивне, так і негативне забарвлення, а їхня семантика часто залежить від соціального контексту. Наприклад, в італійській мові прізвища можуть ґрунтуватися на зовнішніх характеристиках людини (Il Biondo – “Блондин”), професії (Il Dottore – “Доктор”) або рисах характеру (La Furba – “Хитра”). При перекладі у нас виникає питання: зберігати прямий еквівалент чи адаптувати його відповідно до культурних норм цільової мови? (Скорук, 2017). Форми звертання також відіграють важливу роль у комунікації, оскільки вони вказують на рівень формальності, соціальний статус мовця та його ставлення до адресата. В італійській мові звертання можуть бути офіційними (Signore, Signora) або більш персоналізованими та емоційно забарвленими (Carissimo, Tesoro, Amore). Вибір відповідного варіанта українською залежить від прагматичних умов комунікації та контексту твору. Антропоніми та прізвища часто зустрічаються в художніх текстах і кінодіалогах, де вони слугують засобом характеристики персонажів. Збереження або адаптація таких одиниць під час перекладу впливає на сприйняття образу читачем або глядачем. Наприклад, в італійському кінофільмі герой може мати прізвище Сіссіо (зменшувальна форма, що означає “товстун” або “пухленький”), яке не має прямого відповідника в українській мові. Перекладач може обрати варіанти “пузань”, “товстунчик” або передати значення через інші мовні засоби. На рівні перекладацьких стратегій можна виділити декілька основних підходів до передачі експресивно-конотативних антропонімів, прізвищ і звертань. Транскрипція або транслітерація застосовується якщо слово зрозуміле і має визнаний статус в цільовій мові, наприклад, італійські прізвища або

культурно зумовлені форми звертання, які не потребують адаптації, але зберігають свою автентичність). Допускається і калькування (переклад збереженням структури слова, наприклад, при перекладі прізвищ, що базуються на конкретних ознаках, як-от “Il Biondo” – “Блондин” або “Il Dottore” – “Доктор”). При заміні елементів на еквіваленти, що є культурно й соціально релевантними для цільової аудиторії, як у випадку з перекладом прізвищ, що можуть мати в своїй основі зовнішні риси чи професійні характеристики маємо справу з адаптацією. Вибір варіантів, що зберігають емоційне та соціальне забарвлення, зокрема через використання зменшувальних форм чи специфічних інтонацій, допомагає зберегти колорит оригіналу, наприклад, використання “товстунчик”, “дружбан” чи “миленький” для збереження теплоти чи певної прихильності (Ребрій, 2022). При перекладі звертань важливо враховувати також специфіку мовних формальностей, адже в італійській мові є чітке розмежування між офіційними та неформальними формами звертання. В українській мові існує подібна система, але вона має свої особливості в залежності від соціального контексту. Збереження цього розрізнення у перекладі допомагає передати атмосферу міжособистісних відносин між персонажами (Зінуківа, 2017).

Загалом, проблема передачі експресивно-конотативних антропонімів, прізвищ і форм звертань є складним і важливим аспектом перекладу, що вимагає не лише лексичних і граматичних знань, а й культурної чутливості до нюансів мови оригіналу та цільової мови. Тому кожен випадок потребує індивідуального підходу, що дозволяє досягти найкращого результату в передачі емоційного, соціального і культурного контексту.

ЛІТЕРАТУРА

- Зінуківа, Н. В. (2017). *Усний переклад у зовнішньоекономічній сфері: теорія і методика навчання магістрів філологів: монографія*. Університет імені Альфреда Нобеля.
https://lib.duan.edu.ua/images/PDF/filol/filol_14.pdf
- Ребрій, О. В. (2022). *Теорія міжкультурної комунікації: конспект лекцій*. Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.
<http://foreign-languages.karazin.ua/resources/70fd41ec851a3c8eed11f91b1c3495cf.pdf>
- Скорук, І. Д. (2017). *Курсова та дипломна роботи з ономастики*. Вежа Друку.
https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/18081/3/skoruk_2017.pdf

МОВА ВІЙНИ В СУЧАСНІЙ ХУДОЖНІЙ ПРОЗІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ “72 ЗАПИСКИ КОМБАТА” О. ВДОВИЧЕНКА)

Захарків І. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Мінчак Г. Б.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасній українській лінгвістиці актуалізувалися спроби наукової інтерпретації художнього тексту як інструмента освоєння мови нової реальності в умовах російсько-української війни. Як справедливо зазначають дослідники, “окрім естетизації дійсності та її художньої інтерпретації, сучасний літературний текст формує мову актуальної дійсності, за якою – і дошукування втрачених змістів минулого, і докладне, часом зовсім не літературне фіксування травматичних подій сьогодення” (Пухонська, 2022, с. 152).

Мова роману Олександра Вдовиченка “72 записки комбата”, у якому образ війни відіграє центральну роль, формуючи не лише документальний стиль розповіді, а й передаючи психологічний, історичний і культурний контексти бойового досвіду, ще не була предметом мовознавчих розвідок. Війна в цьому творі постає як феномен, що накладає відбиток на особистість, сприйняття світу та суспільну свідомість загалом. Отже, метою нашого дослідження є виявити й описати особливості мови російсько-української війни в цьому сучасному романі Олександра Вдовиченка, зокрема проаналізувати специфічні мовні засоби, які передають бойовий досвід, психологічні стани військових і колективну пам'ять.

Для сучасної воєнної прози характерне поєднання документальної точності з емоційною насиченістю. Автор використовує військову термінологію, позивні, специфічні команди, які відтворюють реальність бойових дій. Уривки з роману містять автентичні діалоги військових, що передають як офіційну командну мову, так і неформальне спілкування солдатів. Наприклад, рядок “Словян, я Тайфун, по нас “мішка” працює...” (2021, с. 15) відображає типову фронтову комунікацію, де важливі деталі передаються лаконічно, а кожне слово має критичне значення.

Водночас важливим елементом є емоційний складник, що створює ефект занурення в реалії війни. Оповідач постійно рефлексує над тим, що відбувається, ставить питання до себе, Бога, долі: “Чому після п'яти років на війні, де лютує смерть, я залишився жити?” (2021, с. 17). Такі риторичні запитання увиразнюють психологічну напругу, втрату сенсів у мирному житті після фронту. Війна не залишається просто досвідом – вона переслідує героя в снах, спогадах, звуках. У фрагменті “У вухах гримлять голоси командирів рот, я бачу їхні обвітрені обличчя та втомлені очі, намагаюся бігти уві сні, їм потрібна моя допомога...” (2021, с. 15) описано

посттравматичний синдром, який через мову війни передано максимально реалістично.

Документальний складник тексту посилюється через реалістичний опис бойових подій. Оповідач не уникає деталей втрат, смерті, тілесності війни: *“Я не маю більше сил дивитися на пошматовані холодні тіла, проводити їх у останню путь, просити пробачення...”* (2021, с. 10). Мова стає інструментом осмислення болю та втрат, де слова наділені особливими значеннями. Ця пряма фіксація жахів війни робить текст терапевтичним не тільки для автора, а й для читачів, які через нього можуть наблизитися до досвіду фронтовиків.

Важливий контраст між військовою мовою та мирною реальністю. Повернувшись із фронту, герой намагається адаптуватися до цивільного життя, але це дається важко: *“Та хоч-не-хоч, думки все одно летять на Схід, вкотре повертаються до тих кривавих зимових днів, не дають ні хвилини спокою”* (2021, с. 17). Тут мова війни проникає в мирне життя, стає частиною свідомості, не даючи можливості просто “переключитися”.

Ще одним важливим аспектом мови війни в романі є її символічне навантаження. У тексті часто повторюються позивні, команди, терміни, які стають не просто частиною військового лексикону, а набувають емоційного й навіть екзистенційного значення. Наприклад, позивний головного героя *Словян* стає не лише ідентифікатором у військовому середовищі, а відображає його внутрішній світ, відповідальність за людей, яких він веде в бій, і водночас тягар втрат, які він переживає. Фрази, які він чує в рації на зразок *“Словян, я “Цитадель”, у нас 200”* (2021, с. 10), звучать як вирок, як повторення болючої реальності, що неминуче повертається знову і знову.

Рефрен *200-й* (загиблій) проходить через весь роман, підкреслюючи, що смерть стала звичним супутником солдатів. Але автор не просто фіксує ці моменти, він через мову передає спробу осмислити сенс війни: *“Боже, навіщо це мені? За що? Коли це нарешті скінчиться?”* (2021, с. 10). Це не просто риторичні запитання, а спроба знайти відповідь у хаосі війни, яка не залишає місця для логіки чи справедливості.

Водночас у тексті простежується інша важлива особливість мови війни – її терапевтична функція. Оповідач, описуючи ті чи ті події, намагається зафіксувати й осмислити свій травматичний досвід через слова. Він докладно змальовує свої нічні кошмари, галюцинації: *“У вухах гримлять голоси командирів рот, я бачу їхні обвітрені обличчя та втомлені очі, намагаюся бігти уві сні, їм потрібна моя допомога...”* (2021, с. 154). Ці епізоди передають, наскільки глибоко війна вкорінюється в підсвідомість солдата, не даючи йому можливості повернутися до нормального життя.

Контраст між мовою війни та мовою мирного життя особливо помітний у сценах повернення додому. Герой намагається знайти спокій, але війна не відпускає його навіть у затишку власної квартири: *“Заварив чаю і виїшов на балкон, постояв, спостерігаючи з п'ятого поверху за мирним життям нічного міста... Мені мало повітря. Я відкрив раму, і з вулиці потягло холодом. Хапаю ротом свіжий кисень, намагаюсь наситити легені. Змушую себе думати про щось світле й мирне”* (2021, с. 17). Тут мовний

ритм змінюється: з коротких, уривчастих фраз у бойових сценах до більш розмірених описів. Але навіть у цьому спокої звучить напруга – думки все одно повертаються на фронт, не даючи герою відчутти справжнє полегшення.

Завершальний елемент мови війни в романі – це її роль у формуванні колективної пам'яті. Автор наголошує, що цей текст написаний “не для себе, а для тих, хто не може сказати це сам”. Художній текст стає не лише способом ословлення травматичного досвіду, а й частиною ширшого процесу осмислення війни як явища. Із цієї причини мова в романі “72 записки комбата” – це не просто засіб комунікації, а спосіб фіксації реальності, інструмент психологічного зцілення та механізм колективної пам'яті про події, які змінили країну та її людей.

ЛІТЕРАТУРА

Пухонська, О. Я. (2022). Мова війни в сучасній документальній прозі. *Мовознавчий вісник*, 33, 152–158.

Вдовиченко, О. (2021). *72 записки комбата*. Білка.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ CLIL ПІД ЧАС НАВЧАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ

Захарків І.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Кулешір М. М.**

Викладач

Київський національний лінгвістичний університет

CLIL (Content and Language Integrated Learning), або предметно-мовне інтегроване навчання, є сучасною методикою, яка поєднує викладання немовних дисциплін з одночасним вивченням іноземної мови. Цей підхід набув широкого поширення в Європі, де він використовується для підготовки студентів до міжкультурної комунікації, сприяє підвищенню їх професійної компетентності та забезпечує вищий рівень володіння мовою.

CLIL є гнучкою концепцією, що охоплює широкий спектр підходів: від короткострокових інтенсивних мовних курсів до повноцінного викладання предметів іноземною мовою. Вона включає елементи занурення, двомовної освіти та багатомовного навчання, створюючи інтегровану модель освіти. Основою CLIL є модель “4К”, яка включає чотири ключові компоненти: зміст (Content), комунікацію (Communication), когніцію (Cognition) та культуру (Culture). Ця модель дозволяє не лише засвоювати знання, але й розвивати когнітивні навички, міжкультурну компетентність та комунікативну компетенцію.

В Україні методика CLIL поступово впроваджується у навчальних закладах, особливо у вищій освіті. Наприклад, у Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна елементи CLIL активно використовуються на багатьох факультетах, включаючи екологічний

напрям, де викладаються дисципліни англійською мовою, проводяться відеоконференції з міжнародними експертами та створюються умови для академічної мобільності студентів. Також є приклади шкіл та університетів, які застосовують різні моделі CLIL: мовно-орієнтовану (застосування іноземної мови в межах мовного курсу), предметно-орієнтовану (викладання окремих дисциплін цільовою мовою) та модель часткового занурення (приблизно 50 % навчальної програми іноземною мовою).

Методика CLIL має численні переваги. Вона дозволяє студентам покращувати рівень іноземної мови без додаткових мовних курсів, оскільки вони занурюються в навчальний процес природним чином. Крім того, цей підхід підвищує мотивацію студентів, адже знання мови стає необхідним для розуміння змісту дисциплін. CLIL сприяє розвитку когнітивних навичок, критичного мислення та міжкультурної комунікації, що є важливими для конкурентоспроможності випускників на міжнародному ринку праці.

Водночас, у CLIL є певні виклики та недоліки. Основна проблема – це необхідність високого рівня володіння іноземною мовою як у викладачів, так і у студентів. Викладачі немовних дисциплін можуть не мати достатньої мовної підготовки, що ускладнює викладання спеціалізованих предметів іноземною мовою. Крім того, деякі студенти можуть відчувати труднощі у сприйнятті навчального матеріалу, особливо на початкових етапах впровадження CLIL. Також слід враховувати, що реалізація CLIL потребує значних методичних змін, додаткових ресурсів та підготовки викладачів.

Окрім вищої освіти, методика CLIL поступово впроваджується і в середній школі, особливо в спеціалізованих навчальних закладах та школах з поглибленим вивченням іноземної мови. У деяких школах України застосовуються методи “м’якого” CLIL, де окремі теми викладаються англійською в межах мовного курсу, що допомагає учням краще засвоювати предметний матеріал та розвивати мовні навички. У закладах із поглибленим вивченням іноземної мови зустрічається й “твердий” CLIL, коли значна частина навчальної програми (особливо природничих і технічних дисциплін) викладається англійською.

Однією з головних переваг CLIL є його здатність ефективно формувати професійну компетентність студентів. Цей підхід дозволяє інтегрувати іноземну мову як інструмент комунікації у фахову діяльність, що особливо актуально для майбутніх спеціалістів у сферах міжнародного бізнесу, науки, технологій і медицини. Наприклад, студенти-медики, які опановують анатомію чи фармакологію англійською мовою, не лише отримують ґрунтовні знання з дисципліни, а й розвивають мовні навички, необхідні для професійного спілкування на міжнародному рівні.

Крім того, CLIL сприяє розвитку критичного мислення та когнітивної гнучкості, оскільки студенти одночасно засвоюють предметний матеріал і опрацьовують його іноземною мовою. Це стимулює їхню самостійність у навчанні, підвищує відповідальність за освітній процес і сприяє розвитку аналітичного мислення, а також здатності швидко перемикатися між мовами.

Однак ефективне впровадження CLIL пов’язане з певними труднощами. Однією з основних проблем є брак викладачів, які не лише володіють

глибокими фаховими знаннями, а й мають достатній рівень іноземної мови для викладання. У європейських країнах цю проблему вирішують завдяки спеціальним курсам для педагогів, тоді як в Україні такі програми ще перебувають на етапі розвитку. Додатковим викликом є потреба у якісних навчальних матеріалах, адаптованих до рівня мовної підготовки студентів.

Проте міжнародний досвід показує, що ці труднощі можна подолати шляхом поступового впровадження методики, починаючи з окремих модулів та дисциплін. Дослідження показують, що навіть часткове застосування CLIL підвищує рівень володіння мовою та професійні компетентності студентів.

Загалом, CLIL є перспективним напрямом у розвитку сучасної освіти, який дозволяє поєднати мовне навчання з професійною підготовкою. Його впровадження в Україні сприятиме інтеграції національної освітньої системи в європейський простір, підвищенню якості підготовки фахівців та створенню нових можливостей для міжнародного співробітництва у сфері науки та освіти.

ЛІТЕРАТУРА

- Євтушенко, Н. (2020). *Використання методики предметно-мовного інтегрованого навчання (CLIL) у процесі підготовки студентів за спеціальністю “інформатика і мова” (бакалаврського рівня)*. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації, 31(70) (4, Ч. 2), 68–72.
- Стиркіна, Ю. (2020). *Переваги та проблеми предметно-мовного інтегрованого навчання*. Scientific World Journal, (4), 39–46.
- Черкашина, Н. І., & Ткаля, І. А. (2020). *Виклики CLIL у сучасній вищій освіті*. Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація: Тези доповідей XIX наук. конф. з міжнар. участю. (с. 164–165).
- McDougald, J. S., & Pissarello, D. (2020). *Content and Language Integrated Learning: In-service teachers' knowledge and perceptions before and after a professional development program*. Ikala, 25(2), 353–372.
<https://doi.org/10.17533/udea.ikala.v25n02a03>

ЯПОНСЬКІ ДІАЛЕКТИ КАНСАЙ І КАНТО ЯК ПРИКЛАДИ МОВНОЇ ВАРІАТИВНОСТІ

Іваніна В. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Охріменко М. А.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Мова завжди була загальнонародним засобом спілкування, що об'єднував усіх членів суспільства незалежно від їхнього соціального статусу. У її межах здавна формувалися місцеві діалекти – регіональні варіанти з характерними

особливостями у лексиці, фонетиці та граматиці. Проте загальнонародна мова завжди мала домінуюче положення, поступово підпорядковуючи собі місцеві мовні різновиди на всіх етапах історичного розвитку (Бевзенко, 1980, с. 13).

В Японії поряд із загальноприйнятою стандартною мовою існує безліч регіональних діалектів, які віддзеркалюють культурну спадщину окремих територій. Історія виникнення діалектів – різноманітна, адже на це вплинуло багато історичних, соціальних, культурних факторів. Однією з причин виникнення становить те, що до появи сучасного транспорту та зв'язку жителі різних регіонів, доволі мало контактували з людьми які знаходились в інших регіонах, і в міру того як розвивалась японська мова, розвивались діалекти різних місцевостей. Але з появою сучасних комунікацій та централізованої влади, майже кожен може розуміти та розмовляти офіційно дозволеною версією японської мови (Palter, Slotsve, 2014, с. 12). Тому важливо зберегти діалекти, щоб в майбутньому це допомагало краще розуміти носіїв мови певних регіонів. До прикладу, молодь може використовувати різні діалекти щоб продемонструвати що вони проживають в тому чи іншому регіоні, це часто роблять для того щоб зберегти культурні традиції та спадщину. Також діалекти часто зустрічаються в різних літературних творах, піснях, телевізійних програмах тощо, демонструючи регіональні відмінності. Серед японських діалектів особливо виокремлюються діалекти регіонів Канто та Кансай. Розглянемо детально кожен з них.

Діалект Кансай (Кансай-бен) – технічно це не окремий діалект, а група споріднених діалектів у регіоні. Практично кожне велике місто має свій діалект, наприклад: Кобе-бен, Осака-бен, Кіото-бен, тощо. Кансайський діалект може бути занадто складним для тих, хто не мешкає в цьому регіоні, через його відмінні граматичні конструкції, вимову та інтонацію. До прикладу, інтонація Осака-бен є більш жвавішою та висота тону може значно підвищуватись

Батюк І. Ю. (2011) зазначає, що є слова в Канто-бен, які утворено внаслідок скорочення одиниць літературної мови. Якщо взяти слово ちゃう він є скороченням від слова ちがう – *відрізнятися*, おもしろい – від おもしろい *цікавий*. Змінюються вони за таким же самим принципом, що й у літературній мові. Наприклад, ввічливим еквівалентом слова ちゃう є ちゃいます, оскільки ちがう змінюється в ちがいます. Проте в цьому діалекті є цілком питомі слова. Дієслово ほかす відповідає літературному すてる – *викидати*, а めっちゃ – *тоже – дуже* (с. 17).

Ще одним яскравим прикладом є заперечна форма дієслова: у стандартній японській мові використовується закінчення ない, тоді як у кансайському діалекті його часто замінюють на へん. Наприклад, замість いかない – *не йде* вживається форма いけへん (いかにへん) .

Діалект Канто – це термін який використовують для діалектів, якими спілкуються в регіоні Канто і він ділиться на 2 категорії:

1. Діалекти Східної частини Канто (точігі-бен, ібаракі-бен чіба-бен);
2. Діалекти Західного Канто (токіо-бен, тама-бен, сайтама-бен, чічібу-бен, гумма-бен, канагава-бен, бошю-бен) та префектур Яманаші, Нагано, Шідзуока, Ічіго, Аїчі, Гіфу, (Семенко, 2017, с. 38).

Вимова діалектів в регіоні Канто порівняно з іншими регіональними варіантами має чітке і лаконічне звучання, завдяки чому носії інших діалектів з легкістю можуть розуміти мову. Якщо говорити про Токіо-бен, то він значною мірою відрізняється від мови інших районів Канто. Діалект Канто кваліфікується деякими особливостями наголосу: для східної частини типовим є наголос, який не виконує смислорозрізнявальної функції. У токійському діалекті в словах в яких є два склади, перший склад вимовляють нижче наступного. Характерні особливості цього діалекту на фонетичному рівні:

1. Нечітко розрізняються о та u. Наприклад, asobu – asubu – *розважатися*;
2. Склад < буде змінюватись на склад (ɸ, у той час як, ɸ на あ або や (Батюк, 2011, с. 15).

Отже, діалекти регіонів Кансай і Канто показують не тільки мовні відмінності між різними регіонами Японії, а й демонструють культурне та історичне надбання. Вони формують виняткову ідентичність кожного регіону, впливають на стиль спілкування та навіть визначають сприйняття мовців у суспільстві. Тому діалекти залишаються доволі важливою частиною японської культури й повсякденного життя.

ЛІТЕРАТУРА

- Бевзенко, С. П. (1980). *Діалектологія*. Вища школа.
- Батюк, І. Ю. (2011). Фонологічні та лексико-граматичні відмінності в діалектах Японії (на матеріалі діалектів о. Хонсю). *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*, (1), 14–18.
- Семенко, С. М. (2017). Територіальна класифікація і типологічні риси діалектів західної частини Японії, островів Кюсю та Рюкю. *Мова і культура*, 34–38.
- Palter, D. C., Slotsve, K. (2014). *Colloquial Kansai Japanese: The Dialects and Culture of the Kansai Region: A Japanese Phrasebook and Language Guide*. Tuttle Publishing.

НАРАТИВИ ВІЙНИ В УКРАЇНІ: МОВА, ЛІТЕРАТУРА, ПЕРЕКЛАД

Іванов Д. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Галич О. Б.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Війна в Україні значно вплинула на мовний ландшафт сучасного медіадискурсу, зокрема на військову термінологію. Англomовні ЗМІ, такі як The Washington Post, The Guardian, CNN, BBC, активно формують інформаційний простір, використовуючи спеціалізовану лексику, зокрема військову термінологію, яка відображає певні наративи. Відтворення цих термінів українською мовою є складним завданням для перекладачів через

відмінності у мовних системах, культурних особливостях та політичному контексті.

Військовий термін – це спеціалізована мовна одиниця, яка точно визначає поняття, властиве військовій сфері. Він характеризується високою однозначністю, стандартизованістю та багатошаровою семантикою, що враховує як технічні, так і культурні аспекти військової практики (Стародубцева і Талавіра, 2023).

З точки зору перекладознавства, наратив війни – це структурована система оповідних стратегій, що формується через відбір, організацію та інтерпретацію інформації про воєнні події. У медіа дискурсі ці наративи конструюються через текстові, візуальні та цифрові засоби комунікації, що дозволяє транслявати певні політичні, культурні та ідеологічні установки (Mejova, 2025).

Досліджуючи сучасний англomовний медіадискурс можемо виділити наступні основні наративи війни та пов'язану з ними військову термінологію: 1) наратив стійкості та спротиву. Цей наратив підкреслює відважну боротьбу України за незалежність і містить терміни, які мають позитивні конотації, наприклад: *territorial defense units* → “загони територіальної оборони”; *fortified positions* → “укріплені позиції”. Для військової термінології у даному наративі використовуються такі способи перекладу, як: калькування (дослівне відтворення складових іншомовного терміна у перекладі) – *national resistance* → “національний спротив”, *warrior spirit* → “бойовий дух”; компресія (скорочення терміна чи словосполучення в мові перекладу без втрати змісту) – *civilian enlistment programs* → “програми мобілізації”, *urban combat training* → “підготовка до боїв у місті”; модуляція (зміна перспективи або акценту терміна без втрати його основного значення) – *defensive fortifications* → “оборонні рубежі”, *supply convoys* → “колоні забезпечення” (Yemelyanova та Shkurko, 2024); 2) наратив гуманітарної кризи, міграції та воєнних злочинів. Цей наратив фокусується на впливі війни на цивільне населення та правопорушеннях з боку армії рф, наприклад: *forced displacement* → “примусове переміщення”, *humanitarian corridors* → “гуманітарні коридори”, *civilian casualties* → “жертви серед цивільних”. Для перекладу військових термінів в даному наративі використовуються наступні трансформації: еквівалентний переклад (використання загальноприйнятого термінологічного відповідника) – *war atrocities* → “воєнні звірства”, *siege warfare* → “облога міст”, *human rights violations* → “порушення прав людини”, *evacuees* → “евакуйовані”, *internally displaced persons (IDPs)* → “внутрішньо переміщені особи” або “ВПО”; генералізація (заміна специфічного терміна ширшим поняттям у перекладі) – *ethnic cleansing* → “масові депортації”, *displaced persons* → “переселенці”; описовий переклад (пояснення терміна через розширене визначення в мові перекладу) – *black site prisons* → “таємні в'язниці для полонених”, *indiscriminate shelling* → “невибірковий вогонь по населених пунктах” (Yemelyanova та Shkurko, 2024); 3) наратив міжнародної підтримки та стратегічного партнерства. Цей наратив підкреслює роль союзників України та їхню військову, економічну та гуманітарну допомогу. Для даного наративу використовуються такі способи перекладу військової

термінології, як: адаптація (переклад, що враховує культурні та мовні особливості цільової аудиторії) – joint operations → “спільні військові операції”, security assurances → “гарантії безпеки”; модуляція – preemptive strikes → “упереджувальні удари”, rules of engagement → “бойові інструкції”; калькування – weapons delivery system → “система постачання зброї”, sanctions package → “пакет санкцій” (Yemelyanova та Shkurko, 2024).

Переклад військової термінології у медіа ускладнюється через розбіжності в семантичному полі термінів, політичні конотації та різні традиції військової комунікації: 1) культурно-мовні особливості: combat readiness → “боєготовність” (англійський термін акцентує увагу на підготовці, тоді як український еквівалент має відтінок негайної готовності до дій); volunteer fighters → “добровольці” (в англomовних текстах це поняття охоплює як цивільних добровольців, так і найманців); 2) політична забарвленість термінів: special military operation → “військове вторгнення” (російська пропаганда замінює слово war евфемізмом); peace enforcement mission → “миротворча місія” або “військове втручання” (інтерпретація залежить від контексту).

Військова термінологія є невід’ємною частиною медіадискурсу та впливає на суспільне сприйняття війни. Війна в Україні значним чином формує дискурс міграції, а військова термінологія використовується навіть на побутовому рівні і з початку 2022 року все більше впливає на формування наративу внутрішньої та зовнішньої міграції через окупацію росіянами українських територій. У процесі перекладу важливо зберегти функціональну еквівалентність терміну, адаптуючи його до специфіки медіа-дискурсу та забезпечуючи точне відтворення смислових нюансів оригіналу в умовах змінних комунікативних контекстів. Переклад наративів війни вимагає від перекладача ретельного врахування контексту, адаптації стилістичних та семантичних особливостей, щоб зберегти первинну функцію та вплив оригіналу у цільовій мовній спільноті. Використання відповідних перекладацьких трансформацій допомагає передати зміст та наратив англomовного тексту, враховуючи українські культурні, політичні та соціальні чинники.

ЛІТЕРАТУРА

- Стародубцева, А., & Талавіра, Н. (2023). Специфіка перекладу військової термінології в англomовних онлайн-новинах під час висвітлення війни в Україні. *Молодий вчений*, (7 (119)), 57–61.
<https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-7-119-11>
- Mejova, Y., Capozzi, A., Monti, C., & Morales, G. D. F. (2025). Narratives of war: Ukrainian memetic warfare on twitter. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 9(2), Стаття CSCW139.
<https://doi.org/10.48550/arXiv.2309.08363>
- Yemelyanova, O., & Shkurko, O. (2024). Features of translating english-language military discourse. *International Humanitarian University Herald. Philology*, (67), 229–233.
<https://doi.org/10.32782/2409-1154.2024.67.51>

МОВНО-КУЛЬТУРНІ КОНТАКТИ УКРАЇНЦІВ І ПОЛЯКІВ: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ

Іщенко В., Чайковська В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Охріменко Т. В.

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У колі досліджень міжмовних і міжкультурних контактів слов'янського світу відзначаються праці науковців, присвячені пошукам генетичних, типологічних, міфологічних, концептуальних зв'язків західних і східних слов'ян. Згадаємо визначні постаті польської науки – О. Брюкнера, А. Гейштора, А. Вежбіцької, Х. Жоль-Адамікової, Й. Анусевич, Є. Бартмінського, А. Кравчук, а також відомих українців – О. Потебні, П. Житецького, О. Лук'яненка, А. Кримського, М. Рильського, М. Кочергана, О. Мельничука, Т. Лукінової, В. Жайворонка, О. Ткаченка, Ф. Бацевича, В. Лучика, З. Унук, Г. Крайчинської, І. Кононенко, Р. Радишевського та ін.

Мовно-культурні взаємовпливи Польщі і України фіксуються іще від часів утворення давньослов'янських держав – Київської Русі (IX ст.) та першої Польської держави (X ст.), а зародження обох слов'янських мов – польської і української – пов'язують зі спільним історичним періодом, тобто V–VII століттями. Під час історичного становлення народно-розмовної української мови в XVI–XVII ст. дослідники відзначають потужний вплив польської мови. Багато українських письменників і вчених у Львові, Києві та Чернігові від XVII ст. послуговувалося польською мовою в якості мови освіти, науки і красного письменства, а в XIX ст. центром вивчення польської культури, мови і літератури став Харків на чолі з ініціатором полоністичного осередку Петром Гулаком-Артемовським, поетом і талановитим перекладачем з польської мови. Стосовно зазначеного історичного періоду дослідники пишуть, що в українській мові XIX – поч. XX ст. на Правобережжі України для відтворення тогочасної концептуальної картини світу використовувалася не лише польська мова, а й переймалася відповідна мовна картина світу (Кононенко, 2012, с. 31). Звичайно, українська полоністика була б недовершеною і без напрацювань Івана Франка, Максима Рильського, без цілої когорти письменників і діячів "української школи" доби романтизму та реалізму.

Мовно-культурні взаємини поляків і українців були відчутними за різних історичних періодів та у різних суспільних сферах життя націй. Так, на українських землях із XV ст. закріпилися популярні грошові номінації, що прийшли із польського обігу або ж були запозичені з інших країн Європи за посередництва Польщі. Такими є назви монет *гріш*, *злотий*, облікової одиниці *злот* (на позначення будь-якої міри обсягу в 15 одиниць). З території Польщі прийшла і номінація *шає*: так

спершу називали срібну польсько-литовську монету XVII-XVIII ст., а потім російські дві копійки (Корнева, 2015, с. 88). За часів Української Народної Республіки на початку XX ст. *шаг* став національною грошовою одиницею. Сьогодні український уряд політичним рішенням (указом від 2024 р.) відновлює *шаг* в якості автентичної назви дрібних платіжних засобів на території незалежної України.

Дослідники відзначають активний і взаємний процес запозичень – полонізмів українською мовою й українізмів польською мовою. Так, пишуть про цікавий мовно-культурний факт часів існування Царства Польського у складі Російської імперії, коли утворювалися слова-гібриди на позначення польських національних типів в українському мовному просторі. Такою вважають українську номінацію *фармазон* (від пол. *farmazon* < фр. *franc-maçon* 'франкмасон', 'революціонер', 'вільнодумець'), яка набула в Україні "лайливої конотації", ставши синонімом слів *нахаба*, *аферист*, *обманик*, *шахрай*. Ці значення могли виникнути в середовищі поміщиків-поляків, які виробляли в Україні і оптом продавали на експорт зерно, шкіру, вовну через одеський порт. Дослідники пояснюють, що поміщики-поляки багатіли, удаючись у зручних ситуаціях, за законами вільного ринку, до відвертого нахабства й шахрайства монополіста. Натомість серед відомих запозичень-українізмів польською мовою слід названі усталені вирази *czym chata bogata; moja chata z kraja; na pohybel; nie dla psa kielbasa* (Кононенко, 2012, с. 302), а також назви танцю у польській мові (*hopak, tropak, arkan*). Відомо, що на українському весіллі залюбки танцюють *краков'яка* і *польку*.

Ціла низка подібних засемантикою виразів стосується спільнослов'янської ярмаркової лінгвокультури з її хитрощами виторговування, необов'язково заради зиску заощадження, а як прояв особливої ринкової комунікації (Piasecka & Tulina-Blumental, 2016): *Kupić nie kupić, potargować można* – *Купив не купив, а поторгуватися можна*. Пошук компромісного рішення під час купівлі-продажу у виразах *Krakowskim targiem* – *Ні нашим, ні нашим*. Із суперечками, обдурюванням, лайливими, чи улесливими словами, чи усмішкою з метою приваблення адресата: *Suszyć (szczyżyć) zęby* – *Вишкіряти (шкірити, щирити) зуби; продавати зуби; сушити зуби; торгувати зубами*. Внутрішня форма виразу нагадує про той факт, що в давнину при купівлі-продажу рабів і худоби на торгівельних майданчиках дивилися на зуби, які були показниками здоров'я "живого товару". В українській лінгвокультурі *торгувати* можна і *витрішками*, уважно розглядаючи щось / когось, кокетуючи, демонструючи свої таланти. Особливими виразами українського мовного простору є неприйняття надмірної зацікавленості (*Сунутися зі своїми козами на торг*) і надходження вікового періоду старості, про що можна образно сказати у світлі ярмаркової культури: *Їхати (повертати) з ярмарку (з торгу)*. Натомість у сучасній польській мовній культурі можна почути вислів про тимчасові підробітки музиканта-аматора, який виступає в ресторатації: *Grać do kotleta*.

ЛІТЕРАТУРА

- Кононенко, І. (2012). *Українська та польська мови: контрастивне дослідження*. Вид-во Варшавського ун-ту.
- Piasecka A., & Tulina-Blumental I. (2016). *Polsko-Ukraiński słownik frazeologiczny*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

КОНЦЕПТ ГАРМОНІЇ У КИТАЙСЬКИХ ПРИСЛІВ'ЯХ

Казуніна В. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Щербаков Я. І.**

Кандидат філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

З давніх часів філософський концепт гармонії був основою багатьох культурних традицій і глибоко вкоренився в китайському світогляді. Перші дослідження концепту гармонії в китайській культурі можна знайти в роботах таких відомих філософів, як Конфуцій, Лао-цзи та Менци, які розглядали гармонію як основну умову для успішного життя як на особистому рівні, так і в масштабах суспільства. У китайській культурі гармонія не обмежується лише відсутністю конфліктів, вона символізує досягнення миру й порозуміння в усіх сферах життя, від особистих відносин до соціальних і природних процесів. Китайські прислів'я та приказки є не лише виразами народної мудрості, але й потужними інструментами для передавання цих глибоких філософських ідей, що відображають прагнення до гармонії в усіх аспектах існування (溫, 2004). Мета дослідження – розглянути, як концепт гармонії проявляється в різних сферах китайської культури та суспільства через призму народної мудрості, тобто прислів'їв (Herzberg, & Herzberg, 2012).

1. Гармонія у міжособистісних відносинах. Одним з прикладів використання концепту гармонії є прислів'я “家和万事兴” (jiā hé wàn shì xīng), що означає “Коли в сім'ї гармонія, всі справи процвітають”. Взаєморозуміння, підтримка та злагода між членами родини створюють сприятливі умови для досягнення успіху та щастя в житті для кожного члена родини (Li, 2014).

2. Гармонія у взаємодії з природою. Китайська філософія вважає людину невід'ємною частиною природи. Прислів'я “天人合一” (tiān rén hé yī) ілюструє ідею єдності неба і людини, підкреслюючи, що гармонія досягається через усвідомлення нерозривного зв'язку між людиною та природою. Це вчення закликає жити відповідно до природних законів, приймати їх і знаходити баланс між власними потребами і благополуччям природи.

3. Гармонія у суспільстві. Прислів'я “君子和而不同” (jūn zǐ hé ér bù tóng), що перекладається як “Благородна людина знаходиться в згоді з іншими, при цьому маючи інакші погляди” підкреслює концепт гармонії, що базується на

взаємоповазі та розумінні різноманіття думок. Благородна людина прагне до злагоди з іншими, не втрачаючи своєї індивідуальності. Гармонія тут не означає однотайність, а скоріше вміння зберігати власну позицію, водночас підтримуючи взаємо-поважливі стосунки з іншими. Це вчення наголошує на важливості балансу між особистими переконаннями та соціальною єдністю, де різні погляди можуть існувати в мирі та взаєморозумінні.

4. Внутрішня гармонія. Ще одним важливим аспектом гармонії є внутрішня рівновага людини, тобто гармонія з самим собою. Цей стан характеризується прийняттям себе, усвідомленням власних цінностей і здатністю знаходити внутрішній спокій. Прислів'я “知足常乐” (zhī zú cháng lè), що означає “Задоволений тим, що маєш, завжди щасливий”, підкреслює, що внутрішня гармонія забезпечує відчуття щастя та задоволення.

Отже, гармонія, як філософський концепт, пронизує всі сфери життя в китайській культурі. Вона знаходить відображення у міжособистісних відносинах, взаємодії з природою, суспільстві та внутрішньому розвитку людини (Li, & Kwok, 2020). Китайські прислів'я яскраво відображають ці ідеї, передаючи їх з покоління в покоління, що підкреслює значущість гармонії як базового принципу китайської культури.

ЛІТЕРАТУРА

- 温, 端政. (2004). 谚语大词典. 北京语文出版社.
- Herzberg, Q. X., & Herzberg, L. (2012). *Chinese proverbs and popular sayings: With observations on culture and language*. Tuttle Publishing.
- Li, C. (2014). *The Confucian Philosophy of Harmony*. Routledge.
- Li, C., Kwok, S. H., & Düring, D. (2020). *Harmony in Chinese thought: A philosophical introduction*. Rowman & Littlefield.

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Казуніна В.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Ананко Т.Р.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Публіцистичний дискурс є важливою складовою сучасного інформаційного простору. Він поєднує раціональну аргументацію з емоційним впливом, що дозволяє залучати читачів та формувати суспільну думку. Як відзначає Джон Чартеріс-Блек (2014), “сила публіцистичного дискурсу полягає не лише у передачі фактів, а й у вмінні впливати на емоції та свідомість аудиторії” (с. 31). Стилiстичні засоби відіграють ключову роль у створенні експресивності текстів, вони допомагають формувати

чітке повідомлення та створювати зв'язок між автором і читачем, роблячи комунікацію більш ефективною. Метою даного дослідження є аналіз найпоширеніших стилістичних прийомів в англomовному публіцистичному дискурсі на основі матеріалів із провідних медіа.

1. Метафори як інструмент концептуалізації.

Метафори є одними із найпоширеніших стилістичних засобів у публіцистиці. Вони допомагають унаочнити складні поняття, викликаючи асоціації у свідомості читачів. За визначенням Лакоффа і Джонсона, метафора – це розуміння та переживання одного виду досвіду через призму іншого (Lakoff & Johnson, 1980). Наприклад, у політичній риторичі часто використовуються військові метафори: *battle for democracy, political battlefield* (Charteris-Black, 2004). Такі вирази створюють у читача відчуття протистояння та напруги, акцентуючи на боротьбі та зіткненні ідей у суспільно-політичному просторі.

2. Гра слів як засіб привернення уваги.

Гра слів є ефективним прийомом для створення ефектних заголовків та акцентування ключових ідей. За визначенням Ферклафа (Fairclough, 2003), гра слів у дискурсі використовується для привернення уваги та надання тексту додаткового смислового навантаження. Наприклад, у матеріалі про політичну кризу був використаний заголовок: “*Mayday for May?*” (Hogg, 2011). Це поєднання імені прем'єр-міністра Терези Мей із сигналом лиха “mayday” не лише привертає увагу, але й підсилює драматизм ситуації. Такі прийоми роблять тексти більш динамічними та запам'ятовуваними.

3. Іронія як інструмент критики.

Іронія є поширеним стилістичним прийомом в англomовному публіцистичному дискурсі, який дозволяє авторам тонко висловлювати критику. Як зазначають Водак і Меєр (Wodak & Meyer, 2009), іронія є одним із ключових інструментів непрямої критики в публіцистиці. Приклад використання іронії можна побачити в статті під заголовком: “*US Congress, Trump and the art of the no-deal*” (Elliott, 2019). У цьому заголовку обігрується назва книги Дональда Трампа “*The Art of the Deal*”, натякаючи на невдачі в досягненні угод, що створює іронічний ефект. Такий підхід дозволяє авторам непрямо критикувати політичні події, залишаючи читачам простір для власних висновків.

4. Перифраз як спосіб смислового посилення.

Перифраз дає змогу замінювати прямі вирази більш образними конструкціями, що додають тексту естетичної виразності. За словами Чартеріса-Блека, “перифраз часто використовується для посилення риторичного впливу тексту” (Charteris-Black, 2004). Наприклад, у матеріалах про відомих політичних діячів можна побачити вирази на кшталт: “*The Iron Lady*” для Маргарет Тетчер, “*The Leader of the Free World*” для президента США (Fullilove, 2021). Це не просто заміна імен, а спосіб підкреслити риси персонажа або його роль у світовій політиці.

Аналіз англomовного публіцистичного дискурсу показує, що стилістичні засоби, такі як метафори, гра слів, іронія та перифраз відіграють важливу роль

у створенні виразних і переконливих текстів. Вони не лише допомагають передати інформацію, а й впливають на сприйняття аудиторії, формуючи її ставлення до подій. Використання цих прийомів у матеріалах провідних медіа сприяє підвищенню емоційного впливу текстів і робить комунікацію більш ефективною. Таким чином, вдале використання стилістичних прийомів значно підсилює вплив публіцистичного дискурсу та сприяє його ефективності.

ЛІТЕРАТУРА

- Charteris-Black, J. (2004). *Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis*. Palgrave Macmillan.
- Elliott, L. (2019, January 10). *US Congress, Trump and the art of the no-deal*. The Guardian.
<https://www.theguardian.com/politics/trump-no-deal>
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. Routledge.
https://www.researchgate.net/publication/31763834_Analysing_Discourse_Textual_Analysis_for_Social_Research_N_Fairclough
- Fullilove, M. (2021, March 19). *The Leader of the Free World No Longer Believes in the Free World*. Lowy Institute.
<https://www.lowyinstitute.org/publications/leader-free-world-doesn-t-believe-free-world>
- Hogg, M. (2011, June 3). *Mayday for May?* The New York Times.
<https://www.nytimes.com/mayday-for-may>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press.
- Wodak, R., & Meyer, M. (2009). *Methods of Critical Discourse Analysis*. SAGE Publications.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ВЛАСНИХ ІМЕН У МУЛЬТФІЛЬМІ “СТИХІЙ”

Калінчук Т. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Сіленко Н. В.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Мультиплікація є одним із різновидів кіномистецтва, який здебільшого орієнтований на дитячу аудиторію. У більшості країн світу кінопродукція для дітей адаптується, перекладається та дублюється, щоб бути зрозумілою та доступною для місцевих глядачів (Паршикова, 2015). Саме цим займається аудіовізуальний переклад, який в свою чергу є одним із напрямів перекладознавства, що досліджує методи й техніки адаптації мультимодальних текстів, таких як фільми, серіали, відеоігри та анімація. Його особливістю

є поєднання вербальної та невербальної інформації, що ускладнює процес перекладу й вимагає врахування візуальних, аудіальних і культурних аспектів. Види аудіовізуального перекладу включають дублювання, субтитрування, войсовер, синхронний переклад (Покровська, 2023).

Окрему увагу в рамках аудіовізуального перекладу привертає переклад анімаційних фільмів, оскільки вони часто орієнтовані на дитячу аудиторію, що накладає додаткові вимоги до адаптації: необхідність збереження гри слів, ритміки, емоційної виразності та культурної доступності тексту. Дослідженню аудіовізуального перекладу присвячені праці таких науковців, як Д. Кьяро, К. Райс, Х. Діас-Сінес, які вивчають вплив лінгвістичних та культурних особливостей на адаптацію контенту. Серед українських дослідників, які цікавляться аудіовізуальним перекладом можна знайти прізвища Бідасюк Н., Куца О., Кулікова А., Мельник А.

Переклад власних імен зазвичай асоціюється з методами транскрипції, транслітерації, калькування або змішаними техніками, що застосовуються в офіційних документах. Проте в аудіовізуальному перекладі, зокрема в адаптації мультфільмів, ці підходи не завжди є доречними, оскільки імена персонажів можуть нести не лише номінативну, а й семантичну, культурну та емоційну функції.

Одним із прикладів, що ілюструє значущість перекладу власних імен у мультфільмах, є анімаційна стрічка *Elemental* (“Стихії”, 2023), створена студіями Disney та Pixar. Її сюжет розгортається у світі, де співіснують чотири стихії: вогонь, вода, повітря та земля. Представники кожної стихії мешкають у мегаполісі Стихії, навчаючись взаємодіяти та долати стереотипи щодо одне одного. Імена персонажів тісно пов’язані з їхньою стихією, доповнюючи загальну концепцію фільму. У цій роботі буде розглянуто перекладацькі рішення, застосовані українськими та турецькими перекладачами під час адаптації мультфільму, зокрема у відтворенні імен власних.

Уперше на екрані з’являються представники народу Вогню – батьки головної героїні. Для адаптації до нового середовища вони змінюють імена на *Bernie* (від *burn* – “горіти”) та *Cinder* (“зола”), що в українському дубляжі стало Палило та Жарина, а в турецькому – *Ateş* (“Вогонь”) та *Güneş* (“Сонце”).

Головна героїня *Ember Lumen* викликає асоціації зі словом *amber* (“бурштин”), що підкреслює її теплий, вогняний характер. В українській версії її ім’я передано як Теплинка Комин, що надає образу м’якості. Турецький варіант *Alev Lümen* зберігає зв’язок із вогняною стихією, але втрачає додаткові смислові відтінки. Прізвище *Lumen* означає “світло”; в турецькому перекладі його збережено через транслітерацію, тоді як українські перекладачі адаптували його як Комин, що підкреслює єдність сім’ї через метафору домашнього вогнища.

Другий головний персонаж – водяний хлопець *Wade Ripple*. Ім’я *Wade* означає “переходити вбрід”, що відображає труднощі, з якими герой стикається в сюжеті. Прізвище *Ripple* передає звук дзюрчання води. В українській адаптації він отримав ім’я Плин Плавунець, що передає ідею руху

води. У турецькій версії його звать Deniz Şırlı (“море” + звуконаслідування дзюрчання), що зберігає образ стихії.

Керівниця Плина Плавунця, велика фіолетова хмара, носить ім'я Gale (“шторм”), що відображає її бурхливий характер. В українському дубляжі її назвали Циклонія, а в турецькому – Meltem (“літній морський бриз”).

Отже, переклад імен у мультфільмі відображає різні підходи до адаптації: в українській версії частіше використовується творча локалізація, тоді як у турецькому перекладі переважають буквальні відповідники.

ЛІТЕРАТУРА

Паршикова, А. (2015). *Досвід перекладу кіно-, телепродукції та книг у країнах Європейського Союзу* [Інформаційна довідка]. Європейський інформаційно-дослідницький центр.

<https://infocenter.rada.gov.ua/uploads/documents/29049.pdf>

Покровська, І., & Киричук-Хассан Саїд Хассани, У. І. (2023). *Турецько-український аудіовізуальний переклад*. Центр навчальної літератури.

СУЧАСНІ ІГРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА УРОКИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Карпусь А. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Заскалета В. П.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Учні 10-х років ХХ ст. можуть пригадати доволі цікаву програму з уроків інформатики – “Сходинки до Інформатики”. Незважаючи на назву, сама ігрова програма фокусувалася на покращенні знань предметів методом залучення цікавого візуалу та виконання певних завдань, які урізноманітнювали процес їх розв’язання. Наприклад, були завдання з української мови чи математики, які потребували виконання певних вправ із застосуванням правила чи розв’язання того чи того прикладу для здобуття чогось. Так, можна було використовувати kota, який виловлював вудочною частинки слів з річки, чи потяг, який собою з’єднував те саме. Таким чином, уже тоді були застосовані ігрові технології в уроках. Проблемою стало обмежене використання комп’ютерів, яке не дозволило цій програмі посправжньому досягнути своїх можливостей. Та, попри це, чимало людей відзначають: їм дуже подобалося грати в ці “сходинки”, навіть незважаючи на потребу виконувати завдання для продовження ігрового процесу.

Наразі ситуація змінилася: на уроках можна залучати різні платформи, які перетворюють звичайні вправи на щось цікавіше. На відміну від гри, згаданої вище, ці платформи майже всі мають шаблонний характер. Тобто їх можна використовувати як шаблон для необхідної вчителю теми. Він може самостійно створити певну інтерактивну вправу, застосовуючи зручний та

швидкий метод заповнення необхідних пропусків. Завдяки цьому платформи типу Kahoot!, learningapps, worldwall, educaplay та інші стали популярними та використовуваними. Усі вони мають не один, а кілька шаблонів, за допомогою яких можна створити ту чи ту вправу. Це може бути кросворд, гра на перевертання карток, допомога ігровому персонажу дібратися до певного місця (шляхом вибору правильних відповідей), обирання та поєднання карток, багато чого іншого.

Дослідники Андреев та Андреева вважають, що гейміфікація має бути доповненням до традиційних методів навчання, а не бути заміною, тобто гейміфікований освітній курс не повинен бути комп'ютерною грою. Під час проходження курсу учні виконують ігрові завдання як освітні. Щоб успішно реалізувати метод гейміфікації в навчанні, ці науковці стверджують, що потрібно впровадити в урок такі ігрові компоненти:

1) сюжет для того, щоб зацікавити учнів стати активними учасниками навчання;

2) мету гри, яка має збігатися з метою уроку;

3) застосування нікнеймів;

4) ігрові завдання, які слугують підтримкою внутрішньої мотивації до виконання освітніх завдань;

5) випробування, необхідне для розвитку сюжету гри;

6) бої та битви, від яких залежить перехід на наступний рівень. Вони можуть бути у вигляді тестів, контрольних робіт тощо;

7) рівні, що складаються з тематичних модулів, які можна розглядати як ігрові рівні. При цьому кожен наступний рівень стає складнішим, ніж попередній;

8) окуляри віртуальної реальності;

9) піктограми, які можна застосовувати для мотивації або заохочення за виконану роботу чи після набуття будь-якої навички;

10) систему штрафів для підтримки дисципліни у класі;

11) віртуальні послуги, які учні можуть придбати за свої накопичені бали. Наприклад: за 10 балів – допомагаєш другові, за 25 балів – пропускаєш 1 завдання тощо;

12) таблицю лідерів, щоб бачити прогрес, регрес чи стагнацію, з метою корегування подальших дій з виправлення становища (Андреев, & Андреева, 2024, с. 31).

З цим твердженням, безумовно, можна погодитися: ігрова частина повинна мати навчальну мету, а не розважальну. Запропоновані компоненти цікаві та потрібні, але варто зауважити складнощі, які можуть виникнути через певні наведені компоненти. Наприклад, пункт 8 потребує спеціального обладнання, закупівля якого також потребує окремого фінансування, технічного обслуговування та розуміння, як його застосувати. Окуляри віртуальної реальності потребують також спеціальних програм, які їй дозволяють цим окулярам виконувати свої функції.

Реалізація пункту 9 також вимагає певних відповідей. Які саме піктограми? Де вони будуть з'являтися? Чи це буде такою собі системою “досягнень”?

Це потребує визначення, а також створених завчасно піктограм. Також потрібно, знову ж таки, визначити, де та як учні отримуватимуть піктограм, чи буде наявний ліміт, інші вадливі моменти.

Останнім, але не менш присутнім є пункт 12. Створення інтерактивної таблиці лідерів вимагає певної програми чи знань у їхньому внутрішньому ладі. Так само потрібен алгоритм, завдяки якому будуть постійно оновлюватися та змінюватися рейтинги. Це може бути як компонентом мотивації, так і абсолютною демотивацією для тих, хто опиниться нижче третього місця: вважається, що тільки перші три місця – гарний результат, а наступні місця вважають поганим чи невдалим результатом. Навіть за умов правильної, адекватної реалізації, ці таблиці матимуть дуалістичний ефект. Ось такі проблеми можуть виникнути під час реалізації гейміфікації на уроках вивчення української мови в ЗЗСО.

ЛІТЕРАТУРА

Андрєєв, С., & Андрєєва, В. (2024). Гейміфікований урок в школі (досвід “Кам’яноярський Ліцей”). У *Комп’ютерні ігри та мультимедіа як інноваційний підхід до комунікації*). Видавництво ОНТУ, 30–32.

ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛОМОВНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ В КОРЕЙСЬКІЙ МОВІ

Керноз А. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Тогобицька А. І.

Старший викладач

Київський національний лінгвістичний університет

Мова – це не лише засіб вираження думок, а й відображення історії та світогляду нації. Усі зміни, що відбуваються в суспільстві, неминуче впливають на мову, особливо на її лексику, яка вважається найбільш динамічною. Саме так і з’явилися запозичення, які становлять значну частину словникового складу мови, виникаючи внаслідок історичних обставин, міжкультурних контактів, територіальних та культурних змін.

За словами Загнітко (2012), “лексичні запозичення – це слова іншомовного походження, перенесені з однієї мови в іншу в результаті мовних контактів”.

Особливо широкого вжитку набули англіцизми – запозичення з англійської мови, адже ця мова вважається світовою.

Південна Корея підтримує тісні політичні зв’язки зі США, що ґрунтуються на договорі, укладеному між країнами у 1953 році після завершення Корейської війни. Відповідно до Договору про взаємну оборону, американські військові постійно дислокуються на Корейському півострові, забезпечуючи безпеку Південної Кореї у разі загрози з боку Північної Кореї.

Крім того, активне запозичення англоамериканізмів зумовлене випередженням США та європейських країн у сфері науково-технічного розвитку порівняно з Кореєю (“Особливості вживання запозиченої лексики в корейській періодиці (на прикладі англо-американізмів)”, 2012, с. 162).

Це стало передумовою для появи Конглішу. Конгліш (англ. Konglish, кор. 콩글리쉬; утворене від Korean + English) – це гібридна мовна система, що виникла внаслідок запозичення англійських слів у корейську мову. Інакше кажучи, Конгліш складається з англословної лексики, адаптованої до корейської вимови, а іноді й із зміненим значенням.

У корейській мові виокремлюються такі види англіцизмів: власне запозичення; дериваційні та зворотно-дериваційні запозичення; запозичення, що компілюються; акроніми; скорочені запозичення; складені запозичення або ж так звана “гібридна лексика”; кальки.

1) Власне запозичення – слова, що зберігають оригінальне значення (캠퍼스 – campus, 인터넷 – Internet, 레스토랑 – restaurant).

2) Дериваційні та зворотно-дериваційні запозичення – слова, що змінюються за допомогою корейських афіксів або шляхом скорочення (쇼핑하다 – shopping + 하다, 하이힐 – high-heels) (“A study on English loanwords in Korean”, 2015, с. 167).

3) Компілятивні запозичення – слова, значення яких відрізняється від англійського (모닝서비스 – “ранкове меню”, 화이팅 – “уперед!”).

4) Акроніми – аббревіатури, що зберегли англійську форму (유네스코 – UNESCO, 나사 – NASA).

5) Скорочені запозичення – скорочення довгих слів для зручності (아파트 – apartment, 슈퍼 – supermarket).

6) Складені запозичення (гібридна лексика) – поєднання корейських і англійських слів (버스표 – bus + кор. 표 – білет).

7) Кальки – дослівні переклади з англійської (사회적 거리두기 – social distancing).

Збільшення кількості англословних запозичень у корейській мові призводить до її змін, зокрема до зменшення вживання китайськокорейських слів (한자어). Конгліш і англіцизми настільки поширені, що використовуються не лише в повсякденному мовленні, а й в офіційних документах, медіа та друкованій пресі.

Однак це викликає занепокоєння серед корейських лінгвістів і суспільства. Попри престиж англійської мови, надмірне запозичення спричиняє питання самоідентичності та унікальності корейської мови. Наприклад, науковець Кім Йонхван (1987) зазначав, що “подібне засилля слів іншомовного походження неодмінно тягне за собою містифікацію наукових знань та сліпе бажання наслідувати іноземну цивілізацію” (с. 91).

З кожним днем у мовленні корейців з’являється дедалі більше слів із Конглішу, що часто залишаються непомітними. Проте це створює проблему непорозуміння, оскільки запозичені слова можуть змінювати своє значення. Наприклад, слово 샤프 (від англ. sharp) у корейській означає “механічний

олівець”, що може збити з пантелику носіїв англійської, які асоціюють це слово з його первинним значенням (“гострий”).

Через часті зміни значення запозичених слів Конгліш вважається потенційною перешкодою для міжнародних бізнес-контактів і може негативно впливати на імідж країни. Усвідомлюючи це, ще у 1991 році корейський уряд разом із мовознавцями та ЗМІ створив комітет для стандартизації іншомовної лексики, який розробляє єдині правила написання запозичених слів і вносить їх до словників.

Англомовні запозичення відіграють значну роль у розвитку сучасної корейської мови, змінюючи її лексичний склад та структуру. Зростання популярності Конглішу в повсякденному мовленні, а також в офіційних документах, медіа та інших сферах, сприяє зменшенню вживання традиційних корейських слів китайського походження. Однак це також призводить до певних непорозумінь через зміну семантичних значень запозичених слів, що можуть бути не зрозумілі носіям англійської мови. Крім того, надмірне використання Конглішу створює загрози для самоідентичності корейської мови та її культурної самобутності. Незважаючи на це, корейський уряд активно працює над легітимізацією запозиченої лексики, розробляючи правила для її використання та стандартизації, щоб забезпечити збереження мовної чистоти й уникнути мовних непорозумінь у міжнародному контексті.

ЛІТЕРАТУРА

- Загнітко, А. (2012). *Словник сучасної лінгвістики: Поняття і терміни*. ДонНУ.
- Литвиненко, В. (2012). Особливості вживання запозиченої лексики в корейській періодиці (на прикладі англо-американізмів). *Науковий вісник Ужгородського університету*, (27), 162.
<https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/3870>
- Oh, H. (2015). A study on English loanwords in Korean. *Modern Studies in English Language & Literature*, 59(3), 167.
<http://dx.doi.org/10.17754/MESK.59.3.165>
- 김영환. (1987). 해례의 중세적 언어관. 한글 198호, 한글학회.

ГРЕЦЬКИЙ ЛАНДШАФТ У ПОЕЗІЇ ЙОРГОСА СЕФЕРИСА

Кириленко Д. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Юрчук О. О.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Творчість Сефериса знайшла відгук не тільки серед його співвітчизників, але й у світі, завдяки чому він став першим лауреатом Нобелівської премії з літератури “за видатний поетичний внесок, натхненний глибоким відчуттям

еллінської традиції” грецького походження. Його дебютна збірка “Поворот” є доволі значущою подією в історії розвитку літератури, а збірки “Міти та історії”, “Тімнопедії”, “Вахтовий журнал” та есеї “Діалог про поезію”, “Тести” високо цінуються та перекладаються багатьма мовами світу.

Попри те, що міграція Сефериса до Афін була ще в дитинстві, Малоазійська катастрофа, внаслідок якої було окуповане його рідне місто – Смірна, – а також дві світові війни, які він пережив у свідомому віці, суттєво вплинули на поета і в подальшому відобразились у його творчості. Поетика Сефериса об’єднує в собі грецьку традицію античності та модерністську західноєвропейську поезію. Кілі Е., один із провідних дослідників творчості Сефериса, відзначає його чітку громадянську позицію, що має відголосся у поезії: “(...) це політика поета з особливою гострою чутливістю до проблем, які не обмежуються просто сучасною історією” (Seferis, 1995, с. 19). Поезія Сефериса сповнена символізмом. Він захоплений і унікальним способом розкриття ландшафту через метафори: “Мабуть, більш важливою, ніж його здатність зробити особисте поетичним у такий спосіб, є його здатність вловити метафоричне значення якоїсь події, яка його схилювала, його здатність трансформувати особистий досвід чи розуміння в метафору, яка визначає характер нашого часу” (с. 18).

Сеферис (2013) не лише писав вірші, а й розмірковував про поезію у своїх есе. Одним з таких є “Діалог про поезію”, де він розкриває своє бачення мистецтва. На його думку, поезія не може бути відірваною від історії та людського досвіду. Він вважав, що “еллізм тоді набуде певного вигляду, коли набуде духовного образу сучасна Греція. І його рисами буде сукупність рис справжніх творів, які напишуть греки” (с. 287). Справжній поет, на його думку, має свідчити про свою епоху. Все “своє”, що ми можемо таким вважати, де згадується чи то культура, чи то країна, не є таким, а є творінням, яке повністю належить своїй епосі та нації своїх творців, незалежно від свого світового мистецького значення. Для Сефериса образи природи – це не просто описи, а спосіб пізнання світу. Більш того, вона тісно пов’язана з людьми, і “все питання полягає в тому, наскільки глибоко й по-справжньому грек придивиться до самого себе, до своєї природи, яка не може бути окремо від вищої природи, природи Еллади” (с. 287). Міф для нього – інструмент, спосіб осмислення сучасності.

Сеферис (2013) використовує природні образи як спосіб осмислення історії, національної ідентичності та особистих переживань. Його пейзажі – це не просто полотно, що зображує події, а жива, символічна структура. Одним із переважаючих символів у поезії є море – і воно, напевно, найбільш неоднозначним. У збірці “Поворот”, поезії “VIII” воно зображене як символ втрати та печалі: “Що ж прагнуть наші душі віднайти у мандрах/ На палубах потонулих кораблів,/ Оточені жінками зблідлими та немовлят плачем (...)” (с. 37). У той час у поезії “XXII” море зображено як символ свободи, початку чогось більшого: “Лиш мить – і ми побачимо./ (...) / як сколихнеться море... / Лиш мить – і зійдемо ще вище”. (с. 69) Камінь, скелі, мармур, печери – все це є відображенням важкої долі греків, історії, що зберігається в них.

Так, у поезії “Ш” з “Міф-історія” Сеферис через мармур зображає певну важкість, тягар: “Прокидаюся з мармуровою головою/ В долонях. /Од її ваги тернуть руки –/ Що ж мені з нею робити?...” (с. 55). Серед притаманних рис його пейзажам можна також помітити також і рослини, такі як магнолія, мигдаль, олеандри, кипариси, сосни. Так, знову звертаючись до поезії “ХХІІ” можна помітити, що мигдаль: “Лиш мить – і ми побачимо,/ Як зацвіте мигдаль (...)”, – є ознакою нового життя (с. 69), а в поезії “Бутилі в прибережному морі” з цієї ж збірки сосни є символом стійкості, незламності та надії: “Три скелі, кілька обпалених сосон та одна покинута церква, і за ними/ починається той самий перемальований краєвид, /три скелі у формі брами, поіржавілі, /кілька обпалених сосон, чорних і жовтих” (с. 41). Його поезія сповнена кольорів, де основними є чорний (темний), жовтий – знак втрати, смерті, білий (світлий) – пам’ять, чистота, зелений, що переважає в описах рослин – символізує відродження і зв’язок з природою та блакитний, що є нескінченністю моря та неба. У поезії Сефериса природа – важлива частина історії та особистої пам’яті. Через різноманітні образи він створює модерністську і водночас глибоко національну поезію. Грецький ландшафт є способом осмислення сучасності через традицію. Його подорожі створили власний колір для більшості творів Сефериса, що сповнені темами відчуження, поневірянь і смерті.

ЛІТЕРАТУРА

- Сеферис, Й. (2013). *Вибране: поезії й літературно-критичні статті* | Сеферис Йоргос (Бетко І., Драч І., Йовенко С., Маришук М., Пономарів О., Савенко А., Скирда Л., Чернігова Т. – пер.). Журнал “Всесвіт”. Retrieved from <http://coollib.net:8081/b/668615-yorgos-seferis-vibrane/download>
- Seferis, G. (1995). *Collected poems, Revised edition* (Keeley E. & Sherrard Ph., Eds). Princeton University Press. Retrieved from https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781400884049_A27168510/preview-9781400884049_A27168510.pdf

ЗАСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ *ВОРОГ* У ТЕРУЦЬКІЙ МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

Кислиця А. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Тімкова Т. М.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасні течії лінгвістики зосереджуються на вивченні мови крізь призму особистості. Серед них першість має когнітивна лінгвістика. Когнітивна лінгвістика – галузь мовознавства, яка вивчає процес створення, сприйняття й розуміння мови. Також когнітивна лінгвістика досліджує роль мови в

пізнавальній діяльності людини та аналізує тексти з погляду логічного поділу позамовної реальності. (Єрмоленко, 2001)

Дослідженням теми когнітивної лінгвістики займалися багато вітчизняних та зарубіжних дослідників. Серед них: І. Каціон, О. Снітко, В. Жаворонок, Т. Тімкова, І. Покровська, С. Сорокін, О. Польова, Н. Сіленко, Н. Уйгур, Б. Гювенч, Д. Аксан, Д. Гюнай та багато інших.

Дослідження концепту *ворог* у турецькій мовній картині світу є актуальним, оскільки нині дефініція *ворог* стала невід'ємною частиною життя українців та відіграє важливу роль у світовому контексті щодо України. У нашому дослідженні ми будемо дотримуватись комплексного розуміння концепту як багатогранного ментального комплексу, що вербалізується у мові та формується на основі чуттєвого та раціонального досвіду особистості. Також слід зазначити, що у концепті будуть міститись ознаки суб'єктивного та об'єктивного сприйняття.

Концепт *ворог* відіграє важливу роль у формуванні мовної картини світу у будь-якій культурі. У турецькій мові даний концепт репрезентований багатьма лексичними одиницями, які відображають не тільки історичні, а і культурні та соціальні особливості турецького народу. Дослідження концептів надає нам змогу зрозуміти, яким чином уявлення про ворога, які закріплені у мові, а також те, які конотації вони в собі несуть, впливають на світогляд носіїв турецької мови.

Перш за все, ми звернулись до Великого тлумачного словника турецької мови (TDK, 2005), для того, щоб визначити когнітивні дефініції лексичних одиниць, які будуть репрезентувати концепт *ворог* у турецькій мові, а саме *düşman*, *yağı*, *hasım*.

Згідно зі словником лексема *düşman* має такі значення: 1) ворог; 2) той хто бажає комусь зла, ненавидить його або бажає завдати шкоди. Дана дефініція у турецькій мові вживається доволі часто та може поєднуватись з іншими частинами мови утворюючи ідіоми або сталі вирази/прислів'я, які також будуть демонструвати ворожість до інших. Доволі поширеним явищем є ідіоми та вирази з лексемою *düşman* на позначення ворожих намір та ворожості до інших. Прикладом можуть слугувати наступні вирази: *düşman çatlamak* – злити ворогів і викликати заздрість своєю доброю поведінкою та досягненнями; *düşman başına* – (wp.) нехай це впаде (перепаде) на голову ворога; *düşman olmak* – починати таїти образу; *düşmanı püskürtmek* – розгромити ворожі сили та відкинути їх назад; *düşman eline düşmek/geçmek* – потрапити до рук ворога; *düşmanı önlemek* – випередити ворога; *düşmana sokulmak* – зближуватись з ворогом/контактувати з ворогом.

Також доволі поширеною дефініцією на позначення поняття *ворог* є слово *hasım*, що є повним синонімом до слова *düşman*. Дана лексема утворює похідні слова від основи *hasım*, які також показують ворожі настрої до когось: *hasım* – 1. ворог 2. протилежна сторона в грі, випробуванні або змаганні; *hasımcı* – заклятий ворог; *hasımlık* – ворожість, суперництво, неприязнь; *hasımane* – 1. ворожість 2. ворожнеча; *hasım hareket* – ворожі дії; *hasım taraf* – 1. ворожа сторона. 2. ворог.

Також є лексичні одиниці, які найменш поширені для позначення поняття *ворог*: *yağı* – ворог; *antagonist* – ворог; той, хто протистоїть іншим; *antagonizm* – антагонізм, протистояння, антипатія; *rakip* – суперник, ворог, конкурент; *Rakip olsun de ne yüzden ölürse olsun*. – Нехай супротивник помре, неважливо чому; *muhallif* – 1. Той, хто виступає проти думки, поглядів або громадського руху. 2. Опонент, противник.; *muhalefet* – протидія; *muhalefetçi* – опозиціонер.

Отже, аналіз концепту *ворог* в турецькій мовній картині світу виявив його багатогранність, яка відбиває культурні, історичні та суспільні особливості функціонування цього поняття у свідомості носіїв турецької мови. Аналіз лексем “*düşman*”, “*hasım*” і “*yağı*” демонструє широке поле їх значень та відтінків. Значна кількість ідіом та прислів'їв із зазначеними лексемами у своєму складі, підкреслює його важливість у турецькій культурі. Когнітивний аналіз виявляє ключові риси концепту *ворог*, серед яких ненависть, ворожість, суперництво. Народна мудрість і досвід, зафіксовані у фразеології, відображають історичні реалії та впливають на світосприйняття мовців, підкреслюючи актуальність цього концепту у сьогоденні.

ЛІТЕРАТУРА

Єрмоленко, С. Я., Бирик, С. П., & Тодор, О. Г. (2001). Українська мова.

Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів. Либідь.

Türkçe Sözlük. (2005). Türk Dil Kurumu. Türk Tarih Kurumu Basım Evi.

СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ТУРЕЦЬКОЇ МЕДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Коваль Є. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Тімкова Т. М.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Турецька медична термінологія є результатом багатого культурного й мовного розвитку, де зазнала значного впливу не тільки місцева лексика, але й численні запозичення з інших мов, особливо арабської, перської та французької. Однією з ключових особливостей турецької медичної термінології є те, що вона поєднує в собі як національні мовні структури, так і запозичення з інших мов.

Українські та зарубіжні дослідники присвячують свої наукові розвідки теоретичної та практичної спрямованості вивченню медичної термінології, серед яких Д. С. Лотте, О. В. Суперанська, Д. М. Вольфберг, О. В. Данильченко, Г. І. Боженар, Б. П. Михайлишин, Ю. О. Карпенко, А. Г. Ніколенко, І. В. Арнольд, Н. Ю. Бондаренко, В. О. Вінокур, С. М. Єнікєєва, Ю. А. Зацний, С. В. Серета та інші.

Турецька мова, як і інші тюркські мови, має яскраво виражену тенденцію до аглютинації – утворення нових слів і термінів за допомогою додавання префіксів та суфіксів до коренів слів. Окреслена особливість дозволяє створювати складні терміни, що чітко позначають конкретні медичні явища або процеси, зберігаючи при цьому ясність і точність.

Проте важливою рисою медичної термінології є також велика кількість запозичених термінів, зокрема з арабської та перської мов. Арабська мова, зокрема, мала значний вплив на розвиток медичної лексики, зокрема на терміни, які стосуються захворювань, процедур і ліків. Термін *hasṭalık* походить від арабського слова *ḥālāt*, що демонструє, як арабська лексика формувала поняття хвороба.

Серед інших мов, що мали вплив на турецьку, можна виділити французьку, оскільки Франція що зробила значний вклад у розвиток науки та медицини в Османській Імперії. Багато термінів, що з'явилися в період модернізації медицини в Туреччині, мають саме французьке походження.

Наприклад, слово *kardiyoloji* походить від французького *cardiologie*, зберігаючи основну структуру та фонетику, але адаптуючись до турецьких мовних норм. Такі адаптації виявляються в змінах у написанні і звучанні термінів, що дозволяє зробити їх більш зрозумілими та легкими для сприйняття носіями турецької мови.

Окрім того, турецька медична термінологія активно використовує складні словосполучення та словотворчі конструкції для точного позначення медичних понять. Наприклад, термін *рак шкіри*, турецькою мовою буде *deri kanseri*, що складається з двох окремих слів: *deri* та *kanser*. Така структура забезпечує високу точність та зрозумілість, оскільки кожен елемент терміна має конкретне значення, яке чітко передає суть медичного явища.

Морфологія турецької мови дозволяє створювати різноманітні варіанти медичних термінів, залежно від потреби. Афікси допомагають не лише в створенні нових слів, а й в точному визначенні медичних процесів. Така особливість важлива у медицині, де точність та однозначність термінів є необхідними для правильного розуміння і застосування в клінічній практиці.

Однією з характерних рис турецької медичної термінології є її здатність адаптувати міжнародні терміни та поняття до специфіки турецької мови. Протягом століть турецька мова взаємодіяла з іншими культурами та мовами, що призвело до утворення термінів, які поєднують елементи кількох мовних систем. Латинські і грецькі терміни, що використовуються в сучасній медицині, зазвичай також зазнають адаптації, оскільки латинська мова є однією з основних мов міжнародної медичної практики.

Крім того, турецька медична термінологія також відображає місцеві культурні та соціальні особливості. В Туреччині, де народні методи лікування традиційно займають важливе місце, терміни, що стосуються народної медицини, зокрема мають своє місце в медичному лексиконі. Наприклад, термін *şifalı bitkiler* (лікарські рослини) вказує на використання природних засобів для лікування захворювань, які мають давні корені в турецьких традиціях. Зазначені терміни знаходять своє місце поряд із термінами,

що стосуються сучасних медичних технологій та методів лікування, що демонструє поєднання традиційного та інноваційного підходів до здоров'я в турецькому суспільстві.

Отже, турецька медична термінологія є результатом багатовікового розвитку, який поєднує впливи різних мов та культур. Вона слугує інструментом для точного позначення медичних явищ і відображає взаємодію національних традицій та міжнародних стандартів. Вплив арабської та перської мов допомагає краще зрозуміти історичні та культурні аспекти розвитку медицини в Туреччині. Це сприяє покращенню комунікації та якості медичних послуг, зберігаючи точність і відповідність глобальним вимогам.

МЕТАФОРА В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ СУЧАСНОЇ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ

Ковальок А. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Костанда І. О.**

Доктор філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

Наразі політичний дискурс є невід'ємною частиною життя суспільства, що формує загальні настрої та поведінку соціуму. Одним з найважливіших інструментів риторики подібного типу є метафора. Метафора поєднує різноманітний життєвий досвід із загальновідомими істинами і, таким чином, спрощує розуміння та сприйняття різних політичних подій та явищ (Павлуцька, 2009). Підвищений міжнародний вплив Китаю, породжує інтерес до вивчення лінгвістичних особливостей політичного мовлення даної країни.

Здавна природа метафори часто ставала об'єктом лінгвістичних досліджень. Серед закордонних вчених це питання вивчали Дж. Лакофф, З. Кевечеш, Е. Ортоні, М. Джонсон, Л. Кемерон та інші. Здебільшого вони цікавилися суттю поняття метафори та намагалися розкрити її через когнітивні, концептуальні, риторичні та психологічні функції. Поміж вітчизняних науковців варто виділити В. О. Павлуцька, Т.А. Пастернак, О. А. Лященко, що безпосередньо вивчали політичний вплив тропу. Як ми бачимо, дане явище довгий час всебічно розглядалося науковцями, але не було належного вивчення особливостей застосування метафори китайськими політиками.

Актуальність цього дослідження зумовлюється спрямованістю сучасної лінгвістики на дослідження когнітивних та прагматичних аспектів мови, а також зростаючим інтересом до політики. Вивчення метафор дозволяє “усвідомити їх як ментальну модель пізнання дійсності й інструмент прагматичного впливу” (Лященко, 2014), а також розкрити

особливості формування ідеологічних наративів та механізми дії на масову свідомість.

Метою роботи є дослідити метафору в політичному дискурсі сучасної китайської мови.

Об'єкт дослідження – метафора в політичному дискурсі.

Предмет дослідження – особливості використання метафор у промовах китайських політиків, функції та комунікативна роль.

Матеріалом дослідження стали промови президента КНР Сі Цзіньпіна.

Основні **методи дослідження** склали індукція, дедукція, описовий метод для визначення метафор у політичному дискурсі, когнітивно-лінгвістичний метод для аналізу концептуальних моделей, дискурс-аналіз для виявлення прагматичних функцій метафоричних виразів та метод суцільної вибірки.

Наукова новизна полягає в тому, що через дослідження явища метафори у політичних промовах було розширено знання про категорію метафори в китайській мові, зокрема її когнітивні та прагматичні функції.

Дослідження доповнює **теоретичні знання** про явище метафори в таких аспектах: когнітивно-лінгвістичний, прагмалінгвістичний та дискурсивний.

Спочатку ми розглянули теоретичну базу явища метафори в мовознавстві та провели аналіз праць світових і вітчизняних дослідників щодо визначення та функціонування. В наступному етапі роботи ми дослідили особливості метафор у китайській культурі, а також їх роль у політичному дискурсі.

Потім, в практичній частині, провели аналіз промов Сі Цзіньпіна, виявили основні метафоричні моделі та їхні функції. Визначили вплив метафори на формування громадської думки. Побачили, що явище метафори найчастіше зустрічається в контекстах економічної, природної, військової та побутової сфер.

Для деталізації розглянемо декілька прикладів явища метафори, на основі промови Сі Цзіньпіна “国家主席习近平发表二〇二五年新年贺词”， де зустрічаємо вираз: 走过春夏秋冬 *Zǒuguò chūn xià qiū dōng* – *Пройти через весну, літо, осінь і зиму* (习, 2024). Цей вислів є метафорою часу та життєвого циклу. Тут, умовним часовим формам надаються нереальні природні ознаки як ходьба. В контексті новорічного вислову це є метафоричним позначенням пережитих труднощів і досягнень, що країна пережила за рік.

Розглянемо ще один вислів: 美丽中国画卷徐徐铺展 *Měilì zhōngguó huàjuǎn xíxí pūzhǎn* – *картина прекрасного Китаю поступово розгортається* (习, 2024). В даному випадку Китай представлений як художнє полотно, що відкривається й несе неприродну ознаку через своєрідну підміну понять. В розгортанні країни й криється метафоричний образ поступового розвитку.

Отримали висновки, що метафора в політичному дискурсі сучасної китайської мови є не лише стилістичним засобом, а й впливовим інструментом риторики. Крім того, метафора є ключовим елементом культури й становить політичного дискурсу, оскільки містить не лише естетичну, а й когнітивну та маніпулятивну функції.

ЛІТЕРАТУРА

- 习, 近平. (2024). 国家主席习近平发表二〇二五年新年贺词. 中华人民共和国外交部.
- Павлуцька, В.О. (2009). Когнітивні аспекти дослідження метафори в політичному дискурсі. *Вісник Житомирського державного університету*, 46, 209–212.
- Лященко, О. А. (2014). Когнітивна антропоморфна метафора в політичному дискурсі “якісної” преси. *Вісник Черкаського університету*, 27, 86–90.

СЕМАНТИЧНА КЛАСИФІКАЦІЯ ЯПОНСЬКОЇ ОНОМАТОПЕЇЧНОЇ ЛЕКСИКИ

Козєєва В. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Охріменко М. А.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Японська мова відома великою кількістю ономатопеїчної лексики, яка відіграє важливу роль у вираженні звуків, станів, дій та емоцій. На відміну від багатьох інших мов, де ономатопеїчна лексика обмежується лише відтворенням звуків, в японській мові вони охоплюють значно ширший спектр явищ, тобто імітують не лише звуки, але й описують візуальні, тактильні та емоційні враження. Семантична класифікація японської ономатопеїчної лексики допомагає глибше зрозуміти її структуру та функціонування в мові.

В японській мові ономатопеї поділяються на чотири групи: 擬音語 (гіонго), 擬声語 (гісейго), 擬態語 (гітайго), 擬情語 (гідзього). Перші дві групи існують і в українській мові, проте третя та четверта в японській мові особливі та майже не зустрічаються в мовах інших країн. Кожна з цих категорій має свої особливості та функції.

Гіонго використовують, щоб передати звуки, що пов'язані з неживою природою, такими як шум вітру, дощу або різних предметів. Гіонго часто використовується в манзі, літературі та в повсякденному житті, щоб читачам або слухачам краще уявити ситуацію чи відчутти атмосферу описуваних подій. Наприклад, ザーザー – звук сильного дощу, ゴロゴロ – гуркіт грому, ドンドン – звук ударів або стуку, チリンチリン – звук дзвіночка, パチパチ – звук хлопання в долоні або потріскування вогню, ガシャーン – звук розбитого скла, або чогось, що розбилося. Наступне – гісейго, це слова, що імітують звуки, які видають живі істоти, включаючи людей та тварин. Використання цих слів додають виразності та емоційності, дозволяючи передавати звуки пов'язані з живими істотами. Наприклад, ワンワン – гавкіт собаки, ニャーニャー – нявкання kota, コケコッコ – кукурікання півня, ブーブー – хрюкання свині, ゲラゲラ – голосний, нестримний сміх, シクシク – тихе, приглушене ридання.

Гітайго – ономатопеї, що описують стан, рух або вигляд об'єктів, що не мають прямого звукового аналога. Вони допомагають створити яскраві образи в уяві читача або слухача, передаючи тактильні та візуальні явища. Наприклад, ふわふわ – м'який, пухнастий, キラキラ – блискучий, сяючий, ドキドキ – серцебиття, хвилювання, ツルツル – гладкий, слизький, ネバネバ – липкий, тягучий, ピカピカ – яскраво сяючий, блискучий, новий. При перекладі гітайго на інші мови часто виникають труднощі через те, що ці слова не мають відповідного звукового еквіваленту. Оскільки ці слова мають в собі описові, емоційні та контекстуальні відтінки їх важко перекласти одним словом в іншій мові. Крім того, деякі гітайго мають кілька значень, або використовуються в різних ситуаціях і це додає труднощів при виборі відповідного перекладу. Наприклад слово ドキドキ може перекладатись як “серцебиття” “хвилювання” залежно від контексту, проте жодне з цих слів не передає точно всі відтінки значення, що властиві оригінальній ономатопеї. Останнє – гіджого, що виражає внутрішній емоційний стан та почуття людини. Наприклад, イライラ – роздратування, ウキウキ – радісне збудження, モヤモヤ – почуття невизначеності, сумнівів або пригніченості, ワクワク – нетерпіння від очікування чогось приємного, ホット – полегшення, заспокоєння після стресу чи напруги, ガッカリ – розчарування, пригніченість. Також, у японській мові існують псевдоономатопеї, це слова, що за своєю формою нагадують ономатопеї, оскільки мають схожу побудову, тобто повторювання складів, проте вони не є звуконаслідуванням. Частіше за все, вони використовуються для позначення змін у станах, опису процесів або посилення значень. Наприклад, だんだん – поступово, крок за кроком, ますます – все більше, いよいよ – нарешті, от-от, じっと – зосереджено.

Ономатопеї широко використовуються в повсякденному мовленні японців, роблячи їхню мову більш живою та емоційною. Наприклад, у розмовній мові часто можна почути вирази “今日はすごくワクワクしてる” – *Сьогодні я так схвилюваний* або 彼の話を聞いてイライラした – *Його розповідь мене роздратовала*. Також ономатопеї активно використовуються в побутових ситуаціях: у кафе можна почути, як хтось каже “雨がザーザー降っている” – *Дощ сильно ллє (шумить, як злива)*, а після довгого робочого дня японці можуть зітхнути з полегшенням “ホッとした” – *Відчув полегшення*. Ці слова настільки глибоко вкорінені в мові, що японці вживають їх навіть у діловому спілкуванні чи під час навчання, що дозволяє точніше передавати настрій, емоції та нюанси ситуації.

Ономатопеї відіграють важливу роль у розмовній мові, літературі, манзі та навіть у повсякденному спілкуванні, додаючи японській мові виразності та динаміки. Завдяки цьому японська мова має унікальну систему вираження, яка дозволяє носіям та вивчаючим передавати тонкі відтінки значень та почуттів. Переклад ономатопей є складним завданням, що потребує від перекладача не лише лінгвістичних знань, але й культурної обізнаності та чутливості до нюансів обох мов. Їхня багатозначність і складність

у перекладі роблять їх цікавим предметом лінгвістичних досліджень. Вивчення японської ономапоєї сприяє кращому розумінню мови, культури та специфіки комунікації носіїв японської мови.

ОСОБЛИВОСТІ ЯПОНСЬКОЇ МОВИ У ГЕНДЕРНОМУ АСПЕКТІ: ІСТОРИЧНИЙ РАКУРС

Козубенко М. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Грикун Ю. О.**

Старший викладач

Київський національний лінгвістичний університет

Яскравою рисою японської мови є її “гендерність” – явище, за якого певні морфологічні, синтаксичні чи лексичні особливості мовлення асоціюються із гендерною експресією мовців. Традиційно японські види мовлення за гендерною ознакою розподіляють на чоловіче та жіноче, які від початку їхнього зародження до сьогодення пройшли шлях змін, появи та зникнення тенденцій розвитку тощо. Для повноцінного розуміння принципу, за яким функціонують аспекти японської мови зараз, є доцільним розглядати їх на тлі історичних подій японської держави.

Незважаючи на те, що більшістю японських правителів були чоловіки, першочергово жінки також мали вагомий політичний вплив, а в суспільстві переважали матріархальні тенденції (Ramos, & Garcés, 2005, p. 255). Це відбивалося й на мові – до періоду Хейан для японської мови не була характерною наявність ознак, що вказували б на зв’язок із гендером. Так, у діалогах між богинями та богами з хроніки “Коджікі” не спостерігається різниці в лексиці чи рівнях ввічливості, якими вони послуговуються, а у поетичній збірці “Манйōшū” розрізнити вірші, написані поетесами та поетами, зважаючи лише на лінгвістичні особливості, також виявляється складним (Endō, 2006, p. 5–7).

У період Хейан починається поступове зародження та поширення патріархальних ідей у суспільстві, де чоловікам усе частіше надається перевага в отриманні високих посад, натомість жінки витісняються зі сфер впливу. З’являються перші відмінності в послугуванні ввічливим стилем мовлення за ознакою гендеру: у “Макура но сōші” та “Тенджі моногатарі” нижчі за соціальним статусом жінки із повагою звертаються до чоловіків, наявні також побіжні згадки про те, що говорить швидко чи нечітко, було небажаним для жінки (Endō, 2006, p. 7–10, 19–20). У колах заможних жінок, які допускалися до імператорського суду, формується жіночий соціолект із великим вмістом арготизмів – 女房言葉 /ньōбō котоба/, що пізніше поширився на інші верстви жіночого населення та навіть серед чоловіків, які прагнули до елегантнішого мовлення (Endō, 2006, p. 31–37).

Важливим періодом як для суспільства, так і для мови в Японії виступає епоха Едо – із появою конфуціанських ідей відбувається остаточний перехід до переважно патріархального типу суспільства, внаслідок чого з'являються спеціалізовані посібники, де викладаються правила слухняної поведінки для дівчат та жінок (Nakamura, 2014, p. 39). Від жінок очікувалося спокійне самовираження: без вживання китаїзмів та просторічної лексики, послугування ввічливим мовленням тощо. Можна припустити, що такі посібники існували саме тому, що багато жінок не підкорялися цим суспільним правилам.

Більшість специфічних рис чоловічого та жіночого мовлення, які притаманні сучасній японській мові, виникли в період Мейджі, коли вже сформовані конфуціанські норми епохи Едо остаточно укріпилися. Зароджуються 小生言葉 /шьōсє котоба/ та 女学生言葉 /джьōтакусє котоба/ – мова школярів та школярок відповідно: перший стиль утворився серед учнів елітних шкіл, випускники яких пізніше отримували високі посади, стандартизуючи його як мову політиків, академіків тощо, другий – розвинувся серед заможних дівчат, однак вважався грубим та вульгарним через велику кількість запозичень із шьōсє котоба, незважаючи на це до ХХ століття став поширеним серед усіх верств жіночого населення (Endō, 2006; Kinsui, 2017).

Напередодні Другої світової війни тривога з приводу її можливого початку сприяла виникненню інтересу до рухів за гендерну рівність – у післявоєнний період традиційні уявлення про гендерні ролі були фактично зруйновані (Ramos, & Garcés, 2005, p. 227–228). Останнє призвело до появи ідей про “скасування жіночої мови”, що спочатку сприймалися негативно (Endō, 2006, p. 83), однак процес взаємних запозичень у жіночому та чоловічому мовленні відбувався природно – унаслідок такого “симбіозу” ці стилі поступово стандартизувалися та почали сприйматися як рівні. Так, розглядаючи транскрипції діалогів між чоловіками та жінками кінця ХХ століття, майже неможливо визначити, кому саме належать репліки. Актуальною темою досліджень також є особливості послугування японською мовою сексуальними меншинами, для представників яких мовлення є одним з основних компонентів гендерної експресії – спостерігається велике різноманіття у вживанні займенників, експресивних часток та специфічної лексики.

Отже, на сучасному етапі ми можемо спостерігати наближення до нейтралізації сформованих протягом XVI–XX століть аспектів японської мови, які диференціюють жіноче мовлення від чоловічого – подібно до мовної ситуації давньої Японії. Слід також зважати на те, що зв'язок між мовою та її гендерністю є динамічним, саме тому ми можемо спостерігати високу варіативність норми.

ЛІТЕРАТУРА

- Endō, Ori (2006). *A Cultural History of Japanese Women's Language*. Michigan: Center for Japanese Studies, The University of Michigan.
<https://dokumen.pub/a-cultural-history-of-japanese-womens-language-1929280394-2006049251.html>

- Kinsui, Satoshi (2017). *Virtual Japanese: Enigmas of Role Language*. Osaka University Press.
https://ir.library.osaka-u.ac.jp/repo/ouka/all/67215/OUHSS_SK.pdf
- Nakamura, Momoko (2014). *Gender, Language and Ideology: A genealogy of Japanese women's language*. John Benjamins Publishing Company.
<https://dokumen.pub/gender-language-and-ideology-a-genealogy-of-japanese-womens-language-2014030879-9789027206497-9789027269294.html>
- Ramos, Óscar, & Garcés, Pilar (2005). Japanese women's role. Past and present. *Bulletin of Portuguese – Japanese Studies*, 10–11, 223–242.
<https://www.redalyc.org/pdf/361/36101106.pdf>

ЗАВУАЛЬОВАНИЙ ЕЙДЖИЗМ: ПРИХОВАНІ ФОРМИ ВІКОВОЇ ДИСКРИМІНАЦІЇ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Кокіна Н. Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Саволайнен І. П.

Кандидат філософських наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Поняття ейджизму (англ. ageism, від слова age – вік) запровадив Роберт Батлер, що визначив його, як “упереджене ставлення однієї вікової групи до іншої” (Butler, R, 1995). Тобто ейджизм – це дискримінація людини за віковою ознакою, що проявляється як у офіційних, так і в неофіційних сферах суспільного життя. Він виражається у схильності сприймати та взаємодіяти лише з тими, хто відповідає визначеним віковим нормам та критеріям.

Своєю чергою, завуальований ейджизм – це прихована форма вікової дискримінації, що проявляється через непрямі, латентні або соціально схвалювані практики, які обмежують можливості особи на підставі її віку.

У сучасному суспільстві, що декларує принципи рівності та недискримінації, завуальований ейджизм залишається прихованою, але впливовою формою соціальної нерівності. Він проявляється у латентних стереотипах, мікроагресіях та соціально усталених поведінкових моделях, що, на перший погляд, не містять явної дискримінації, проте створюють певні обмеження для осіб різних вікових категорій. Така прихована маргіналізація підкріплює соціальні уявлення про “належний” вік для певних ролей, професій або життєвих етапів, тим самим звужуючи простір особистісної та професійної реалізації. Дослідження цього явища актуальне у контексті глибшого осмислення механізмів соціальної ексклюзії та виявлення способів подолання вікових упереджень, що залишаються невидимими, але суттєво впливають на структуру суспільних відносин.

Вікова дискримінація часто проявляється у прихованих, інституціоналізованих формах, які не піддаються прямому виявленню, увічнюючи при

цьому системну нерівність. Першою такою прихованою формою ейджизму, яку б ми хотіли розглянути, є мікроагресії.

“Витончена” дискримінація за віком часто проявляється через закодовану мову. Наприклад, такі терміни, як “володіння цифровими технологіями” в оголошеннях про вакансії, неявно надають перевагу молодим кандидатам, тоді як фрази на кшталт “надмірно кваліфіковані” або “налаштовані по-своєму” стереотипно зображують старших працівників як таких, що не готові до змін та не сприймають їх. Тобто, певні фрази та формулювання в оголошеннях чи під час прийому на роботу використовуються для непрямого відсіювання кандидатів певного віку (Bob Harootyan, 2021).

Мікроагресії, такі як жарти про вихід на пенсію або поблажливі коментарі про “свіжі перспективи”, посилюють ізоляцію. Також корпоративні заходи, орієнтовані виключно на молодь, наприклад нічні нетворкінги, ненавмисно маргіналізують старших працівників, які мають сімейні обов’язки або інший спосіб життя. Такі практики нормалізують ейджистське ставлення, створюючи середовище, в якому літні працівники відчувають тиск. (Bob Harootyan, 2021).

Мікроагресії у повсякденному житті також застосовують, наприклад, і по відношенню до підлітків. Мікроагресії щодо цієї вікової категорії проявляються через непомітні, але систематичні форми знецінення їхньої суб’єктності, що закріплюють у суспільній свідомості уявлення про незрілість та неповноцінність їхнього досвіду. Фрази на кшталт “Ти ще занадто молодий, щоб розуміти” чи “От подорослішаєш – тоді поговоримо” маргіналізують їхню думку та ставлять під сумнів здатність до критичного мислення. Інша форма мікроагресії – це надмірне патерналістське ставлення, коли підліткам автоматично відмовляють у праві на самостійність, наприклад, наполягаючи, що вони не можуть приймати відповідальні рішення без участі дорослих.

Ще однією прихованою формою ейджизму є токенізм (англ. tokenism). Токенізм – “штучна видимість”, яка досягається шляхом включення обмеженої кількості осіб у меншини на ефективні позиції в існуючій групі через їхні характеристики (стать, раса, релігія). Тобто, токенізм (в деяких випадках – символізм) виникає тоді, коли людей з недостатньо представлених груп включають до складу колективу лише для того, щоб створити видимість різноманітності, без справжнього залучення та поваги до їхнього внеску. Це може призвести до відчуття ізоляції та непотрібності, оскільки працівники можуть відчути, що їхня присутність є суто символічною і не впливає на реальні процеси у групі (Benan Kurt Yilmaz et al., 2019).

Отже, завуальований ейджизм може проявлятися у дрібних, на перший погляд, нешкідливих коментарях або діях, які поступово створюють дискримінаційну атмосферу, а також у включенні певних осіб у групи через конкретні їх характеристики, що створюють видимість різноманітності та толерантності до кожного.

ЛІТЕРАТУРА

- Butler, R. (1995). Ageism. *The Encyclopedia of Aging*. New York: Springer Publishing Co., 38–41.
- Bob Harootyan (2021). Hidden Dimensions of Ageism in Employment and the Weakening of the Age Discrimination in Employment Act. MS, MA, FGSA. *Public Policy & Aging Report*, 31 (4), 129–132.
- Benan Kurt Yilmaz, Olca Sürgevil Dalkılıç (2019). Conceptual Framework about Tokenism Phenomenon in Organizations. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 9 (5), 205–231.

ІСТОРІЯ ЛАТИНСЬКИХ СКОРОЧЕНЬ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Колоткіна А. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Грекова М. А.**

Київський національний лінгвістичний університет

Англійська мова багата на аббревіатури, багато з яких прийшли з латини. Латинські аббревіатури, переважно, з'явилися у класичну добу, пізніше застосовувалися у середньовіччі, коли латина була єдиною у Європі писемною мовою, спершу для написів, як, наприклад, ті, що були знайдені та опубліковані в *L'Année Epigraphique* між 1888 та 1993 (Elliott, 1998), та на монетах, а потім і в рукописах, починаючи з XI ст. і до XVI ст.

Для того, щоб відшукати витоки латинських скорочень в англійській мові, в першу чергу треба звернутися до історичного контексту.

Все почалося з римського вторгнення на землі сучасної Британії, яке призвело до значного поширення та насадження латинської мови (Кривошея, & Барвінок, 2017).

В Європі до XVII ст. латина залишалася мовою церкви та науки, хоча вже тоді починали проявлятися тенденції до використання місцевих говірок для написання художніх творів, зокрема література Західної Європи поділялася ще на дві частини: “національномовна” (мовами молодих народів) та латиномовна.

Протягом середньовіччя було створено розвинену клерикальну (церковну, релігійну) літературу, з розгалуженою системою жанрів: “житіями” святих, проповідями, сповідями, видіннями та ін. Написані ці твори латиною, яка була у Західній Європі мовою богослужіння і міжнародного спілкування, а згодом – науки. В епоху Середньовіччя латинська мова була фактично єдиним інструментом спілкування і висловлювання думок, зрозумілим для всіх і вигідним для встановлення контактів – була невід'ємною частиною суспільного, політичного, культурного і наукового життя всієї Європи, зразком для нових романських мов, які постійно зверталися до її багатой лексичної скарбниці, шукаючи засобів для позначення нових понять та ідей.

Починаючи з Середньовіччя всі наукові твори писали латинською мовою; на латині виголошували виступи на наукових зборах. Відтоді вона збереглася в назвах рослин, тварин, мінералів, хімічних речовин.

Абревіатури особливо часто використовувалися в середньовічних латинських манускриптах. Однією з причин цього було те, що це дозволяло економічне використання паперу або інших видів матеріалів для письма, які в Середні віки були досить дорогими.

Після цього був період Ренесансу, який відмічений поновленням інтересу до класичних мов, на що є певні причини.

Хвиля Ренесансу досягла Англії близько 1500 року і значно позначилася на англійській мові та літературі. В 1453, після падіння Конастантинополя, студенти, що були зібрані там, полинули до східної Європи з більшою частиною своїх бібліотек. Більшість із них осідала на території сучасних Італії та Німеччини, і саме так почалося інтелектуальне пробудження Європи.

Результатом Ренесансу стало в першу чергу те, що велика кількість книг, написаних давньогрецькою та латиною, були перекладені англійською, яка в свою чергу запозичила з них багато слів. Багато хто був проти цього і сперечалися проти використання таких термінів, тож вони в більшості випадків лишалися частиною вокабуляру студентів, однак поступово почали виходити за межі цього середовища.

Такі латинські слова та вирази, однак, так і не стали частиною повсякденного звичайного мовлення, та мають вузьке коло фактичного використання. Їх можна умовно розподілити на такі групи:

“a) Latin words and expressions found in the learned language like, *apex*, *radius*, *dictum*, *quantum* etc.

b) Latin words and phrases which have a specialized use and which sometimes have a touch of pedantry, like, *prima facie*, *ex. – cathedra*, *vice versa*, *ipso facto*, *veto*, *credo*, *recipe quorum*.

c) Latin words and expressions which had been taken to form names of patent medicines, tonics, and foods, for example, *Ovaltine*, *Sanatogen*, *Wincarnis* etc.

d) Latin compounds and hybrid words are frequently used in science and technology. For example, *locomotive*, *motor*, *radiator*, *tractor*, *Dictaphone*, *television*, *automobiles* etc.” (Smith, & John, 2020).

І хоч в подальшому, після періоду Ренесансу, латина все більше і більше витіснялася місцевими мовами, вона довго зберігала свій статус, адже класична освіта, частиною якої якраз таки було вивчення латини, вважалася престижною, а знання давніх мов – ознакою освіченості.

Таким чином, латинські скорочення, які ми і сьогодні часом зустрічаємо в англійських текстах, є відображенням історії Британії та довгого існування латини серед прошарку освічених людей минулих століть.

ЛІТЕРАТУРА

- Кривошея, І. І., & Барвінок, О. В. (2017). *Історія Великої Британії*. КНТ.
Пономаренко, О. В. (2021). Історичний розвиток англійських абревіацій та скорочень. *Закарпатські філологічні студії*, 19 (2), 20–23.
<https://surl.li/sqqqhd>

- Elliott, T. (1998). *Abbreviations in Latin Inscriptions*. Archive.
<https://web.archive.org/web/20070411030518/http://asgale.classics.unc.edu/abbrev/latin/>
- Smitha, N., & John, P. P. (2020). *History of English Language*. SCHOOL OF DISTANCE EDUCATION.

ФІЛОСОФСЬКО-МИСТЕЦЬКІ РЕФЛЕКСІЇ АВТОРА В РОМАНІ “ЧОРНИЙ ПРИНЦ” А. МЕРДОК

Колоткіна А. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Юрчук О. О.

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Вперше опублікований у 1973 році “Чорний принц” А. Мердок захоплює читача багатозначністю смислів та багатовекторністю ймовірних інтерпретацій. У цьому творі авторка майстерно поєднує найяскравіші елементи постмодерної поетики: подвійне кодування (архітекстуальний синтез інтригуючого детективного сюжету, неконвенціональної love-story та філософської медитації), інтертекстуальність, поліверсійність прочитання, гру з читачем, метафікційність. (Лазаренко Д.М., 2017)

Текст роману стає експериментальною площиною для емпіричного випробовування філософських вподобань авторки. До того ж, літературу А. Мердок завжди вважала більш дієвим засобом залучення читачів до інтелектуального та духовного пошуку, аніж виключно філософські праці.

У “Чорному принці” створення роману перетворюється на роман, а пошуки адекватної літературної форми – на жанр роману. Основу твору складає історія про любов і творчі пошуки, як дві взаємозалежні складові духовного досвіду головного героя Бредлі Пірсона. Він весь час перебуває в стані безперервного пошуку жанроформи, пошуку ідеальної рівноваги її змістових і формальних складових. Окрему увагу привертають стилеві особливості твору.

Одна з дослідниць творчості А. Мердок І. Скуратовська (2012) відмічала у творі наявність двох типів художників – “перфекціоніста, що у муках творить єдиний шедевр, – і літературно-вмілого, і від того плідного, і [Айріс Мердок] самокритично ділить свої риси між ними... “Крім того письменниця багато разів заявляла, “що наближення до життя, до “непрозорої” живої людини, естетична цінність реалізму, яка виявляється цінністю етичною – важка ціль її зусиль.” (с.105)

Життя героя уподібнюється творчому акту, поштовхом до якого стає кохання, але водночас він несе на собі прокляття, муки неповного, незавершеного самовираження й вічного нерозуміння.

“У своїх філософських роботах та художніх творах Мердок намагалася наблизитись до розуміння сенсу людського існування, співвіднести універсальні категорії добра, істини, краси та знайти відповідь на споконвічне питання: “Як жити морально?” (Лазаренко Д. М., 2017)

Шекспірівські аллюзії у “Чорному принці” А. Мердок є поліфункціональними. На рівні образної й сюжетної організації тексту вони функціонують як знаки, що потребують декодування.

Осмислення А. Мердок деяких аспектів філософії Платона – теорії двох форм краси, низького й вищого порядку (відповідно тілесної і духовної краси), уявлень філософа “про двоїстість любовного потягу, еросу, життєдайного й одночасно згубного, фатального – “чорного Ероса”, а також його тлумачення аполонівського начала як “поєднання кохання та творчого осяяння”, – дозволяє створити філософський контрплан й інтелектуалізувати твір.

Також саме платонівське розуміння співвідношення мистецтва і правди, де недосконалість і є мірою досконалості, стало тим, що допомогло Бредлі Пірсону написати шедевр.

За думкою Топуз А. С. (2010) головний герой “доводить індивідуальність своєї свідомості, її можливість жити в іншому світі, двері куди йому відчинило велике кохання. Отже, Бредлі Пірсон сходить шаблями пізнання (відповідно до теорії Платона) й еротичного, і творчого водночас. Від незнання до знання, від усвідомлення суті свого почуття як креативу до натхненної творчості. Саме тому після тривалих творчих мук він створює свій єдиний і найкращий твір, натхненний великим і світлим почуттям” (с. 79).

У романі “Чорний принц” кохання постає вищою цінністю людини, яка виводить її за межі буденної свідомості в сферу духовної і душевної зрілості, призводить до самотворення, буттєтворення, розкриваючи її іманентні творчі сили, розмикає самотність.

Отже, роман А. Мердок є цілком серйозною, проникливою філософською медитацією, в якій мистецтво й кохання, добро і мораль мають спільне коріння. Для авторки “мораль”, “любов”, “реалізм”, “мистецтво” – синоніми. Вона писала (1959): “Art and morals are (...) one. (...) The essence of both of them is love. (...) Love is the extremely difficult realisation that something other than oneself is real [and free]. Love, and so art and morals, is the discovery of reality.” (с. 51)

Отже, філософсько-мистецькі рефлексії авторки сприяють подальшим міркуванням читачів про справжнє мистецтво, правду, почуття і відповідальність перед собою, їх тісні взаємозв'язки. Вона не дає однозначних відповідей на поставлені у тексті філософські та моральні питання, залишаючи для читача можливість самостійного пошуку істини у творі.

ЛІТЕРАТУРА

Топуз, А. С. (2010). *Жанрова інтерференція у романах Валерія Шевчука та Айріс Мердок* [Неопубл. автореф. Автореферат дисертації на здобуття

ступеня кандидата наук]. Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Лазаренко, Д. М. (2017). Гамлетівські алюзії в романі А. Мердок “Чорний принц”. *Український Шекспірівський Портал*.

<https://shakespeare.znu.edu.ua/lazarenko-d-m-gamletivski-aljuzii-v-romani-a-merdok-chornij-princ/>

Skuratovskaja, L. (2012). Iris Murdoch’s Novel: Exceeding the Borders of Genre. *Problems of Literary Criticism*, 85, 104–113.

<http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0000187792>

Murdoch, I. (1959). The Sublime and the Good. *Chicago Review*, 13(3), 42–55.

ПЕРЕКЛАД КОРЕЙСЬКОМОВНИХ МЕДІАТЕКСТІВ УКРАЇНСЬКОЮ: СОЦІОКУЛЬТУРНІ ВИКЛИКИ

Коняхіна В. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Охріменко В. О.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Інтернет-середовище є важливою рисою сучасності. Сучасне суспільство, як корейське, так і глобальне, важко уявити без соціальних мереж, оскільки саме через них люди здобувають більшість інформації про події в країні та світі. Переклад корейськомовного медіаконтенту українською мовою є складним процесом, у якому соціокультурні аспекти відіграють важливу роль.

Медіаконтент – це змістове наповнення друкованого, аудіовізуального, електронного чи конвергентного засобу масової інформації матеріалами у формі тексту, зображення чи звукозапису з метою передачі інформативних, загальнозначущих, естетично привабливих різножанрових повідомлень, спрямованих на масову аудиторію (Садівничий, 2017, с. 41).

Сучасні корейські медіа, зокрема телевізійні шоу, кіно, новини та соціальні мережі, містять велику кількість специфічних культурних реалій, які потребують ретельного аналізу та адаптації для української аудиторії. Окрім лінгвістичних особливостей, у таких текстах широко представлені соціальні та культурні контексти, які можуть бути незрозумілими для читачів, не знайомих із корейською культурою. Одним із головних викликів є передача того, що не має прямих аналогів в українській мові та культурі, зокрема назви традиційних страв, свят чи соціальних ролей, а також адаптації комунікаційних стратегій, жестів і категорій ввічливості.

Під категорією ввічливості вважається функціонально-семантична універсалія, формами якої виступають засоби вираження різного роду соціальних стосунків між мовцем, його співбесідником і людьми, про яких іде мова (Скрипник, 2006, с. 47–48).

Система мовної ввічливості в корейській мові відрізняється від української, що може призвести до втрати деяких нюансів при перекладі. Наприклад, вибір стилю ввічливості змінює сприйняття персонажа чи ситуації, тому важливо враховувати соціальний статус, вік і відносини між персонажами.

Перекладачам часто доводиться ухвалювати рішення щодо збереження або заміни культурних реалій, щоб забезпечити адекватне сприйняття тексту. Наприклад, специфічні звертання в корейській мові (형/오빠, 언니/누나) не мають точних відповідників в українській, тому вони потребують адаптації або пояснення.

Також доволі непростим викликом для перекладача можуть стати неологізми(신조어), які у корейському медіапросторі відображають соціокультурні зміни, технологічний прогрес та глобалізацію. У корейських ЗМІ часто з'являються нові слова, пов'язані з цифровими технологіями, інтернет-культурою та молодіжним сленгом. Формування таких слів часто відбувається через запозичення, як у випадку “konglish” (콩글리시) – поєднання корейської та англійської мов. Наприклад, “셀카” – селфі, що викладуть на сторінку, “맞팔” – 맞 означає “один з одним”, а 팔 – це коротка форма від “팔로잉”, що означає “слідкувати”, тобто 맞팔 – це взаємна підписка в соціальних мережах; а також поєднання корейських основ (складання слів) або зміну значення вже існуючих слів. Наприклад, 먹방 → 먹다 – їсти + 방송 – трансляція(відео або стрім), де людина їсть перед камерою; 혼코노 → 혼자 – сам + 코인노래방 – караоке з жетонами → Співати в караоке наодинці; Особливо поширеним є скорочення слів та фраз, що робить мову більш динамічною, наприклад, 핑프 → скорочення від “핑거 프린세스” (finger princess) → Людина, яка навіть просту інформацію не шукає самостійно, а постійно запитує інших, 모쪼 → скорочення від 모태 – *утроба матери*, і 솔로 – single (самотній, без пари), що означає “той, хто ніколи не мав стосунків”. Переклад подібних неологізмів може бути складним через їхню культурну специфіку, і часто перекладачі вдаються до калькування, транскрипції або описового перекладу.

Ще однією складністю є передача гумору, що базується на локальних контекстах, каламбурах або грі слів. Корейський гумор може містити відсилання до мемів, історичних подій або особливостей мови, що унеможливорює його дослівний переклад. Перекладачі часто використовують адаптацію до українських реалій або пояснення. Наприклад, у комедійних шоу часто зустрічається гра слів на омонімах, яку важко передати без втрати комічного ефекту, адже корейський гумор дуже специфічний. Наприклад, “який боб найбільший у світі? – 킹콩! Пояснення: слово 콩 корейською означає “боб”, а 킹 звучить як “король”. Разом виходить Кінг-Конг!

Тому з огляду на зростання популярності корейської культури в Україні, питання якісного перекладу корейськомовних медіатекстів набуває особливої актуальності. Вивчення соціокультурних аспектів цього процесу важливе не лише для перекладацької практики, а й для розвитку міжкультурної комунікації. А тому коректна адаптація таких текстів сприяє

кращому розумінню корейської культури українцями та мінімізує втрати в передачі смислових і культурних значень, і це розширює культурний діалог між Кореєю та Україною.

ЛІТЕРАТУРА

- Вальчук, Г. (2020). Прагматична функційність неологізмів у англомовних медійних текстах. *Актуальні питання іноземної філології*, 12, 23–28.
<https://doi.org/10.32782/2410-0927-2020-12-4>
- Садівничий, В. О. (2017). *Типи, види та особливості подачі контенту кросмедіа*. В. Е. Шевченко (ред). *Кросмедіа: контент, технології, перспективи*: колективна моногр. Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. (с. 40–47). Київ: Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
- Скрипник, Ю. Д. (2006). *Комунікативна категорія ввічливості в корейській мові*. [Дис. канд. філол. наук, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка], Київ.
https://uacademic.info/ua/document/0407U000586#google_vignette

БАГАТОКОМПОНЕНТНІ ОДИНИЦІ В ПЕРЕКЛАДІ З АНГЛІЙСЬКОЇ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

Корнієнко М. К.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Анохіна Т. О.**

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Багатокомпонентні одиниці є складною категорією лексики, що включає у себе вільні фрази, крилаті вирази, фразеологізми, що складаються з кількох лексичних елементів, тобто N-грам. Досліджувані одиниці відіграють важливу роль у мовній комунікації, оскільки вони передають не лише інформацію, але й культурні та емоційні аспекти. До найпоширеніших типів багатокомпонентних одиниць належать фразеологізми, ідіоми, терміни та колокації (Baker, 2018).

Переклад таких одиниць між англійською та українською мовами є складним завданням, оскільки включає в себе не лише лексичний, а й культурний та контекстуальний аспекти. У даних тезах розглядаються англломовні багатокомпонентні одиниці (**об'єкт дослідження**) та особливості їх перекладу та методи їх адаптації в українському контексті (**предмет дослідження**).

Багатокомпонентні одиниці займають окреме місце у лексиконі кожної мови. Вони складаються з двох або більше лексем, які отримують нове

значення, зважаючи на контекст та культуру. Особливості їх перекладу вимагають глибокого розуміння контексту та специфічних знань (Anokhina 2020, p. 93).

Актуальність нашого дослідження обумовлена необхідністю поглибленого аналізу перекладу як ключового елемента міжкультурної комунікації. Метафори та багатокомпонентні одиниці мають вирішальне значення для формування образності та емоційної глибини художніх текстів. Їхній адекватний переклад вимагає не тільки лексичного та граматичного знання, а й глибокого розуміння культурних та контекстуальних нюансів.

В умовах сучасного літературного процесу, який все активніше досліджує теми ідентичності та культурної взаємодії, вивчення перекладацьких практик стає особливо актуальним. Це дослідження може значно підвищити якість перекладу художніх творів, що, своєю чергою, сприяє кращому взаєморозумінню між різними культурами та мовами.

Крім того, результати даної роботи будуть корисні не тільки професійним перекладачам, а й студентам, викладачам, а також дослідникам у галузі лінгвістики та літератури, надаючи їм нові знання та підходи до перекладу. Таким чином, обрана тема має як теоретичну, так і практичну значимість, вносячи внесок у сучасний науковий дискурс та пропонуючи нові перспективи для подальших досліджень у галузі перекладу.

Ми розглянемо методи і способи перекладу таких одиниць. Розгляд різних методів та стратегій перекладу багатокомпонентних одиниць, включаючи калькування, адаптацію та транслітерацію, а також їх ефективність у різних контекстах. У цій частині дослідження ми також врахуємо роль контексту. Підкреслення важливості контекстуального підходу при перекладі багатокомпонентних одиниць, що допомагає зберегти зміст та стилістичні особливості оригіналу.

У дослідженні будуть проаналізовані також динамічні відповідники та контекстуальні заміни багатокомпонентних одиниць в опублікованому перекладі, зокрема, з твору Дж. Д. Селінджера “Над прірвою у житті” (“The Catcher in the Rye”) (Salinger, 2019), що ілюструє вплив вибору перекладу на сприйняття тексту, пор.:англ. *Grand. If there's one word I hate, it's grand. It's so phony. For a second, I was tempted to tell her to forget about the matinee. But we chewed the fat for a while. That is, she chewed it.* укр. *Грандіозно! Одне зі слів, які я ненавиджу, це – “грандіозно”. От уже дурисвітство. Я ледве не бовкнув їй, щоб тепер ні про яку виставу й не думала. Проте ми розводили бузу далі.*

Таким чином, багатокомпонентні одиниці є важливим аспектом перекладу, який вимагає комплексного підходу. Перекладач повинен враховувати контекст, культурні особливості та стиль тексту, щоб передати значення максимально точно та природно. Використання адаптаційних методів часто є ключем до успішного перекладу. Перспективними напрямками подальших досліджень є аналіз багатокомпонентних одиниць у творі Дж. Д. Селінджера “Над прірвою у житті” (“The Catcher in the Rye”) з метою пошуку та аналізу перекладацьких відповідників.

ЛІТЕРАТУРА

- Anokhina, T. (2020). The form changes and shifts of meaning of the English MWUs. In J. Szerszunowicz & M. Awier (Eds.), *Reproducible multiword expressions from a theoretical and empirical perspective* (Vol. 9, pp. 93–109). University of Bialystok Publishing House.
- Baker, M. (2018). *In Other Words: A Coursebook on Translation* (3rd ed.). Routledge.
- Андріїв, Р. М., & Медвідь, О. М. (2010). Перекладацький аспект англійських багатокомпонентних термінів. *Перекладацькі інновації: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції* (с. 29–31). Суми: СумДУ.
- Селінджер, Дж. Д. (2015). *Ловець у житті* (О. П. Логвиненко, Пер.). Харків: Клуб Сімейного Дозвілля.
- Селінджер Дж. Д. (n.d.). *Над прірвою у житті. Над прірвою у житті (Ловець у житті)*. Retrieved February 14, 2025, from <https://www.ukrlib.com.ua/world/printit.php?tid=133>
- Salinger, J. D. (2019). *The Catcher in the Rye*. Penguin UK.
- Salinger, J. D. (n.d.). *The Catcher in the Rye* <https://giove.isti.cnr.it/demo/eread/Libri/sad/Rye.pdf>

ВИКОРИСТАННЯ ЗАСТОСУНКІВ НА ОСНОВІ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ПРОЦЕСУ ОПАНУВАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ СТУДЕНТАМИ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Котова Я. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Рибачківська Л. Є.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному світі розвиток технологій штучного інтелекту демонструє тенденцію стрімкого зростання. Використання цих інструментів у викладанні іноземних мов значно покращує одночасно і процес і результат навчання. Переваги цих технологій у порівнянні з традиційними консервативними методами навчання обговорюється не лише методистами та викладачами, а й студентами, що відзначають значний зріст своїй компетентностей при залученні сучасних технологій штучного інтелекту як освітнього інструменту під час вивчення англійської мови як іноземної.

Цю тенденцію також підтверджують у своїй доповіді вчені Бхарат П. Неупан (Bharat Prasad Neupane), Пуна Р. Гхімір (Puna Ram Ghimire), Ніродж Дахал (Niroj Dahal). У своїй статті вони зазначають, що, хоча багато викладачів мають сумнів щодо безпечності та ефективності використання систем штучного інтелекту у процесі викладання англійської мови студентам, реальні дослідження доводять значні переваги залучення нейромереж у навчальний процес (Ghimire, Neupane, Dahal, 2024, p. 31).

Більшість сучасних застосунків для вивчення англійської мови так чи інакше використовують штучний інтелект, хоча слід зазначити, що це не завжди є очевидним. Один з найвідоміших прикладів – застосунок Duolingo (близько 50 млн зареєстрованих користувачів за офіційними даними розробників). У його механізмі штучний інтелект залучений для виправлення помилок користувача під час виконання вправ та, орієнтуючись на ступінь коректних відповідей, підвищувати чи навпаки знижувати рівень складності завдання. Водночас Duolingo, на думку багатьох експертів та викладачів, не має достатнього функціоналу щоб забезпечити повноцінне та всебічне опанування мови. Це пояснюється однотипністю вправ, занадто простою граматиною, відсутністю можливостей для практики вільного спілкування та розвитку письмового мовлення поза межами коротких однотипних фраз (Генрікс, 2024).

Однак сучасні додатки для вивчення англійської мови, орієнтовані на використання можливостей штучного інтелекту, вбачають у його використанні зовсім інший принцип. До прикладу, Talkpal (Talkpal AI Language Learning, розробник Talkpal Inc.) своєю основною перевагою позиціонує можливість практикувати англійську у розмовах з віртуальним співрозмовником, роль якого виконують системи штучного інтелекту. Користувач має змогу не лише говорити англійською на повсякденні теми, обговорювати фільми, новини чи будь яку іншу цікаву тему, а й отримати звіт від системи з усіма помилками та порадами до вдосконалення мови. В залежності від застосунку, подібні “віртуальні співрозмовники” на базі нейромереж можуть виправляти помилки користувача одразу (в процесі бесіди) або ж надавати письмову аналітику після її завершення. (Kim, Sim, 2024)

Незважаючи на те, що подібні технології не можуть повністю замінити викладача з огляду на їх технічні обмеження, вірогідність помилок та специфіку системи, такий інструментарій може бути частиною навчального процесу для студентів вищих навчальних закладів. Необхідність практики мови у самостійній роботі здобувачів освіти поза аудиторії є невід’ємною частиною освітньої програми вищих навчальних закладів та забезпечує високі досягнення в опанування англійської мови як іноземної. Водночас більшість студентів стикається з проблемою неможливості самостійно відстежувати та виправляти свої помилки у практиці вільного усного чи писемного мовлення, де немає шаблону, згідно якого можна було б перевірити якість виконаної роботи без залучення викладача.

Застосунки, подібні до Talkpal та його аналогів, частково вирішують цю проблему. Вони не лише надають студентам можливість практикувати мову з віртуальним співрозмовником, чиї вимова та словниковий запас максимально наближені до манери мовлення носіїв, але й виправляють помилки та допомагають поліпшити навички усного та писемного мовлення. У деяких застосунках є можливість для викладача зареєструвати свої студентів та надавати їм персональні письмові або усні завдання, слідкувати за їх виконанням, отримувати звіти прогресу студентів та відслідковувати найбільш часті помилки.

Системи штучного інтелекту забезпечують більш спеціалізований підхід до вивчення мови з урахуванням освітніх потреб конкретного студента. Алгоритми аналізують цілі користувача, відстежують усі складнощі, з якими стикається користувач під час вивчення мови та вибудовує навчальну програму, яка б відповідала його потребам. Окрім цього, подібні застосунки використовують спеціальні мнемонічні техніки під час опанування нової лексики, надають зручні граматичні конспекти, орієнтовані на легке візуальне сприйняття та інші переваги цифрового навчального інструментарію. Маючи досить широкий асортимент функцій, подібні застосунки є гарною альтернативою деяким навчальним технікам, як-от написання есе, текстів або статей студентами у звичайному вигляді (від руки чи у друкованому форматі), де у студента немає можливості одразу виправляти свої помилки, а викладачі витрачають забагато часу на перевірки робіт, вони також допомагають оптимізувати процес оцінки завдань педагогом.

Використання сучасних систем штучного інтелекту в процесі викладання англійської мови студентам вищих навчальних закладів може бути значною перевагою навчального процесу, роблячи його більш гнучким та цікавим, орієнтованим та освітні потреби кожного студента, що забезпечує високі навчальні досягнення. Водночас ці системи є лише додатковим інструментом практичного спрямування та не мають вважатися заміниками аудиторних занять під керівництвом викладача, але вони можуть бути використані як вид практичних завдань в аудиторній роботі чи платформа для самостійного поза аудиторного навчання студентів вищих навчальних закладів.

ЛІТЕРАТУРА

- Генрікс Ж. (2024, 01 жовтня). *Огляд Duolingo: чи зможете ви досягти 100 % вільного володіння? Мій досвід*. UNITE.AI.
<https://www.unite.ai/uk/%D0%BE%D0%B3%D0%BB%D1%8F%D0%B4-duolingo/>
- Ghimire, P. R., Neupane, B. P., & Dahal, N. (2024). Generative AI and AI Tools in English Language Teaching and Learning: An Exploratory Research. *English Language Teaching Perspectives*, 9 (1-2), 30–40.
<https://doi.org/10.3126/elt.v9i1-2.68716>
- Kim, E., & Sim, J. (2024). Incorporating AI into English Language Learning: An Experimental Study Focusing on Autonomous Learning, *English Language Teaching*, 17(10), 82.
<https://doi.org/10.5539/elt.v17n10p82>
- Kristiawan, D., Bashar, K., & Pradana, D. A. (2024). Artificial Intelligence in English Language Learning: A Systematic Review of AI Tools, Applications, and Pedagogical Outcomes, *The Art of Teaching English as a Foreign Language (TATEFL)*, 5(2), 207–218.
https://www.researchgate.net/publication/386222307_Artificial_Intelligence_in_English_Language_Learning_A_Systematic_Review_of_AI_Tools_Applications_and_Pedagogical_Outcomes
- Spectrum (2023, 08 лютого). *Як нас навчає штучний інтелект Duolingo. І як ми шодня його вдосконалюємо*. Texty.org.ua
<https://texty.org.ua/articles/108916/yak-pracyuyut-alhorytmy-duolingo-i-yak-kozhen-z-nas-yih-shodnya-vdoskonalyuye/>

ІДІОЕТНІЧНА СПЕЦИФІКА КОРЕЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ

Красноліцька О. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Охріменко В. О.

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Фразеологізми – це особливі одиниці мови, в яких відображається народна мудрість, ціннісна картина світу етносу, а також уявлення і знання як про зовнішній, так і про внутрішній світ людини. Фразеологізми відображають найхарактерніші та найяскравіші риси певного народу, а тому швидко запам'ятовуються.

Фразеологічні одиниці, виконуючи функції знаків “мови” культури, не тільки виражають, але й утворюють культурну самосвідомість етнічних груп. Фразеологізми, створені людьми, зайнятими в різних сферах діяльності, будучи стислими, розмовними, живими, такими, що відображають сучасне життя, завжди знаходять застосування у виразному мовленні.

Востанні десятиліття лінгвісти все частіше звертають увагу на дослідження фразеологічних одиниць з національно-культурної точки зору, що дозволяє розглянути, з однієї сторони, найрізноманітніші системні зв'язки в мові, а з іншої – знаходити особливості культур носіїв досліджуваної мови, щоб оголити загальні та специфічні характеристики національних властивостей.

Фразеологічний фонд корейської мови дуже різноманітний. Корейські фразеологізми можна розділити на різні компоненти. Одним із поширених компонентів у корейській фразеології є зоонім, який яскраво відображає історію, культуру і традиції народу. Фразеологізми з компонентом-зоонімом вважаються однією з найчисленніших і внутрішньо різноманітних груп фразеологічних засобів: у зоонімічних фразеологізмах відображені багатовікові спостереження людини за зовнішнім виглядом, звичками та поведінкою тварин, показують ставлення людини до “братів наших менших”, будучи, таким чином, культурно-інформаційним фондом у кожній мові.

Одним із ресурсів корейської культури та традицій є вірування, до яких можна віднести і міфологізм, адже він присутній споконвіку. Саме тому міфологія стала, деякою мірою, причиною до розвитку певних фразеологічних одиниць. Наприклад: 물귀신 – “Водяний демон”. У корейських переказах цей водяний часто тягнув плавців на дно, як правило, бавлячись. У такому випадку зрозуміло, яких людей корейський народ нагороджує цим епітетом.

상갓집 개 – “Як собака в жалобі”. Таке сумне порівняння викликає гість, якого не дуже привітали. Кажуть, що вперше вимовив його Конфуцій, який багато горював за Китаєм, перш ніж влада піднебесної звернула увагу на його вчення. У дні поневірянь великий філософ часто порівнював себе з собакою в будинку, де справляють жалобу.

하늘을 봐야 별을 따지 – “Щоб зірвати зірку, треба подивитись на небо”. Цей фразеологізм застосовується в багатьох випадках життя. Але промовляючи його, корейська жінка має на увазі, що, якщо чоловік хоче, щоб вона народила сина, то потрібно частіше ночувати вдома, замість того, щоб їздити у відрядження. Саме цей фразеологічний вислів виник не випадково. У конфуціанському віруванні дружина повинна дивитися на чоловіка як у небеса – знизу вгору. А виносити та народити хлопчика все одно, що зірвати з неба зірку.

낙점 – “Чорнильна точка”. Зрозуміло, що йдеться не про розділовий знак. А про те, що треба поставити крапку над “Г”, підбити остаточний підсумок. У Стародавній Кореї, коли королю подавали список кандидатів на одне чиновницьке місце, він біля обраного імені ставив крапку. Так що, якщо про когось сказати, що він із тих, хто відзначений точкою, то це звучить дуже приємно.

У корейській мові можна простежити наявність крилатих слів, як складової фразеологічних одиниць. До крилатих слів, що відображають особливості культури та традиції можна віднести 까마귀가 형님 삼켰다 – “Ти, мабуть, брат ворони”, 용두사미 – “Голова дракона, а хвіст змії”, 사자 후 – “Рик лева”, 건달 – “Човен-задира”, 쇠 귀에 경읽기 – “Читати буддистські сутри корові”.

До крилатих слів, що віддзеркалюють історію та мудрість поколінь в корейській мові можна віднести наступні, такі як: 불가사리가 쇠 먹듯 한다 – “Їсть, як поїдач металу Булькасарі”, 자다가 남의 다리 굶는다 – “Чесати чужу ногу під час сну”, 호랑이 담배 피우던 시절 이야기 – “У той час, коли тигри курили тютюн”, 와신상담 – “Все перенести заради помсти ворогові”.

Фразеологізми в стислій та образній формі передають значний об’єм інформації про культуру народу та його цінності, відображаючи його історію, спосіб життя, менталітет і світогляд. Вивчення фразеологізмів має велику теоретичну і практичну значущість, а знання і правильне використання фразеологізмів дає змогу відчувати мову, що вивчається, у дії.

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТУРЕЦЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ НА ПОЗНАЧЕННЯ КОХАННЯ З КОМПОНЕНТОМ GÖNÜL

Кривенок Д. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Сорокін С. В.**

Кандидат філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Фразеологія – розділ мовознавства, який поєднує у собі вивчення граматики, лексикології, фонетики, стилістики та інших чинників становлення мови. Фразеологізми відображають емоційний складник,

додають тексту виразності та демонструють володіння мовою. В українській тюркології вивчення фразеології залишається актуальним.

Багато вчених таких як К. Баранцев, П. Мюлднер-Нецковський і Ш. Баллі, спираючись на семантичну класифікацію, поділяють фразеологічні одиниці на категорії: фразеологічні зрощення (ідіоми), фразеологічні єдності (метафоричні одиниці), фразеологічні сполучення і фразеологічні вирази. Натомість Ш. Балі пропонує розрізняти лише фразеологічні сполуки (фразеологічна група) та фразеологічні єдності. Відмінність полягає у тому, що фразеологічні групи мають більш вільний лексичний склад і припускають варіації, а фразеологічні єдності характеризуються особливістю, коли значення їх компонентів поглинається.

Першим турецьким мовознавцем, який спробував дати визначення терміна “фразеологізм” був Омер Асим Аксой. Його визначення таке: “Фразеологізми, це стійкі сполуки, які в більшості випадків мають відмінне від буквального значення і характеризуються місткою пояснювальною формою” (Онiщенко, 2019). Схоже визначення дає Юсуф Зія Бахадін: “Фразеологізм, це група слів, яка складається з двох або більше елементів, має значення яке виходить за рамки буквального та прикрашає собою усне та писемне мовлення” (Онiщенко, 2019).

У нашому дослідженні розглянуто 19 фразеологічних одиниць із компонентом *gönül* – “душа, серце”, взятих із фразеологічного словника *Ali Püsküllöğlü*.

Одинадять фразеологічних одиниць мають значення “кохати / любити когось”. Серед них: *gönlü akmak* (досл. душа тече), *gönlü çekilmek* (досл. душа тягнеться), *gönlü kaymak* (досл. душа ковзає), *gönlünü kaptırmak* (досл. зробити так, щоб душу / серце захопили), *gönlü takılmak* (досл. душа зачепилася), *gönül akıtmak* (досл. змусити душу / серце потекти), *gönül çekmek* (досл. тягти / витягнути душу / серце), *gönül koymak* (досл. поставити душу / серце), *gönül vermek* (досл. віддавати душу / серце), *gönül kaptırmak* (досл. віддати серце), *gönül bağlamak* (досл. приєднати душу / серце). Їхніми відповідниками в українській мові є: “дивитися закоханими очима”, “мліти від кохання”, “закохатися по вуха”, “любити до нестями”, “сходити з розуму від кохання”, “потопати в любові”, “дух ронити за кимось” та інші. Також, залежно від емоційної забарвленості, під час перекладу відповідник також може змінюватися на інший. Однак фразеологізми *gönlü takılmak*, *gönül vermek*, *gönül kaptırmak* мають також іншу семантику, окрім “кохати / любити когось”. Вони мають значення “любити щось”, “цікавитися чимось”. Їхніми відповідниками в цьому значенні є: “дихати чимось”, “гори звернути заради чогось”, “світу білого не бачити без чогось” та інші.

П’ять фразеологічних одиниць позначають “кохання / любов”, тобто почуття у різних його виявах. Серед них: *gönül bağı* (досл. душевний зв’язок, зв’язок душі / серця); *gönül belası* (досл. душевна неприємність, неприємність душі / серця); *gönül birliği* (досл. душевне об’єднання, об’єднання душі / серця); *gönül işi* (досл. душевна / сердечна робота), що має два значення: 1. кохання, любов, 2. взаємні стосунки; *gönül dilencisi* (досл. той, що просить

душі / серця, жебрак душі / серця), що означає почуття любові, яка може витримати все.

Серед інших фразеологічних одиниць є три на позначення людей/осіб, серед них: *ayran gönüllü* (досл. доброволець / волонтер айран), що позначає дуже закохану людину; *gönül avcısı* (досл. мисливець на душу / серце), що позначає людину, яка закохує в себе, швидко покидає і переслідує тимчасові кохання; *gönül maskarası* (досл. туш для душі), що позначає людину, яка потрапляє у безглузді ситуації через кохання. А також *gönül yarası* (досл. душевна рана), тобто біль та смуток спричинений коханням; *gönül eri* (досл. чоловік душі / серця, сміливець душі / серця), тобто людину, з якою можна укласти надійний любовний союз.

Отже, серед турецьких фразеологічних одиниць із компонентом GÖNÜL є одинадцять мають семантикою “кохати / любити”, п’ять зі значенням “кохання”, а також три інші на позначення осіб задіяних у ситуаціях, пов’язаних з коханням.

ЛІТЕРАТУРА

- Онщенко, Ю. О. (2019). *Класифікація турецьких фразеологізмів за їх функціонально-стилістичними характеристиками*. Наукові записки ніжинського державного університету імені М. Гоголя, 1, 71–76.
- Власенко, Л. В., Тригуб, І. П. (2019). *Фразеологічні одиниці та їх класифікація*. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.
- Ali Püsküllüoğlu. (2021). *Türkçe deyimler sözlüğü*. Arkadaş. 5
- Білоноженко, В. М., Паламарчук, Л. С., Тараненко, О. О. (Ред.). (1993). *Фразеологічний словник української мови* (Кн. 1). Київ: Наукова думка.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ В БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ

Кулик Н. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Валігура О. Р.**

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасна ділова арабська мова є складною системою, в якій семантичні особливості лексичних одиниць взаємодіють із прагматичними чинниками комунікації. У контексті бізнесу важливо не лише правильно розуміти значення слів, але й застосовувати їх відповідно до мовленнєвих норм і соціокультурних традицій арабських країн. Ділова арабська мова поєднує формальну термінологію, релігійно-правові аспекти та мовленнєві стратегії, що формують особливий стиль ділового спілкування.

Семантичні особливості ділової арабської мови.

Лексичний склад ділової арабської мови включає:

1. Формалізовану термінологію, запозичену з класичного арабського дискурсу, ісламського права (фікх) та міжнародної економіки. Наприклад, “murabaha” (مرا بحة) – форма безпроцентного фінансування в ісламському банкінгу.

2. Метафоричні конструкції, що слугують не лише засобами вираження, а й формуванням бізнес-етикету. Наприклад, фраза “yad al-suq” (السوق يد), що буквально означає “рука ринку”, використовується для опису економічних механізмів саморегуляції.

3. Запозичені терміни з європейських мов, адаптовані до арабського мовного простору, наприклад, “bank” (بنك) – банк, “istithmar” (استثمار) – інвестиції.

Таким чином, семантична структура ділової арабської мови має значний вплив традиційної ісламської культури та водночас інтегрує сучасні економічні та технологічні терміни.

Прагматичні аспекти ділового спілкування.

У діловому середовищі арабських країн особливе значення має прагматика мови, яка визначає, як саме мовні одиниці використовуються в комунікативному процесі. Основні прагматичні особливості включають:

1. Використання ввічливих мовних конструкцій. У діловому арабському дискурсі прийнято уникати прямих, надаючи дипломатичним виразам. Наприклад, замість категоричного “ми не можемо прийняти цю пропозицію” часто використовується фраза “الدراسة من المزيد إلى نحتاج” (nah’taju ila al-mazeed min al-dirasah) – “нам потрібно ще вивчити це питання”.

2. Релігійно забарвлені вислови, що часто супроводжують ділові перемовини. Наприклад, вислів “in shaa’ Allah” (إن شاء الله) – “якщо буде на те воля Бога” може використовуватися як дипломатична форма уникнення негайної відповіді або як спосіб виразити непевність у прийнятті рішення.

3. Стратегія “ta’jeel” (التأجيل) – відкладення відповіді як елемент переговорної тактики. У традиційній арабській бізнес-культурі рішення часто не приймаються негайно, а обговорення питання може затягуватися, що слугує способом отримання більш вигідних умов.

4. Кодекс честі (“sharaf” – شرف) та соціальний статус відіграють важливу роль у переговорах. Використання почесних титулів (“ustadh” – أستاذ, “sayyid” – سيد) та висловлення поваги через мовленнєві формули є обов’язковими елементами бізнес-комунікації.

Сучасна ділова арабська мова є не лише засобом комунікації, а й відображенням соціокультурних норм та етикету арабського світу. Її семантична структура включає як традиційні терміни, що походять з ісламського права, так і сучасну запозичену лексику. Прагматичні особливості ділового арабського дискурсу ґрунтуються на принципах ввічливості, дипломатичності та культурних традиціях, що робить ефективне володіння цією мовою критично важливим для міжнародних бізнес-комунікацій.

ЛОКАЛІЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЙ У ФРАНЦУЗЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ АНІМАЦІЙНОГО ФІЛЬМУ “МАВКА. ЛІСОВА ПІСНЯ”

Лаврик В. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Сидельникова Л. В.**

*Доктор філологічних наук, професор, професор кафедри
Київський національний лінгвістичний університет*

Локалізація художніх творів є складним процесом, який передбачає не лише мовний переклад, а й адаптацію культурних реалій до специфіки іншомовної аудиторії. Особливої уваги потребує переклад реалій – слів і виразів, що позначають явища, предмети чи традиції, притаманні одній культурі, але відсутні в іншій (Зорівчак, 1994). Анімаційний фільм “Мавка. Лісова пісня”, створений на основі твору Лесі Українки, містить численні етнографічні, міфологічні та природні реалії, що відображають самотність української культури.

Успішна локалізація цих елементів є важливим завданням перекладачів, адже від цього залежить не лише точність передачі змісту, а й загальне сприйняття української культурної спадщини за кордоном. Метою цього дослідження є аналіз основних стратегій та методів локалізації українських реалій у перекладі фільму “Мавка. Лісова пісня”, а також оцінка їхньої ефективності у збереженні культурної автентичності.

Фільм “Мавка. Лісова пісня” передає багатий культурний контекст України, що потребує ретельного перекладу реалій (Ковтун, 2023). Локалізація реалій є важливим аспектом збереження національної ідентичності (Oxford Dictionaries). Основна мета дослідження – визначити стратегії та методи перекладу реалій у мультфільмі.

Українські реалії у фільмі можна поділити на кілька категорій.

До етнографічних належать традиційний одяг (вишиванка – vyshyvanka, крайка – ceinture tissée), побутові предмети (гличик – cruche, коромисло – joug), обрядові атрибути (рушник – serviette rituelle, писанка – œuf de Pâques décoré).

Міфологічні реалії представлені персонажами (Мавка – Mavka (nymphé des bois), Лісовик – Seigneur de la forêt, Водяник – Esprit de l’eau) і магічними об’єктами (цвіт папороті – fleur de fougère, живий вогонь – feu vivant).

Природні реалії охоплюють назви флори і фауни Полісся (верба – saule, калина – viorne, чорногуз – cigogne).

Реалії суспільного життя включають традиційні заняття (бортництво – apiculture sauvage, ткацтво – tissage) та народні свята (Купальська ніч – nuit de Kupala, обжинки – fête des moissons).

Для локалізації реалій у перекладі використовуються різні стратегії. Транскрипція та транслітерація застосовуються до власних назв і культурно значущих термінів (Mavka, vyshyvanka). Пряме включення дозволяє зберегти оригінальну форму слів (bandura, kolomyika). Калькування використовується

для буквального перекладу складових слів (spring games – jeux de printemps, stone women – femmes de pierre). Функціональний аналог допомагає знайти відповідник у цільовій культурі – Seigneur de la forêt для Лісовика, mermaid – sirène для русалки). Описовий переклад пояснює значення реалії (yevshan – une herbe magique des légendes). Генералізація дозволяє замінити вузьке поняття ширшим терміном (folk garment – vêtement traditionnel для крайки), тоді як адаптація передбачає зміну реалії відповідно до культурного контексту (midsummer festival – fête du solstice d'été замість Купальської ночі). Вибір відповідної стратегії залежить від контексту, жанру фільму та потреб цільової аудиторії.

Локалізація українських реалій у перекладі “Мавки” вимагає балансу між автентичністю та зрозумілістю для іншомовної аудиторії (The Terminal Script – Dialogue Transcript). Використання комбінованих стратегій перекладу допомагає зберегти культурний колорит, не перевантажуючи текст поясненнями. Подальші дослідження можуть зосереджуватися на аналізі сприйняття перекладу серед носіїв французької мови та пошуку ефективних методів адаптації культурно специфічних елементів у мультимедійному контенті.

ЛІТЕРАТУРА

- Зорівчак, Р. П. (1994). Реалія в художньому мовленні: перекладознавчий аспект. *Іноземна філологія*. 104–111.
- Ковтун, О. В. (2023). Неологізми в системі однаково-предметних агентивних імен (на матеріалі української і англійської лінгвокультур). *Лінгвістичні студії*, 45, 27–39.
<https://doi.org/10.31558/1815-3070.2023.45.3>
- Oxford Dictionaries: English Dictionary, Thesaurus, & grammar help. (s. d.).
<https://en.oxforddictionaries.com>
- The Terminal Script – Dialogue Transcript*. (s. d.). Script-o-rama.
http://www.script-o-rama.com/movie_scripts/t/terminal-script-transcript-tom-hanks.html

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕПТУ В ВІТЧИЗНЯНОМУ ТА ЗАРУБІЖНОМУ МОВОЗНАВСТВІ

Лисак В. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Тімкова Т. М.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Явище “концепт” є новим та малодослідженим у лінгвістиці. Цей факт є доказом суперечливих думок дослідників та, як результат, їхньої неоднотайності в цьому відношенні. Зокрема у дослідженнях, які пов’язані з східними мовами, “концепт” є другорядною темою (Мазепова, 2011).

Поняття “методика”, “метод” та “методологія” розрізняють таким чином: “методика” – це збірна назва прийомів, які використовуються при спостереженні та виконанні експерименту; “метод” – це теоретичне опрацювання інформації отриманої під час спостереження та експерименту; “методологія” – це застосування такої інформації (Розвод, 2015).

Українські лінгвісти найчастіше згадують про метод концептуального аналізу, який вважається ключовим методом у когнітивній лінгвістиці (Козяр, 2016). Концептуальний аналіз включає моделювання та опис концептів; має на меті виявити та конкретизувати зміст досліджуваного концепту (Козяр, 2016). Такий аналіз відбувається на основі одиниць з лексикографічних праць та аналізу контекстів (Козяр, 2016).

Концептуальний аналіз є доволі частим методом, про який згадують тюркологи. У ході досліджень мовної картини світу про це пишуть Т. Тімкова, І. Каціон, С. Сорокін, І. Покровська та багато ін.

Дослідники у своїх наукових розвідках звертаються до різноманітних методів: метод суцільної вибірки, аналіз словникових дефініцій, дефініційний аналіз, компонентний аналіз, етимологічний аналіз, контекстуальний аналіз, кількісний аналіз, компаративний аналіз, структурно-семантичний аналіз (Козяр, 2016).

Польський мовознавець Є. Бартмінський висунув теорію профілювання, тобто утворення в межах свідомості лінгвокультурного профілю (Коч, 2021). Західні лінгвістичні школи пропонують метафоричний аналіз за Дж. Лакоффом та М. Джонсоном (Мазепова, 2011). Сюди ж відносимо семантику фреймів американського мовознавця Ч. Філмора, основи концептуальної картини світу, а саме: прототипи в когнітивній лінгвістиці (Е. Рош і Дж. Лакофф), сценарії Р. Шенка та Р. Альберсона (Мазепова, 2011).

Турецькі лінгвісти також активно займаються дослідженнями галузі когнітивної лінгвістики. Вони пишуть про це беручи до уваги зв'язок мови та культури. Серед таких: Рухаттін Йазоглу, Бозкурт Гювенч, Доган Аксан, Нермі Уйгур, Доган Гюнай, Маджіт Гьокбек, Шюкрю Уналан, Гьокчен Хастюркоглу та ін.

Рухаттін Йазоглу (2005), пише, що дослідники надавали значення питанню зв'язку мови та культури ще починаючи з 18 ст. Мовознавець неодноразово підкреслює, що мова та культура – це невід'ємні складники, які формують особистість індивіда, який є учасником певного етносу (Йазоглу, 2005). Мова людини – це вплив культури та водночас те, що її формує (Йазоглу, 2005). Цікавим є таке твердження: мова розвивається так само і культура, вони “приспосовуються” один до одного та знаходять зв'язок (Йазоглу, 2005).

Провідними працями у турецькій когнітології вважаються напрацювання Дж. Бозшахіна, Д. Зейрека, З. Алтана. У цих роботах значення надається мові та процесам пізнання у взаємодії.

Д. Зейрек, Ш. Барिश Деміраль присвятили свої дослідження галузі когнітивної граматики, а Ш. Озчалишкан і К. Курт та ін. ведуть свої наукові розвідки у сфері когнітивної семантики.

Принагідно згадати, що турецькі мовознавці також виокремлюють явище “концепт” ключовим у когнітивній лінгвістиці (Дохман, 2022). Однак не досліджують його настільки детально, як звикли ми. Турецькі дослідники пишуть про когнітивну лінгвістику як явище, її витоки, завдання, розвиток та ін., опираючись на зарубіжні праці (Дохман, 2022).

Отже, українські лінгвісти пропонують різні методи дослідження концепту, але найбільш вживаним є метод концептуального аналізу. Зарубіжні – висувають велику кількість методів, де є теорії, сценарії, прототипи тощо. Турецькі мовознавці не розглядають концепти таким чином, а тому й не згадують про методи дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

- Козяр, М. (2016). *Методи дослідження концептів*. Матеріали студентської наукової інтернет-конференції. Вінниця: ТОВ фірма “Планер”.
- Мазепова, О. В. (2011). Дослідження концептів та концептосфери на матеріалі східних мов. *Studia linguistica*, (5), 259–265.
- Розвод, Е. В. (2015). Методи дослідження лінгвокультурних концептів. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. Мовознавство*, (4), 91–96.
- Dohman, Ü. (2022). Kuramsal yönleriyle bilişsel dilbilim. *Uludağ Üniversitesi FenEdebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(43), 1235–1259.
- Yazoğlu, R. (2005). DİL-KÜLTÜR İLİŞKİSİ. *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, 2(5), 123–143.

КРЕОЛІЗАЦІЯ У ТЕКСТАХ КНИГ ДЛЯ САМОРОЗВИТКУ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ

Лисенко С. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Никитченко К. П.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Інформаційний простір сучасної культури можна охарактеризувати як мультимодальний або мультикодовий. Це означає, що його численні усні та письмові компоненти співіснують в єдиному семантичному полі. Ця риса особливо яскраво демонструється на прикладі текстів книг з істотним відсотком креолізації (зокрема книги для саморозвитку, освітня література тощо). Більше того, прийом креолізації виступає у якості вагомого чинника динамізації змісту таких текстів та ефективним інструментом комунікації читача з власне сенсами, змістами та концепціями креолізованих текстів.

За визначенням Білик К. М., термін “креолізація” позначає процес поєднання різних знакових систем (вербальної та невербальної), що “утворюють одне візуальне, структурне, смислове та функціональне ціле”

(2022, с. 7). Візуалізація в тексті певних змістів, або “невербальна комунікація не передбачає використання вербальних засобів; це обмін інформацією без допомоги слів (усних і письмових)” (Романцова, 2021, с. 82). З огляду на вище сказане, переклад таких текстів вимагає особливої уваги та контролю до процесу взаємодії вербального та невербального начал, а це становить неабияку складність для перекладачів.

Креолізація текстів книг для саморозвитку за своєю природою є багатофункціональною, адже поєнує інформативну та мотиваційну функції. Основною метою книг для саморозвитку є досягнення певного впливу на читача та спонукання до цілеспрямованої діяльності та трансформації. Тому перекладач має проявляти особливе “чуття та майстерність – вмінні відчувати мовні форми, гру слів” (Рудь, 2020, с. 7). Креолізація не тільки дозволяє донести певну інформацію або знання, але й покликана спонукати читача до певної дії та навіть трансформації його особистих суджень. Механізмом цього стає синтез вербальних та візуальних компонентів тексту. В числі останніх в першу чергу слід зазначити інфографіки, схеми, діаграми, ілюстрації тощо (Влох, 2013). Працюючи з такими текстами, перекладачі мають звертати особливу увагу не тільки на лінгвістичні, але й на паралінгвістичні особливості тексту.

Проблема розуміння креолізованих текстів та сучасних підходів до їх перекладу потребує комплексного вирішення в поєднанні вивчення лінгвокультурологічного, функціонального та семіотичного аспектів. Сучасні наукові розвідки підкреслюють важливість та багатомірність проблеми еквівалентності перекладу на різних рівнях, зокрема на лексичному та прагматичному.

Перекладацькі стратегії креолізованих текстів можуть включати широку палітру аспектів від повної адаптації (тобто заміна вербальних та візуальних компонентів) до її часткової адаптації, або навіть буквального перекладу зі збереженням вихідних елементів візуалізації тексту оригіналу. Аналізуючи переклади популярних книг для саморозвитку, можна зазначити, що стратегія часткової адаптації переважає. Крім того, переклад книги “Есенціалізм” Грегга Маккеона демонструє приклади, коли перекладач сам вдається до утворення параграфемних елементів, які відсутні в оригіналі. Так, щоб залучити читача до самоаналізу та спонукати до дій, перекладач додає таблицю з пропусками, в яку читач має вписати відповіді на поставлені автором запитання.

Мультимодальний підхід в основі перекладу креолізованих текстів передбачає комплексну взаємодію різних семіотичних систем, що задіяні в тексті. Це дозволяє зберегти прагматичний потенціал оригіналу та створити умови до його адекватного розуміння в перекладеному варіанті.

Для того, аби покращити якість перекладу креолізованих текстів необхідно досліджувати не лише лінгвістичні аспекти, але й враховувати принципи візуальної комунікації та семіотичні й психологічні особливості сприйняття.

Таким чином, креолізація у текстах книг для саморозвитку становить комплексне явище, яке вимагає від перекладача не лише мовної компетенції,

але й розуміння механізмів взаємодії різних семіотичних систем. Подальші дослідження в цій галузі сприятимуть розробці ефективних методик перекладу, що забезпечать збереження інформативної та мотиваційної функцій таких текстів для українського читача, а також підвищать якість перекладних видань з саморозвитку на українському ринку.

Підсумовуючи, важливо наголосити, що креолізація у текстах книг для саморозвитку в контексті їх перекладу є комплексною проблемою, яка вимагає від перекладача не лише мовних компетенцій, але й розуміння механізмів взаємодії різних семіотичних систем. Впровадження ефективних стратегій перекладу, які дозволять зберегти інформативну та мотиваційну функцію оригінальних текстів є актуальним завданням для науковців та перекладачів.

ЛІТЕРАТУРА

- Білик, К. М. (2022). Феномен креолізації у сучасному європейському медіа-дискурсі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 33 (72), № 1 Ч.2, 6–11.
- Влох, Н. М. (2013). Засоби параграфеміки англomовного постмодерністського художнього тексту. *Наукові записки Національного університету “Острозька академія”. Серія: Філологічна*, 36, 111–113.
- Романцова, Я. В. (2021). Паралінгвістичні засоби комунікації. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 47 (2), 82–85.
- Рудь, А. О. (2020). *Особливості перекладу назв книг із саморозвитку й мотивації*. [Кваліфікаційна робота. Сумський державний університет]. Інституційний репозитарій Сумського державного університету. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/81767/1/Rud_mag_rob.pdf

ОСОБЛИВОСТІ ТА СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКЛАДУ ЛЕКСИКИ ВІДЕОІГОР

Лут В. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Пророченко Н. О.

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Локалізація відеоігор - це переклад тексту та озвучення відеоігор мовами, відмінними від оригінальної, а також їх адаптація до інших культур. Юлія Венцковська (2023) зазначає, що ігровий локалізатор – це фахівець, який відповідає за переклад та адаптацію відеоігор і внутрішньоігрових текстів для різних регіональних ринків та культур. Основні обов'язки ігрового локалізатора: переклад і редакція текстів, їхня адаптація до місцевих реалій,

створення глосаріїв та стандартів перекладу для подальших проєктів, співпраця з розробниками.

Успішний переклад відеоігрової лексики потребує урахування культурних реалій та геймплейних особливостей, що дозволяє досягти балансу між точністю та зручністю сприйняття для гравця (O'Hagan & Mangiron, 2013, с. 66). Ключову роль у формуванні відеоігрової лексики відіграють запозичення, оскільки більшість ігор розробляються англомовними студіями, що призводить до глобалізації геймерського сленгу (O'Hagan & Mangiron, 2013, с. 74). Наприклад, слово *loot* (здобич) широко використовується гравцями для позначення предметів, отриманих після перемоги над супротивниками або відкриття скринь. Також популярним є термін *perf* (ослаблення), який означає зниження ефективності персонажа, зброї чи здібності у грі після оновлення балансу. На противагу йому використовується *buff* (посилення), що означає покращення характеристик або здібностей персонажа для підвищення його ефективності у грі.

У створенні ігрового світу та ідентифікації персонажів слід звертати увагу на власні назви – їх переклад може змінювати сприйняття гравцем нарративу (Bogucki, 2013, с. 34). Наприклад, у серії *The Witcher* ім'я головного героя Geralt of Rivia у різних локалізаціях залишається незмінним, щоб зберегти його впізнаваність, тоді як назви місцевостей або істот можуть адаптуватися – наприклад, *Drownier* перекладається як “утопець” в українській версії, що зберігає зв'язок із фольклорними мотивами.

Семантична трансформація лексики відеоігор у процесі перекладу може змінювати сприйняття персонажів, сюжету та атмосфери гри, що вимагає уважного підходу до вибору перекладацької стратегії (Mangiron, 2017, с. 102). Наприклад, у грі *Final Fantasy VII* персонаж Aerith Gainsborough в оригінальній японській версії має ім'я Earisu (エアリス), що в англійській локалізації було спочатку передано як Aeris. Пізніше перекладачі вирішили повернутися до варіанта Aerith, оскільки він краще відображає етимологічний зв'язок із словом *Earth* (Земля) і підкреслює її зв'язок із природою, що є важливою частиною її образу та ролі в сюжеті.

Динамічний розвиток відеоігрової індустрії вимагає постійного оновлення підходів до перекладу та локалізації, зокрема врахування змін у сленгу, жанрових тенденціях і культурних кодах (Diaz-Cintas, 2020, с. 66). Мороз М. П. (2024) зазначає, що навіть найсучасніші системи машинного перекладу потребують участі людини для забезпечення відповідності тексту оригіналу. Це особливо важливо при передачі елементів гумору, сарказму, культурних посилань та ідіоматичних виразів, які часто вимагають ручної корекції.

Вибір між буквального та адаптивним перекладом залежить від жанру гри: в історично достовірних або науково-фантастичних проєктах зберігається термінологічна точність, тоді як у фентезійних світах можлива більша свобода інтерпретації (Perez Gonzalez, 2015, с. 74). Одним із викликів перекладу відеоігор є передача референсів до поп-культури, міфології та історичних подій, оскільки їхнє значення може бути незрозумілим для

цільової аудиторії (Schaler, 2012, с. 67). Наприклад, у гри Smite, яка заснована на міфологічних персонажах, важливим аспектом є передача їхніх імен та характеристик. У деяких локалізаціях імена богів можуть залишатися без змін, щоб зберегти автентичність, як-от Zeus або Anubis, тоді як інші можуть адаптуватися відповідно до традиційного написання у певній мові, наприклад, Cu Chulainn у спрощених перекладах може зазнавати змін через складність вимови. Отже, локалізація є складним процесом, який вимагає від перекладача не лише розуміння мови та культури, а й творчого підходу для збереження оригінального задуму гри та її атмосфери.

ЛІТЕРАТУРА

- Венцковська, Ю. (2023). *За що відповідає ігровий локалізатор і що саме входить до його обов'язків?* DOU Gamedev.
<https://gamedev.dou.ua/articles/11-questions-about-game-localization/>
- Мороз, М. П. (2024). *Глобалізаційний підхід до медіаперекладу: виклики та перспективи*. Волинський національний університет імені Лесі Українки.
- Bogucki, L. (2013) *Areas and Methods of Audiovisual Translation Research*. Peter Lang.
- Díaz-Cintas, J. (2020). *Subtitling concepts and practices*. Routledge.
- Mangiron, C. (2019). *Learning audio description: Training resources for future academics and professionals*. ICONESOF Edizioni – Gruppo Radivo Holding.
- Mangiron, C. (2017). *Research in game localisation*. The Journal of Internationalization and Localization, 4(2), 74–99. John Benjamins Publishing.
- O'Hagan, M., & Mangiron, C. (2013). *Game localization: Translating for the global digital entertainment industry*. John Benjamins Publishing.
- Perez-Gonzalez, L. (2015). *Audiovisual translation: Theories, methods and issues*. Routledge.
- Schaler, M. (2012). *The translation of video games: Theory and practice*. Routledge.

ЛЕКСИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ АДЕКВАТНОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НА МАТЕРІЛІ ТВОРУ “ПІРАТ” ПЕНЕЛОПИ ДЕЛЬТИ

Люлька С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Романенко О. П.**

Доктор філософії

Київський національний лінгвістичний університет

Переклад – це складний механізм інтерпретації та адаптації змісту твору з однієї мови на іншу. Лексичні трансформації є основними у досягненні адекватності перекладу, оскільки дозволяють зберегти значення, стилістичну виразність і прагматичну функцію тексту.

Об'єктом перекладу є не система мови як певна абстракція, а конкретний мовленнєвий твір (текст оригіналу), на основі якого створюється інший мовленнєвий твір іншою мовою (текст перекладу). Досягнення перекладацької еквівалентності вимагає від перекладача вміння здійснювати численні та якісно різноманітні міжмовні перетворення – перекладацькі трансформації.

Сучасні дослідження перекладацьких технік здебільшого ґрунтуються на концепції П. Ньюмарка (Newmark, 1988), що містить такі поняття:

- Трансфер – транскрибування або транслітерація слова мови оригіналу в текст перекладу.

- Натуралізація – адаптація слова мови оригіналу до норм вимови та морфології мови перекладу.

- Культурний еквівалент – заміна культурно специфічного слова мови оригіналу приблизним відповідником у мові перекладу.

- Функціональний еквівалент – використання нейтрального щодо культури слова в тексті перекладу.

- Описовий еквівалент – пояснення значення слова мови оригіналу.

- Компонентний аналіз – порівняння слова мови оригіналу зі словом мови перекладу, яке має подібне значення, але не є очевидним однозначним відповідником, шляхом виділення їхніх спільних і відмінних смислових компонентів.

- Синонімія – використання близького за значенням слова в мові перекладу.

- Дослівний (калькований) переклад – буквальний переклад сталих словосполучень, назв організацій та компонентів складних слів.

- Зсув/транспозиція – граматичні зміни, наприклад, перехід іменника з однини в множину, зміна частини мови або типу речення. (Newmark, 1988)

Актуальність дослідження лексичних трансформацій у перекладі зумовлена необхідністю збереження стилістичних особливостей та культурного контексту оригінального тексту.

У процесі перекладу твору “Пірат” були застосовані різні лексичні трансформації, що передали зміст, стилістику та емоційне забарвлення оригінального тексту. Зокрема, вживалася конкретизація, коли узагальнене грецьке слово замінювалося більш точним українським відповідником. Наприклад, слово *παλιόβολος* (букв. “пустун, бешкетник”) у певному контексті перекладалося як “неслухняний хлопчисько”, що краще передає характеристику персонажа. Генералізація, навпаки, застосовувалася у випадках, коли точний відповідник міг звучати неприродно: так, грецьке *περιβολάρης* (конкретно “садівник”) у деяких випадках передавалося узагальненим “робітник”. Модуляція використовувалася для зміни перспективи вираження думки: наприклад, фраза *Δεν παίζω μαζί σου!* (“Я не граю з тобою!”) в українському перекладі могла бути передана як “Я не маю з тобою справ!” для більш природного звучання. А також речення “*Ακόμα χειρότερο. Φοβάσαι να το πεις μπροστά του και το λες πίσω του*” було перекладено як “Боїшся сказати йому в очі, а говориш за його спиною.”

Тут використовується модуляція, коли розвинуте вихідне значення для досягнення кращої природності в українському контексті. Також у реченні “Μ’ έναν πῆδο βρέθηκε στην πόρτα, κατέβηκε κουτρούβαλιστά” застосовується конкретизація, передаючи образ “**κουτρούβαλιστά**” як “перекидаючись”. Перестановка часто застосовувалася в складних реченнях, де змінювався порядок слів для збереження української граматики: **Ο Λουκάς έγραψε στο τετράδιό του** (“Лукас написав у свій зошит”) могло стати “Лукас зробив запис у зошиті”. Також використовувалася елімінація, коли певні зайві деталі прибиралися для уникнення перевантаженості тексту, або додавання, щоб зробити певні моменти зрозумілішими для українського читача. Такі трансформації дозволили зберегти атмосферу твору та зробити його переклад більш природним і доступним.

ЛІТЕРАТУРА

- Newmark, P.A. (1988) A textbook of translation. Hertfordshire. Prentice Hall International.
- Catford, J. C. (1965). A linguistic theory of translation (Vol. 31). London: Oxford university press.

МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ НАЗВ КАВ'ЯРЕНЬ ДАРНИЦЬКОГО РАЙОНУ М. КИЄВА

Макаренко С. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Заскалета В. П.

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Назви кав'ярень є важливим елементом онімного простору Києва. Серед різних закладів вони вирізняються численністю, адже кав'ярні належать до малого бізнесу, потребують відносно невеликих коштів, а продукція цих закладів і їхні послуги коштують відносно недорого й “по кишені” багатьом мешканцям столиці. Їхнім назвам властива певна строкатість: мотиваційна, графічна, структурна і семантична.

Ергоніми, до яких і належать назви кав'ярень, часто виступають товарним знаком і в будь-якому разі спрямовані на привернення уваги споживача до бренду. Вдала назва кав'ярні має повідомляти реципієнту про призначення закладу, привертати його увагу – бути неординарною, викликати передусім цікавість та приємні асоціації, таким чином спонукаючи відвідати його, здійснити покупку, легко запам'ятовуватися, щоб покупець міг рекомендувати конкретну кав'ярню своїм рідним, знайомим, друзям, колегам. Перелічені вище функції втілені в аналізованих онімах найбільшою мірою саме завдяки їхній семантиці.

Ми проаналізували 200 назв кав'ярень Дарницького району м. Києва. За будовою (структурою, компонентним складом) ці назви можна поділити на однокомпонентні (складаються з одного слова, наприклад “Карамель”, “Турка”), двокомпонентні (складаються із двох слів, наприклад “Бадьорий кіт”, “Кавовий дворик”, “Тарасова ніч”) і трикомпонентні (складаються із трьох слів, наприклад “Кава на двох”, “GRKY Espresso Bar”).

Однокомпонентні назви утворено переважно лексико-семантичним способом. За семантикою мотиваційної основи ці оніми поділяємо на такі групи:

- назви солодошів: “Карамель”, “Мармелад”, “Strudel”, “Cinnabon” (булочка з корицею). Мотивація таких назв цілком закономірна, адже каву зазвичай п'ють із цукром чи із чимось солодким;

- назви абстрактних понять – семантично нейтральних, як-от “Вимір”, чи з позитивною семантикою, наприклад “Дружба”, “Мрія”;

- позначення місця: “Kinnata”, “Закуток” (каву п'ють часто на самоті, удвох чи у складі невеликих компаній людей, а приміщення кав'ярень невелике), “Balkony” (деякі кавомани люблять пити каву на балконі), “Небо” “Baza”;

- назви предметів: “Турка”, “Бінокль”, “Кавоварка”, “Fresca”. З-поміж таких онімів найбільш умотивованими вважаємо оніми на кшталт “Турка”, “Кавоварка”, тому що турка – це посудина для приготування кави потурецьки. Отже, мотивація такої назви кав'ярні цілком прозора, а тому зрозуміла шанувальникам кавового напою. Очевидно, свою мотивацію мають і інші назви, проте вона відома лише власникам кав'ярень, оскільки, на наш погляд, назва на кшталт “Бінокль” ніяк не пов'язана з уживанням кавового напою. Зауважимо, що шансів запам'ятатися відвідувачами у кав'ярні “Бінокль” не менше ніж в інших кав'ярень, які мають незатемнену мотивацію, саме завдяки певній парадоксальності як для назви кав'ярні;

- субстантивовані назви ознак, наприклад “Вільна”, “Яскрава”, “Горький”, “Sweeter”, “Місцеві”; “Pacific”.

З-посеред онімних синтаксем (утворених на основі атрибутивного синтаксичного зв'язку) передусім виокремлюємо такі групи:

- із залежним компонентом – присвійним відантропонімним прикметником, наприклад “Тарасова ніч”;

- із залежним компонентом – іменником – власною назвою у родовому відмінку, наприклад “Філіжанка Вольтера”;

- із залежним компонентом – якісним прикметником, наприклад “Бадьорий кіт”, “Brown cup”, “Green Kava”, “Red coffe”;

- із залежним компонентом – відносним прикметником, наприклад “Кавова шафа”, “Кавовий дворик”, “Київська кав'ярня”.

Якщо ж характеризувати онімні синтаксеми за семантикою, то їх можна чітко диференціювати на дві групи: 1) назви, так чи інакше пов'язані з кавою і 2) назви, ніяк не пов'язані з кавою.

До першої групи відносимо такі підгрупи онімів:

- спосіб уживання кави: “Кава на двох”;

- різновид кави: “Aroma kava”, “Zefir coffe”; “Зебра кава”;

- заклад, у якому п'ють каву: “Київська кав'ярня”, “GRKY Espresso Bar”;
 - місця, предмети, пов'язані з кавою: “Кавова шафа”, “Кавовий дворик”;
- До другої групи відносимо такі підгрупи онімів:
- назви тварин: “Бадьорий кіт” (за твердженням кавоманів, кава їх бадьорить);
 - назви абстрактних понять: “Твій час” (людина часто п'є каву, відпочиваючи від роботи, тобто тоді, коли виділяє час і на себе).
- Отже, назви київських кав'ярень з погляду мовних особливостей – структури, умотивованості, графічної фіксації, семантики твірної бази – різноманітні і репрезентують креативність їхніх авторів.

ЛІТЕРАТУРА

- Бортун, К. О. (2024). Сервісоніми міста Вінниці: відображення інфраструктурної та соціокультурної специфіки у мові міських назв. *Закарпатські філологічні студії*, 33 (1), 19–23.
<https://surl.li/wffoeec>
- Гримашевич, Г. І., & Кравцова, А. (2014). Ергоніми міста Житомира як елемент реклами. *Студентські лінгвістичні студії*, 5, 67–70.
<https://surl.li/clgzwn>
- Зимовець, Г. В. (2019). Мовна компресія в ергонімії: чинники та форми вияву. *Мовознавство*, 3, 25–37.
<https://surl.li/exljha>

СТИЛІСТИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ У ПЕРЕКЛАДІ МЕМУАРІВ ЯК СПОСІБ ВІДТВОРЕННЯ АВТОРСЬКОГО СВІТОГЛЯДУ

Маленька О. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Галич О. Б.,**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київського національного лінгвістичного університету

Мемуари є особливим жанром літератури, що поєднує документальність із суб'єктивною рефлексією, передаючи унікальний світогляд автора (Мазур, 2013). Вони містять багаторівневі когнітивні та емоційні структури, через які автор осмислює власний досвід і взаємодію з навколишнім світом. Переклад таких текстів є складним процесом, адже він має зберігати не лише змістовий рівень, а й відтворювати індивідуальний стиль автора, його емоційний стан та особистісне сприйняття реальності. Перекладач повинен передати всі стилістичні особливості мемуарів, забезпечуючи природність викладу в іншій мовній та культурній системі.

Стилістичні засоби у мемуарах виконують важливі функції, що впливають на їхній переклад. Насамперед, вони додають емоційної експресії

тексту, що допомагає передати глибокі почуття та внутрішній стан автора. Окрім того, вони акцентують увагу читача на ключових моментах, які мають особливу значущість для оповідача. Також стилістичні засоби формують сприйняття та емоційну реакцію читача, наближаючи його до авторського бачення. Відтворення стилістичних засобів у перекладі має базуватися не лише на формальній точності, а й на передачі їхньої домінантної функції, яка забезпечує художньо-емоційний вплив на читача (Борисова 2017). Це означає, що перекладач має не просто знайти лексичні відповідники, а й створити ті ж самі комунікативні ефекти, що є характерними для оригінального тексту.

У мемуарному письмі епітети, метафори, порівняння, емоційно забарвлені слова, архаїзми, історизми, реалії, риторичні запитання та еліптичні конструкції відіграють важливу роль у відтворенні образності та емоційності тексту. Епітет є одним із різновидів словесних образів, що належать до найважливіших категорій індивідуально-авторського стилю письменника (Онопрієнко, 2000). Один із ключових способів перекладу епітетів – це прямий переклад, якщо він зберігає стилістичну функцію. У випадках, коли це неможливо, застосовується адаптація або описовий переклад, що дозволяє знайти еквівалентний вираз із подібним стилістичним ефектом у мові перекладу. Якщо епітет має культурно специфічний характер, він може бути перекладений з урахуванням особливостей сприйняття читачами цільової культури.

Переклад метафор та порівнянь у мемуарному жанрі вимагає уважного підходу, оскільки ці засоби додають тексту виразності й емоційної глибини. Перекладач має знайти баланс між збереженням образності оригіналу та зрозумілістю для цільової аудиторії (Борисова 2017). Один із основних способів перекладу – це прямий переклад метафори чи порівняння, якщо їхнє значення є універсальним або зрозумілим у культурному контексті мови перекладу. Інший підхід – заміна на еквівалентну метафору або порівняння, характерне для мови перекладу, або описовий переклад, що пояснює значення образу. Культурно специфічні метафори або порівняння можуть бути адаптовані, щоб полегшити їх зрозумілість для аудиторії цільової мови.

Ключовим аспектом перекладу мемуарів є збереження культурно маркованих реалій, що безпосередньо впливають на сприйняття авторського світогляду (Авдеєнко, 2014). У мемуарах принца Гаррі “Запасний” зустрічаються терміни, пов’язані з британськими традиціями, військовою термінологією та королівським етикетом, які можуть не мати прямих відповідників в українській мові. Вибір між транскрипцією, калькуванням чи описовим перекладом має бути виваженим, щоб не лише передати значення, а й зберегти атмосферу оригіналу.

Психолінгвістичний підхід до аналізу мемуарів дозволяє виявити, як автор використовує мову для конструювання власного образу (Бацевич, 2004). У мемуарах “Запасний” принц Гаррі застосовує повтори, зміну часових площин та фрагментарний стиль для створення ефекту потоку свідомості. Ці особливості важливо зберегти в перекладі, щоб занурити читача у те саме відчуття автентичності та емоційної глибини.

Окрім мовного аналізу, мемуари мають значення як історичне джерело. Вони є не лише носіями особистих переживань, а й важливим інструментом біографічних досліджень (Любовець 2015). Перекладач у цьому контексті відіграє роль посередника, який транслює не лише мовні, а й культурні, емоційні та історичні аспекти.

ЛІТЕРАТУРА

- Авдеєнко, Т. (2014). Лінгвокультурологічні особливості англійських мовних реалій. *Науковий журнал*, 9, 9–14.
- Борисова, О. (2017). Відтворення стилістичних засобів у контексті сприйняття україномовним читачем. *Філологія*, 176.
- Бацевич, Ф. (2003). *Основи комунікативної лінгвістики*. Монографія.
- Любовець, Н. (2015). Мемуари (спогади) як джерело біографічних досліджень. *Вісник Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*, 31(4), 277–291.
- Мазур, Н. В. (2013). Лінгвістичний аналіз мемуарного тексту. *Філологічні студії*, 9, 76–581.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ НА МАТЕРІАЛІ БРИТАНСЬКОГО СЕРІАЛУ “THE CROWN”

Марцинишена О. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Подсєвак К. С.**

Кандидат філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

Фразеологізми є невід’ємною частиною будь-якої мови, оскільки вони відображають культурні особливості, історичний контекст та унікальну мовну картину світу. Вони відіграють важливу роль у комунікації, передаючи не лише основне значення, але й емоційне забарвлення, стилістичні особливості та соціокультурний підтекст. У процесі перекладу англійських фразеологізмів українською мовою виникає низка викликів, пов’язаних із передачею їхнього значення, стилістичного забарвлення та культурної специфіки. Одним із цікавих джерел для аналізу є серіал *The Crown*, який містить велику кількість фразеологічних конструкцій, характерних для британської англійської.

Переклад фразеологізмів – одне з найскладніших завдань перекладознавства, оскільки вони мають стійку структуру та часто не піддаються буквальному перекладу. Основні проблеми, що виникають при перекладі англійських фразеологізмів українською мовою, включають відсутність прямих відповідників у мові перекладу, культурну специфічність фразеологізмів,

що відображає історичні, політичні та соціальні реалії країни, необхідність збереження стилістичного та емоційного забарвлення виразу, а також відмінності у мовній картині світу між англійською та українською мовами. Для ефективного перекладу перекладачі використовують різні методи адаптації фразеологізмів, намагаючись знайти баланс між збереженням змісту та природністю звучання перекладу (Алієва & Костик, 2023).

Одним із найбільш точних підходів є еквівалентний переклад, коли використовується український фразеологізм із подібним значенням та стилістичним забарвленням. Інший метод – калькування, яке передбачає буквальний переклад складових частин фразеологізму, хоча це може призвести до штучного звучання. Коли в українській мові відсутній прямий еквівалент, використовують описовий переклад, що передає зміст виразу через роз'яснення. Також ефективним методом є адаптація, коли перекладач добирає такий вираз, який найкраще відповідає українській культурній традиції. У деяких випадках можливе опущення або компенсація, коли фразеологізм не перекладається дослівно, а його значення компенсується в іншій частині тексту. (Богайчук, 2021).

Серіал “The Crown” містить значну кількість фразеологізмів, що часто відображають специфіку британської культури та аристократичного середовища. Для відтворення такої специфіки застосовано низку способів перекладу:

- **еквівалентний переклад:**

“*Love is blind.*” – “*Любов сліпа.*” (Morgan, 2016–2023). Використання еквівалентного фразеологізму українською мовою найточніше відображає його семантичне значення, що дозволяє досягти адекватності перекладу.

- **описовий переклад**

“*I was wondering if you would consider **stepping into my shoes**, so to speak.*” (Morgan, 2016–2023) – “*Я подумав, чи ти не **заміниш мене**, так би мовити.*” [у королівському турне]. Описовий переклад є доцільним у цьому випадку, оскільки передає значення фразеологізму, що неможливо при буквальному перекладі. Крім того, використання описового перекладу знімає стилістичні труднощі сприйняття інформації.

“*Chin up!*” (Morgan, 2016–2023) – “*Не **втрачайте надію!***” [звернення до Його Величності Георга VI]. Цей приклад застосування описового перекладу демонструє намагання перекладача підкреслити стратегію підбадьорення лікарем короля Георга VI після операції на легенях. Більш розмовний фразеологічний вислів англійською мовою перекладено більш стилістично нейтрально, що відображає різницю у соціальному статусі, при цьому збережено загальне значення виразу.

- **адаптація:**

“*Keep a **stiff upper lip!***” (Morgan, 2016–2023) було б незрозумілим у буквальному перекладі як “Тримай верхню губу жорсткою”, тому було адаптовано як “*Тримайся **гідно!***”.

“*Throw in the towel.*” (Morgan, 2016–2023) перекладено як “*Здатися без **бою***”, що зберігає загальну ідею виразу.

- **компенсація:**

Вислів “*To beat about the bush*” (Morgan, 2016–2023) перекладається як “*Ходити навколо теми*”, що відповідає змісту, хоча і не є буквального передачею.

Аналіз перекладів у серіалі *The Crown* показує, що перекладачі використовують різні стратегії залежно від контексту та особливостей мовлення персонажів, що дозволяє досягти найбільш точного та природного відтворення значення. Переклад англійських фразеологізмів є складним процесом, що вимагає глибокого розуміння мовної картини світу, культурного контексту та стилістичних особливостей мовлення. У випадку серіалу *The Crown* найбільш поширеними методами є еквівалентний переклад та адаптація, оскільки вони дозволяють зберегти стилістику та виразність мовлення. Водночас, у деяких випадках доцільно використовувати описовий переклад або компенсацію, якщо фразеологізм не має прямого відповідника.

ЛІТЕРАТУРА

- Алієва, А. Д. & Костик, Є. В. (2023). Особливості перекладу англійських ідіом. *Nova filologia*, 89, 9–14.
- Богайчук, О. С. (2021). Лексичні трансформації в перекладі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, 2 (49), 143–146.
- Morgan, P. (2016–2023). *The Crown* [TV series]. Left Bank Pictures, Sony Pictures Television.

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З АНТРОПОНІМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВАХ

Марченко О. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Рубан В. О.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Як відомо, фразеологічний склад мови є одним із найважливіших критеріїв визначення національної картини світу. Кожна мова визначається своєю оригінальною фразеологією, що пов'язано з неповторністю побуту, звичаїв, культури, та й загалом менталітету народу. Кожен фразеологізм був колись вільним словосполученням, який згодом набув переносного значення: *біла ворона чепурить пір'я* та у такому вбранні вона була білою вороною серед нас. Одним з поширених джерел виникнення фразеологізмів є запозичення: *c'est la vie – таке життя*. Вивчення національно-культурної специфіки окремих народів є актуальним напрямом наукових досліджень. За Мірошником (2023), такі розвідки зазвичай користуються надбаннями антропоцентричної лінгвістики, де центральним об'єктом дослідження є людина, тож через понятійні значення вчені передають уявлення соціуму про

категорію класу об'єктів. У даній розвідці було досліджено за допомогою компаративного методу саме антропонімічний компонент фразеологізмів в українській та французькій мовах (Мірошник, 2023).

Насамперед ми визначили найпоширеніші антропоніми, які використовують українці та французи. Розглядаючи власне українські та французькі імена ми визначили, що в українській мові фігурують найчастіше такі одиниці – *Пилип, Гриць, Сірко* (як *Пилип з конопель, до роботи в Гриця порвані чоботи, оце пара – Гриць і Тамара, як Сірку муху з'їсти*), тоді як у французькій – *Jacques, Martin, Paul* (*Jacques a dit, Boire comme un Martin, prêtre Martin, Paul et Jacques*). Можна виділити чимало антропонімів на позначення впертості, балакучості або недотепності – *Стецько, Омелько, Хвеська, Химка, Хведько*: *дурний як Стецько(Омелько), балакуча Хвеська*, у французькій мові в такому контексті найчастіше використовують ім'я *Jean*, або *Jacques*: *quand Jean bête est mort, il a laissé bien des héritiers, Gros-Jean, faire le Jacques*. Можна припустити, що в такому негативному контексті в українській мові ці антропоніми використовуються завдяки флективності мови, а причина вживання французьких імен ховається в ареалі поширення вищезазначених імен.

Імена історичних постатей з різними етапами та подіями в розвитку народу та усього людства звертають увагу на важливі віхи в українській й французькій історії та культурі. Українці зазвичай використовують власні імена гетьманів, козаків, возвеличуючи їх: *від Богдана до Івана не було гетьмана; славний козак Максим Залізняк, бив панів звичайно так; як Сагайдачний з військом*. Відомі радянські імена фігурують в українських фразеологізмах у зневажливому плані: *бреше як Троцький*. Уживання антропонімів французьких відомих історичних постатей пов'язані насамперед із описом рис характеру, які були притаманні цим постатям, або з їхніми вчинками, що залишили величезний слід в історії Франції: *verre d'eau de Bossuet, mot de Cambronne, signé Canrobert, tranquille comme Baptiste*.

Біблеїзми однаковою мірою фігурують як в українській, так і у французькій фразеології. Для наочного прикладу було обрано поширений біблеїзм *Адам*: *nous sommes tous parents en Adam – Адамові діти, être de la côte d'Adam – народитися з ребра Адама, dans le costume d'Adam – голий як Адам*. Однак у французькій мові цей антропонім має частіше вживання: *se servir de la fourchette du père Adam, le peigne d'Adam, du père d'Adam, parent du côté d'Adam*.

Отже, при вживанні антропонімів в українських фразеологізмах більше уваги звертають на їхню форму, а французи – на поширеність цих антропонімів. Історичні події та відомі постаті немало вплинули на виникнення фразеологізмів, де використані антропоніми посиляються на звичай, подвиги та риси характеру творців історії. Біблеїзми зазвичай є загальноживаними як в українських, так і у французьких фразеологізмах, тому що релігія має однаково цінність для обох народів й збагачує їхній фразеологічний склад. Антропоніми у фразеологізмах ще недостатньо досліджені, особливо у компаративному аспекті, оскільки він зачіпає багато

національних, історичних, психологічних та філософських питань, а тому є перспективним для подальших наукових пошуків.

ЛІТЕРАТУРА

- Байдацька, Г. Й. (2022). *Власні імена осіб у складі фразеологічних одиниць (на основі фразем польської та української мов)*.
- Білоноженко, В. М., Гнатюк, І. С., Дятчук, В. В., Неровня, В. Н., & Федоренко, Т. О. (2003). *Словник фразеологізмів української мови*. Наукова думка.
- Герасимчук, В. А. (2005). *Власні імена в українських фразеологізмах*. Дивослово.
- Копровська Х. М. (2022). *Турецькі фразеологізми з компонентом-онімом: семантико-граматичний і культурно-специфічний аспекти*.
- Кочерган, М. С. (2001). *Вступ до мовознавства*. Академія.
- Лаухіна, І. С. (2022). Структура французьких апелятивів, що походять від власних назв. *Закарпатські філологічні студії*.
- Мірошник, С. О. (2023). Антропоніми в англійських фразеологізмах: історично-типологічний аспект. *Закарпатські філологічні студії*. Гельветика.
- Хмара В. В. (2019). Зіставний аналіз власних імен у складі фразеологічних одиниць у західногерманських та східнослов'янських мовах. *Закарпатські філологічні студії*.
- Mejri, S. (2012). *La phraséologie en français*. Université de Paris.

ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГОВІРКИ СІЛ ОРЯВА І ДОВЖКИ СТРИЙСЬКОГО РАЙОНУ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Маслиган О. Р.

*Путрівський академічний ліцей
Глевахівської селищної ради Київської області
Науковий керівник: Педенко Ю. П.
Вчитель вищої категорії
Путрівський академічний ліцей
Глевахівської селищної ради Київської області*

Будь-яка природна національна мова – це сукупність своїх територіальних діалектів, кожен з яких має власні ресурси, характеристики, традиції. Доба постмодерну й постправди змушує таке багатоманіття відступати. Цю тенденцію в Україні посилила велика російсько-українська війна, особливо після 2022 року, адже крім глобальних чинників, впливають і внутрішні, зокрема вимушена іміграція, переселення людей в межах країни, що активізувало процеси змішування, нівелювання регіональних мовних рис. І молоде покоління тяжіє до мейнстрімної культури, що відбувається часто за рахунок рідної мови.

У цих умовах головним, критично важливим завданням є збереження діалектів, говірок як виразників національної ідентичності, як маркерів

простору побутування української мови в її різноманітті, як дієвого способу захисту мови, історії та культури загалом.

Досліджувані села Орява і Довжки розташовані на території поширення карпатської групи говорів, а саме бойківського. Унікальність бойківських говірок полягає в збереженні архаїчної лексики. Субдіалекти є винятковими, тому можливо простежити відмінність лексики у межах сусідніх сіл.

Особливої уваги діалектологи надають дослідженню лексики говорів, бо саме лексичний рівень мови найшвидше реагує на будь-які зміни, запозичення з інших мов.

Словниковий склад мови найповніше відображає особливості побуту, традиції, культуру регіону, тому важливо дослідити і зберегти особливості лексики кожного регіону України як ознаку української ідентичності.

Як зазначає П. Гриценко (Українська мова : енциклопедія, 2000/2004), “лексичні діалектизми – найчисельніша група діалектизмів” (с. 148), тому мають додаткову диференціацію. У сучасному мовознавстві виділяють 1) власне лексичні, або словникові, 2) етнографічні, 3) лексико-семантичні.

Найпоширенішими є власне лексичні діалектизми, бо на позначення того самого предмета, явища, поняття в говорах вживаються різні слова, тобто мають спільне значення з літературним відповідником, проте звучання не збігаються: *ка́м'янка, му́ренділь, сту́дня*.

Діалектні лексеми говірок сіл Орява і Довжки можна класифікувати на основі спільності значень, виділивши ряд лексико-семантичних груп. Зафіксовано лексеми, які вживають у говірках обох сіл і ті, що поширені лише в одному з них. Уживання однакових діалектизмів пояснюється належністю сіл Орява і Довжки до ареалу поширення бойківського діалекту. Також відмінності у говірці є яскравим прикладом унікальних можливостей мовотворення групи людей, об'єднаної територіально.

Вибірку лексичного матеріалу для дослідження здійснювали під час спілкування з мешканцями сіл Орява і Довжки різного віку та рівня освіти за допомогою змодельованих ситуацій, розроблених на основі програми для збирання лексичного матеріалу Й.О Дзендзелівського (1987).

Зібрані діалектизми здебільшого належать до сільськогосподарської тематики. Досліджувану лексику можна класифікувати на основі спільності значень, розподіливши на десять лексико-семантичних груп: назви знарядь праці/будівництва (*ба́втя; бига́рь*), назви будівель і їх частин (*коцьо́лок; п'яцо́к*), назви елементів, конструкцій з дерева (*ві́блиця; драпа́чка*), ландшафтні назви (*обі́чка; за́города*), назви предметів домашнього вжитку, котрі у свою чергу були поділені на дві підгрупи: назви посуду (*кльо́ш; ві́варка*) та назви кухонного начиння (*ко́фля; ва́ріха*), назви одягу, взуття, прикрас (*шві́нки; до́вбанці*), назви продуктів харчування, страв (*ба́грінка; па́молотка*), назви тварин (*бузьо́к; о́гір*), назви рослин (*бу́льба; хруста́вкі*), експресивні слова (*ба́раба; ба́хур*).

Варіативність та багатство лексики ілюструють системні відношення. Серед них у наявній вибірці можемо виділити синонімію (*ка́м'янка, хруста́вкі*), антонімію (*кі́лавий, мо́цний*), омонімію (*ва́ріха, ро́сохи*) та

гіперо-гіпонімію (*яфину* – *ка́м'янка*). Зазначимо, що найпоширенішими є синонімія та гіперо-гіпонімія. Додатково у зібраній лексиці було прослідковано запозичення із польської та німецької мов. Це пояснюється історичним передумовами та географічним розташуванням сіл Орява і Довжки.

У час війни не лише за свої території, але й за питання власного екзистенційного виживання нації, українці як ніхто інші мають повертатися до своїх коренів та джерел. Діалекти – початкова форма нашого мовлення, його природний стан. Формування української літературної мови напряму постає із витоків сільських говірок й діалектів.

У селах Орява та Довжки Стрийського району Львівської області помітне стабільне зниження кількості населення, що зумовлює поступовий занепад їхніх говірок. Частина мешканців, які переїжджають до міст, асимілюють рідну говірку з літературною мовою, що також зумовлює її рідше використання. Так поступово втрачаються автентичні риси регіонального мовлення. Досить часто мовні особливості невеликих населених пунктів не зафіксовано й не досліджено.

ЛІТЕРАТУРА

Дзендзелівський, Й.О. (1987). *Програма для збирання матеріалів до лексичного атласу української мови*. (2-ге вид.). Наукова думка.

Українська мова : енциклопедія (2-ге вид.). (2004). “Українська енциклопедія” ім. М. П. Бажана. (Оригінал опубліковано 2000 р.).

АВТОРСЬКІ НЕОЛОГІЗМИ ДЖ. РОУЛІНГ ТА ЇХ КИТАЙСЬКІ ЕКВІВАЛЕНТИ В РОМАНІ “ГАРРІ ПОТТЕР ТА ФІЛОСОФСЬКИЙ КАМІНЬ”: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АНАЛІЗ

Матюк М. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Беля В. В.**

Кандидат філософських наук

Київський національний лінгвістичний університет

Оказіоналізми, авторські неологізми, авторські новотвори (від лат. *occasionalis* – випадковий) – це авторські неологізми, які використовуються за правилами словотвору лише в умовах певного контексту, як лексичний засіб художньої виразності (Сеньків, 2015).

Такі новоутворення відрізняються від інших неологізмів тим, що вони є цілеспрямованим творчим продуктом окремого автора, а не результатом природного розвитку мови чи наукової необхідності. Переклад таких неологізмів – складне завдання, адже вони часто утворюються на основі словотворчих моделей, характерних для оригінальної мови, можуть містити

міжкультурні посилання, тому важливо аналізувати їхню структуру, функції в тексті та зважати на лінгвокультурний аспект перекладу. Серед функцій авторських неологізмів у романі “Гаррі Поттер і філософський камінь” нам вдалось виділити номінативну, імітаційну, гумористичну, креативну, експресивну. У процесі нашого дослідження ми розподілили неологізми на відповідні категорії: імена персонажів, місця, магичні предмети, терміни, Квідич, заклинання, магичні істоти та професії.

Найбільшу частку становлять імена персонажів (45.7 %), багато з них створені шляхом поєднання англійських та латинських коренів, наприклад: Albus Dumbledore (Албус Дамблдор) складається з частин: “Albus”, що походить від латинського “білий”. “Dumbledore” є старим англійським словом, що означає “джміль”, це метафора для опису характеру персонажа – активний, як бджола, яка постійно працює на благо інших. До категорії місць (11.1 %) ми віднесли: Hogwarts (Гогвортс) утворений із частин “hog” – англійське слово, що означає “кабан” та “wart(s)” – бородавка. У категорію магичних предметів (9.9 %) ми віднесли: Sorting Hat – Сортувальний капелюх, що розподіляє учнів школи магії по факультетах. До категорії магичних термінів (8.6 %) ми віднесли: muggle – магл, людина, яка не займається магією, The Daily Prophet – Щоденний пророк, газета магичного світу. До категорії Квідич (8.6 %) ми віднесли терміни, які пов’язані із цією грою: Golden Snitch – Золотий сніч, золотавий невеликий м’яч з срібними крильцями, який потрібно впіймати під час гри. У категорію заклинань (7.4 %) ми віднесли: Alohomora – заклинання для відкривання дверей. Утворене від гавайського “aloha” – прощай і латинського слова “mora” – перешкода. До категорії магичних істот (4.9 %) ми віднесли: Hedwig – Гедвіга, сова Гаррі Поттера, що допомагає доставляти листи. До категорії магичних професій (3.7 %) входить: Keeper of Keys and Grounds – ключник і лісничий (Рубеус Герпід).

При перекладі авторських неологізмів з англійської на китайську мову використовуються відповідні стратегії: фонетичні запозичення, калькування, гібридні запозичення, семантичні запозичення, індуковані новоутворення та незв’язні запозичення.

Шляхом фонетичного запозичення були утворені такі неологізми: Harry Potter (Гаррі Поттер) – 哈利波特 Hālì Bōtè, Gryffindor (Грифіндор), Hufflepuff (Гафелпаф), Ravenclaw (Рейвенклов) та Slytherin (Слизерин): 格兰芬多 Gélánfēnduō, 赫奇帕奇 Hèqípàqí, 拉文克劳 Lāwénkèláo, 斯莱特林 Slàitèlín.

Спосіб калькування: The Daily Prophet (Щоденний пророк) – 预言家日报 yùányǎ jiārìbào. Слова “prophet” та “daily” мають китайські відповідники, 预言家 yùányǎ jiā – пророк та 日报 rìbào – щоденна газета.

Гібридні запозичення: Nearly Headless Nick (Майже-Безголовий-Нік) – 差点没头的尼克 chàdiǎn méitóu de Níkè, “nearly” та “headless” це 差点 chàdiǎn – майже, 没méi – не мати та 头tóu – голова, а ім’я “Nick” зберігає звучання оригіналу.

Семантичні запозичення: Chamber of Secrets (Таємна кімната) у китайській мові має вже існуючий відповідник – 密室 mìshì.

Індуковані новоутворення: Fang (Іклань) – 牙牙 yáyá. Англійське слово “fang” – ікло було замінено китайським еквівалентом 牙 yá – зуб. Mudblood (бруднокровний) – 泥巴种 níba zhǒng, образливе позначення магла-чарівника, людина, що народилась не в родині чаклунів. “Mud” перекладається китайським еквівалентом 泥巴 níba – болото, а слово “blood” було замінено китайським 种 zhǒng – вид.

Незв’язні запозичення: You-know-who (Той-Кого-Не-Можна-Називати) китайською: 神秘人 shénmì rén. Частка 神秘 shénmì – містичний, загадковий та 人 rén – людина. Scabbers (Пітер Петирпу) китайською: 斑斑 Bānbān. Англійський варіант утворився від слова “scab” – короста, а китайські перекладачі продублювали 斑 bān – пляма.

Таким чином, можна зрозуміти, що переклад авторських неологізмів є складним процесом, який потребує балансу між збереженням стилістичних особливостей тексту і його адаптацією до культурних норм цільової аудиторії.

ЛІТЕРАТУРА

- Rowling, J. K. (1998). *Harry Potter and the Philosopher's Stone*. Bloomsbury.
- Rowling, J. K. (2000). 哈利·波特与魔法石 (马爱农, Trans.). 人民文学出版社.
- Роулінг, Дж. К. (2002). *Гаррі Поттер і філософський камінь* (В. Морозов, Пер.). А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА.
- Сеньків, О. М. (2015). Індивідуально-авторське словотворення у творах жанру фентезі. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія “Філологічні науки”*. Мовознавство, 3, 238–244.

ОМОНІМІЯ ТА ПОЛІСЕМІЯ ЯК ОСОБЛИВІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В ЯПОНСЬКІЙ МОВІ

Медовкіна М. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Геворгян К. Л.

Доктор філософії, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Впродовж історії формування японської мови китайська досить довго мала значний вплив на лексичну, фонетичну та морфологічну структури, що сприяло великій кількості запозичень, зокрема китайських коренів й це стало основним джерелом омонімії. Щодо іншої, не менш важливої семантичної категорії – полісемія це несприятливе явище для перекладачів й потребує розуміння контексту, але є досить характерним для японської мови, як для термінологічних одиниць, так і літературних.

Омонімія (同音異義 /до:онігі/) – це мовне явище, при якому слова мають однакове звучання, але різне написання, у випадку японської мови – різний ієрогліфічний запис. Омоніми є доволі поширеним явищем в японській через велику кількість запозичень з китайської та європейських мов, два та

більше читань у одного ієрогліфа, своєрідну фонетику мови, тощо. Найбільш поширеним типом омонімів в японській лексиці є омофони.

Омофони (同音異綴語 /до:онітецуго/) – слова, що звучать однаково, але мають різне написання.

До прикладу: 経済 /кейзай/ економіка – наукова дисципліна, яка відіграє важливу роль у житті людини й суспільства пов'язана з виробництвом, обміном, розподілом і споживанням життєвих благ:

刑罪 /кейзай/ кримінальне правопорушення, 径材 /кейзай/ діаметр сировини, 軽罪 /кейзай/ незначне правопорушення.

Валюта 通貨 /цу:ка/ – грошова одиниця певної країни: 通過 /цу:ка/ транзитний рух через щось, 通家 /цу:ка/ близькі родинні стосунки, つか /цу:ка/ скажімо (розмовний варіант).

Менеджмент 経営 /кейей/ - вид фахової діяльності; система управління бізнесом: 形影 /кейей/ нероздільні речі, 継泳 /кейей/ замахання з плавання, 警衛 /кейей/ охорона.

Омографи (同字異語 /до:джііго/) – слова, що пишуться однаково, але мають різне звучання. Це явище є менш поширеним в японській мові, наприклад: ринок (економічний) 市場 /шіджьо:/ – інституція, що сприяє взаємодії покупця і продавця, а також забезпечує економічне зростання шляхом врегулювання цін на товари й послуги: 市場 /ічіба/ базар.

Однак існують ще, так звані омографи-синоніми: 競売 /кьо:бай/ і 競売 /кейбай/ мають однакове значення – аукціон – публічні торги на конкурсній основі з метою продажу певного товару покупцеві, який запропонує найбільшу ціну. Різниця в тому, що перше є загальноживаним, а друге – економічний термін.

Крім того, існує таке явище, як повні омоніми, тобто слова з однаковим звучанням, що не пов'язані значенням. Лексичний шар гайрайго включає в себе найбільший відсоток повних омонімів, насамперед через запис катаканною й спрощення. Наприклад: バイト /байто/ робота й バイト /байто/ різець; プロ /пуро/ професіонал, プロ /пуро/ пропаганда, プロ /пуро/ програма.

Полісемія (多義性/たぎせい/) – явище, коли одне слово має два та більше значення, що мають спільне значеннєве ядро. Розглянемо декілька таких прикладів в японській економічній термінології: 利益 /ріекі/ – прибуток, вигода. Цей термін може набувати таких значень, як матеріальний прибуток (гроші) й нематеріальна вигода (благословення Бога, суспільне благо, власна вигода). 成長 /сейчьо:/ – зростання, розвиток. Може означати, як економічне зростання певної компанії, так і особистісний розвиток людини. 投資 /то:ші/ – інвестиція, вкладення. Термін використовується при певному економічному процесі з вкладенням фінансів у нерухомість чи бізнес або при інвестиціях у знання або час.

Омоніми відіграють важливу роль в японській мові в такому стилістичному прийомі, як гра слів, а також при створенні загадок, каламбурів, скоромовок, анекдотів, й не рідко омоніми можна зустріти в рекламах та аніме.

Полісемія в свою чергу використовується для образності тексту, тобто коли одне слово і його декілька значень фігурують в реченні або тексті у різних контекстах.

КОГНІТИВНО-СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ІМПЛІКАЦІЇ КОГНІТИВНИХ МЕТАФОР У ТЕРМІНОЛОГІЇ МОДИ ТА КРАСИ В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

Мен Ю. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Шевченко К. В.**

Кандидат педагогічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Індустрія краси формує власне термінополе, що пов'язане не тільки з надбаннями хімічної промисловості, а глибо пронизаними концептами “естетики”, “вишуканості”, “вроди”. Ключові концепти моди та краси в сучасній китайській мові є важливими складниками рекламного та медійного дискурсу, що відображають культурно обумовлені уявлення про вже вказані нами доволі абстрактні концепти. Їхня семантична структура формується під впливом когнітивних механізмів, зокрема метафоризації та метонімізації, які забезпечують ефективну комунікацію між брендами та споживачами. Дослідження цих концептів дозволяє проаналізувати процеси інтеграції сучасних віянь моди, та бізнес практик у рамкову структуру традиційних культурних цінностей на тлі глобалізаційних трендів. А отже, наведена нами вище думка дає нам право говорити про глибоку метафоричність самого термінополя, що відкриває нам шлях до аналізу когнітивних метафор в обраній нами терміносистемі.

З метою глибокого аналізу, ми звернулися до аналізу когнітивних метафор в рамках сучасного рекламного дискурсу індустрії краси, а отже, вважаємо необхідним навести й саме визначення когнітивної метафори, ми сприймаємо їх як такі, що ґрунтуються на усталених у суспільстві принципах позначення об'єктів, а власне й відтворюючи когніцію (Хорошун, 2015).

У своїй праці Дж. Лакофф і М. Джонсон наводять таку категоризацію метафор: структурні, орієнтаційні, онтологічні (Lakoff, & Johnson, 2008). Пропонуємо розглянути кожен з цих видів більш детально.

До структурних метафор вчені відносять концептуальні моделі, де одне поняття структурно підпорядковується в термінах іншого (Хорошун, 2015). В індустрії краси вони можуть використовуватися з метою впорядкування абстрактних ідей, таких як молодість чи природність, через зрозумілі образи. Проаналізуємо на прикладі: 补水是肌肤之美的钥匙。 *Bùshuǐ shì jīfū zhīměi de yàoshi*. “Зволоження – це ключ до краси шкіри.” У наведеному прикладі, “зволоження” репрезентується через поняття “ключа”, а відповідно сам ключ як вирішення певної проблеми. Такі рекламні компанії є достатньо простими, адже говорять про ствердженнями абсолютно не маючи на меті формуцію складних асоціативних рядків.

Цікавим прикладом онтологічної метафори, а власне такої, що спрямована на формування певних емоцій, ідей, закликів до дій, є рекламана кампанія розроблена брендом декоративної косметики Florasis 花西子, який

у своїй зимовій рекламній кампанії послуговується слоганом: 让发光, 让下雪 *Ràng fāguāng, ràng xià xuě* – “Хай сяє, Хай сніжить”. Ми вважаємо поданий приклад достатньо цікавим, адже він посилається одразу на декілька визначних власне китайських та всесвітніх культурних концептів. Світла шкіра є ознакою вищого ступеню краси на теренах Китаю, та дуже часто порівнюється з 雪白 *Xuěbái* – “білосніжний” (дослівно, “білий як сніг”). Однак, також є цікавим використання однієї з найбільш відомих у світі різдвяних пісень “Let it snow”. Таке поєднання обґрунтовується позицією бренду на ринку, адже його основною аудиторією є молодь.

Також зазначимо, ще цікавий приклад онтологічних метафор у рекламі засобів SPF – 约会阳光 *Yuēhuì yángguāng* – “Побачення з сонцем”. Ця реклама спрямована на формування позитивної емоційної асоціації з сонцем, а отже і з продуктом, який “дозволяє” насолоджуватися цим побаченням без шкоди для шкіри.

Яскравим прикладом орієнтаційної метафори, а отже такої, що ґрунтується на використанні певної спрямованості дії: вверх, вниз, догори, тощо, є застосування фрази: 提升解决方案 *Tíshēng jiějué fāng'àn* – “Піднесені рішення”, рух догори часто асоціюється зі зростанням, покращенням, подоланням певних проблем, вибудовуючи загальну схему “переходу на інший рівень”.

У нашому дослідженні ми сфокусувалися на одному з засобів формації глибокої метафоричності термінополя індустрії краси у сучасній китайській мові, що було продемонстровано за допомогою практичної імплікації когнітивних метафор. На прикладі рекламного дискурсу ми відобразили, як смислові відтінки здатні впливати на формування абстрактної думки в межах обраних нами концептів.

ЛІТЕРАТУРА

- Хорошун, О. О. (2015). *Когнітивна метафора у сучасних лінгвістичних дослідженнях. Сучасні лінгвістичні студії XXI століття*: матеріали Між-нар. наук. конф. Відновлено з <http://eprints.zu.edu.ua/19087/1/Horoshun.pdf>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2008). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.

МИСТЕЦЬКІ ТЕРМІНИ: СТРУКТУРНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТИ

Миколайчук І. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Никитченко К. П.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У лінгвістиці “термін” розглядається як “слово або словосполучення спеціальної (наукової, технічної і под.) мови, створене для точного вираження

спеціальних понять та позначення фахових предметів” (Загнітко, 2012, с. 34–35). Це системний елемент, який вступає у зв’язки з іншими словами, виконуючи насамперед номінативну функцію. Термін має ряд ознак, зокрема наявність дефініції, номінативність, точність, стилістична нейтральність і беземоційність, мотивованість, відсутність синонімів, тощо. Крім того, терміни зазнають інтернаціоналізації, тому в ролі таких лексичних одиниць дуже часто є запозичення. Під час аналізу термінів також виникає питання щодо їхньої моно- чи полісемантичної природи, адже терміни мають бути однозначними, щоб уникнути плутанини, особливо якщо термін вживається в різних галузях (Білозерська, Возненко & Радецька, 2010). Терміни характеризуються динамічністю, тому терміни-неологізми продукуються дуже активно ще й за рахунок похідних слів.

Терміни можна класифікувати за різними аспектами, наприклад за областями, семантикою (однозначні, багатозначні), сферою застосування (загальнонавчання, міжгалузеві, вузькоспеціальні), структурною складовою (односкладові, багатоскладові; прості, похідні, складні слова, словосполучення) тощо. Мистецькі терміни позначають предмети, процеси, ознаки, властивості, величини, об’єми, матеріали та інше у галузі людської культури. Вони часто виходять за межі вузьконаукового дискурсу й використовуються у художній літературі, журналістиці та публіцистиці, що ускладнює їхню класифікацію.

Переклад термінів є складним процесом, що вимагає врахування точності, еквівалентності та стилістичної відповідності. Під час передачі термінології іншою мовою, перекладач стикається з низкою випробувань: перекладач може не знати всіх аспектів певної термінологічної лексичної одиниці або не знати, чи є в цільовій мові еквіваленти чи усталені вирази; можуть виникати сумніви щодо відповідності та доречності наявного еквівалента для певної конструкції. Питання однозначності термінів також становить проблему при перекладі, тому що навіть в одній сфері термін може позначати різні явища, тобто бути полісемантичним. Для подолання цих проблем перекладач, перш за все, звертається до довідкової літератури, наприклад словників чи багатомовних баз даних, а також до спеціалістів зі сфери, які можуть надати якнайповніше тлумачення виразу (Cabré, 2010). У перекладознавстві найчастіше застосовують такі способи передачі термінів: калькування, транскрипція, адаптація та описовий переклад. У випадку мистецьких термінів важливим є збереження як термінологічної точності, так і культурної специфіки.

Мистецький дискурс тісно пов’язаний з аналізом, а саме критикою. Критичний дискурс - це тексти і висловлювання, які аналізують, інтерпретують та оцінюють певні явища в мистецтві, літературі, культурі, політиці тощо. Критичні тексти відображають авторську позицію, тобто є суб’єктивними; аргументують цю позицію; містять велику кількість стилістичних засобів; включають посилання на інші тексти (інтертекстуальність). Основними формами критичного дискурсу є рецензії, критична стаття, есе, наукове дослідження. Переклад текстів мистецького критичного дискурсу потребує глибокого розуміння авторського стилю, термінології та контексту. Особливу роль відіграє збереження експресивності мови та точне відтворення авторських концепцій.

Критична стаття як один із жанрів критичного дискурсу поєднує аналітичний підхід із елементами суб'єктивної оцінки. Такі тексти розглядають літературні та мистецькі праці, а також ідеї, концепції, теорії та явища суспільства, культури, моралі. У мистецтвознавстві критичні статті використовуються для оцінки творчості художників, письменників, режисерів; мистецьких напрямів, стилів, технік; окремих художніх і кінематографічних творів, виставок, театральних постановок. При перекладі таких текстів важливо враховувати лексичні особливості, структурні відмінності та стилістичні нюанси, що дозволяють зберегти оригінальне звучання критичного аналізу. Критичні статті про Сальвадора Далі, які стали матеріалом дослідження, слугують цінним джерелом мистецьких термінів як різних напрямків, так і авторських, при чому останні вимагають ще більш детальної уваги від перекладача.

Українська мистецька термінологія ще перебуває у процесі становлення, тому дослідження термінів мистецтва дозволить розширити термінологічну базу, а також, з боку лінгвістики, провести аналіз запозичень з інших мов. Це розширить український мистецтвознавчий дискурс, допоможе підвищити якість перекладу мистецтвознавчих текстів, сприятиме популяризації української мови в сфері мистецтва.

ЛІТЕРАТУРА

- Білозерська, Л. П., Возненко, Н. В. & Радецька, С. В. (2010). *Термінологія та переклад. Навчальний посібник для студентів філологічного напрямку підготовки*. Нова Книга.
- Загнітко, А. П. (2012). *Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Т-Я. Том 4*. ДонНУ.
- Cabré, M. T. (2010). *Terminology and translation*. In John Benjamins B.V. Gambier, Y., & van Doorslaer, L. (Eds.), *Handbook of translation studies* (pp. 356-365). John Benjamins Publishing Company.
- [https://opencourses.ionio.gr/modules/document/file.php/DFLT1112/Handbook %20of %20Translation %20Studies %20Vol. %201.pdf#page=366](https://opencourses.ionio.gr/modules/document/file.php/DFLT1112/Handbook%20of%20Translation%20Studies%20Vol.%201.pdf#page=366)

КОНФОРМІЗМ І БУНТ: СОЦІАЛЬНІ ОЧІКУВАННЯ ЖІНОЧОЇ ПОВЕДІНКИ У РОМАНІ Е. ЄЛІНЕК “КОХАНКИ”

Мовчко А. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Юрчук О. О.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Ельфріде Єлінек – австрійська письменниця, лауреатка Нобелівської премії з літератури 2004 року, відома своєю критикою патріархальних структур, соціальних стереотипів та обмежень, які накладає суспільство

на жінок. Її творчість вирізняється гострою іронією, використанням експериментальних літературних прийомів та глибоким аналізом соціальних процесів.

Роман “Коханки”, написаний 1975 року, розкриває проблеми жіночої ідентичності, суспільних очікувань та стратегій, яких жінки змушені дотримуватися для виживання у традиційному середовищі.

У романі спостерігається зображення жорстких соціальних стандартів, що визначають роль жінки у традиційному австрійському середовищі: “The women, who work here, belong entirely to their families”.

Твір написаний як і життя – несправедливість не доводиться шукати, вона переслідує на кожній сторінці, на кожному кроці. Від жінок очікується прагнення до шлюбу, народження дітей та ведення домашнього господарства.

У цьому контексті авторка створює два протилежні образи – Паули та Бріджит, які демонструють різні стратегії адаптації до цих соціальних вимог. Бріджит прагне дотримуватися суспільних норм, використовуючи свою зовнішність і сексуальність для досягнення шлюбної мети.

Вона прагматично ставиться до власного тіла як до засобу отримання стабільності. Паула натомість, демонструє пасивний опір, намагаючись уникнути шлюбних обов’язків і не прагнучи активно інтегруватися у встановлені соціальні моделі.

Конформізм Бріджит є свідомою стратегією виживання у суворому патріархальному світі. З кількох дозволених способів життя жінка обрала “to be only woman for a guy”. Вона приймає правила гри, що диктує їй соціальне середовище. Для Бріджит успішне заміжжя асоціюється з досягненням життєвої мети, що забезпечує їй прийняття у суспільстві.

Однак така стратегія вимагає відмови від особистих прагнень і пристосування до ролі, нав’язаної ззовні. Вона підкорюється очікуванням, жертвуючи навіть створенням особистих мрій і прагнень. Конформізм стає засобом самозбереження, але водночас і джерелом внутрішнього конфлікту, оскільки роль домогосподарки обмежує її особистісний розвиток.

Паула, у свою чергу, обирає шлях бунту, відмовляючись приймати соціальні правила. Вона – a girl who wants to learn something! Її опір не виражається у відкритому протесті, натомість у пасивному неприйнятті очікуваних ролей та їхньому оскарженні. Дівчина ставить під сумнів будь-які норми, які інші сприймають як належне, цікавиться та запитує, чому це має бути саме так.

Паула уникає шлюбних зобов’язань, дистанціюється від усталених уявлень про жіночу роль, що символізує її прагнення зберегти особисту незалежність як від чоловіка, так і від родини.

Однак цей бунт приречений на поразку у жорстко регламентованому світі, де альтернативи традиційним сценаріям практично відсутні. Вона стикається з самотністю та невизначеністю власного майбутнього, що стає своєрідною платою за її відмову слідувати загальноприйнятим нормам.

Обидві стратегії призводять до неоднозначних наслідків. Бріджит досягає зовнішнього “успіху”, однак її життя обмежується роллю домогосподарки,

що не залишає простору для самореалізації чи розвитку. Її шлях приносить матеріальну стабільність, але водночас позбавляє глибшого сенсу.

Паула ж, відмовившись від соціальних норм, стикається з ізоляцією і втратою орієнтирів. Її спроба зберегти незалежність і уникнути підпорядкування закінчується станом безвиході.

Роман “Коханки” – це не просто розповідь про двох жінок. Це виклад потужного прагнення зламу суспільних стереотипів, що визначають жіночу долю.

Ельфріде Єлінек виходить за межі традиційної літературної мови, руйнуючи її патріархальні коди та створюючи простір для “іншого” письма, вільного від обмежень. Її текст не лише аналізує соціальні механізми підкорення жінки, а й стає актом опору самому способу, в який література репрезентує жіночий досвід. У цьому сенсі роман – не просто твір про жінок, а літературний маніфест, що ставить під сумнів самі основи культури, в якій жіноча присутність досі визначається через чоловічий погляд.

Фінал роману підкреслює відсутність справжнього вибору для жінок у патріархальному суспільстві. Стратегії обох героїнь – конформізм і бунт – призводять до втрат. Вибір все ж залишається – втрати себе у соціальних ролях або втрати можливості бути інтегрованою в суспільство.

Єлінек демонструє, що жінки стають жертвами системи, яка не залишає їм простору для вільного самовираження. Суспільство або добровільно, або вимушено продовжує ставити перед жінками вибір, який призводить тільки до їх перетворення на пасивних учасниць чужого, давно написаного, сценарію.

ЛІТЕРАТУРА

Elfriede Jelinek. (2004). *Women as lovers* (Martin Chalmers, пер.). *Serpent's Tail*.
(Оригінал опубліковано 1975 р.)

САМОТНІСТЬ ЯК ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ДОСВІД СВОБОДИ

Мовчко А. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Саволайнен І. П.**

Кандидат філософських наук, доцент,

Київський національний лінгвістичний університет

Самотність є невід’ємною частиною людського існування. Вона може сприйматися як страждання, що виникає через відсутність зв’язку з іншими, або як шлях до глибшого самопізнання та особистої свободи. Самотність – це простір, у якому формується наша самість, розуміння себе, своєї унікальності й внутрішньої свободи.

У сучасному світі, де спілкування стало доступним як ніколи, феномен самотності набуває нового значення. Попри технологічний прогрес і

розвинені соціальні мережі, люди все частіше відчувають емоційну ізоляцію та втрату глибоких міжособистісних зв'язків. Це породжує важливі запитання: чи може самотність бути не лише тягарем, а й можливістю для особистісного розвитку? Як знайти баланс між прагненням до спільності та потребою в особистому просторі?

У філософії екзистенціалізму самотність розглядається як невід'ємна частина людської природи. За Жаном-Полем Сартром, людина “засуджена до свободи”, а отже, й до самотності (Сартр, 2022). Адже кожен сам несе відповідальність за власні вибори. У цьому контексті самотність – це не лише ізоляція від інших, а й стан усвідомлення власної унікальної свободи. Сартр (2022) зазначає, що людина – це не те, що вона є, а те, чим вона себе робить (с. 53). Тобто самотність стає простором, де людина визначає себе через власні рішення.

Альбер Камю розглядав самотність як невід'ємний аспект повсякденного абсурдного існування. Він вважав, що, зіштовхнувшись із абсурдом, людина усвідомлює свою самотність у світі, що не має об'єктивного сенсу (Камю, 2022). Водночас Камю вважав, що прийняття цього факту дозволяє людині здобути внутрішню свободу, обравши бунт і творення власного сенсу життя.

Для екзистенціалістів самотність є водночас і викликом, і можливістю: вона змушує людину усвідомити власну свободу, відповідальність і здатність самотійно створювати сенс свого існування.

Ларс Свенсен у книзі “Філософія самотності” підкреслює, що самотність розглядається не лише як відсутність інших людей, а передусім внутрішній стан. Вона пов'язана з усвідомленням себе і здатністю бути наодинці зі своїми думками. Самотність дозволяє людині зосередитися на власних цінностях, бажаннях і мотивах. Також він зазначає, що наше ставлення до самотності визначає її значення для нас. Якщо людина сприймає самотність як простір для самопізнання, вона здатна перетворити її на шлях до свободи (Свенсен, 2017).

У книзі “Самотність. Сила людських стосунків” Вівек Мурті виокремлює три виміри самотності:

1. Інтимний (емоційний) вимір – це потреба у близькому емоційному зв'язку, у відчутті, що тебе розуміють і приймають.
2. Реляційний (соціальний) вимір – це бажання мати друзів, які підтримують і з якими можна розділити важливі моменти життя.
3. Колективний вимір – це прагнення бути частиною ширшої спільноти, що розділяє наші цінності та цілі (Мурті, 2020).

Дисбаланс в одному з цих вимірів може викликати відчуття ізоляції. Водночас, розуміння власних потреб і усвідомлення, що самотність – це лише стан, який може змінюватися, відкриває шлях до свободи.

Самотність може сприйматися як форма страждання, але, з іншого боку, вона відкриває людині можливість усвідомити свої справжні бажання й потреби. Позитивна свобода полягає у здатності жити відповідно до власних переконань і цінностей. Така свобода можлива лише тоді, коли людина здатна бути наодинці з собою, слухати свої думки та не залежати від

зовнішніх впливів. При цьому, критично необхідним є баланс. Самотність може бути корисною для самопізнання, але тільки за умови, що людина не втрачає зв'язку з суспільством. Коли самотність це вибір, а не примусовий стан, вона може допомогти знайти відповіді на запитання: “Хто я? ”, “Чого я прагну? ”, “Яке моє місце у світі? “

Прийняття самотності як невід'ємної частини життя дозволяє людині знайти гармонію. Здорове ставлення до самотності – це коли людина не сприймає її як втрату, а бачить як можливість для росту. І хоча соціальні зв'язки важливі, здатність бути наодинці з собою – це показник емоційної зрілості.

Самотність може стати простором, у якому людина не лише усвідомлює себе, а й отримує досвід особистої свободи. Це свобода від зовнішніх очікувань, соціального тиску та необхідності відповідати ролям, які нав'язує суспільство. Самотність дозволяє людині розпізнати власні прагнення, цілі та цінності, відчути себе незалежною у виборі життєвого шляху. Самотність – це не лише стан ізоляції, а й можливість для розвитку самості та внутрішньої свободи. Вона дозволяє людині відкрити себе, зрозуміти власні цінності та сформувати глибший зв'язок із собою. Водночас, здорова самотність передбачає збереження контакту з іншими – вона має бути не втечею, а свідомим вибором. Таким чином, самотність, прийнята й переосмислена, може стати простором для екологічного самопізнання, вільного самовираження та, як результат, глибокого розуміння себе та своїх потреб.

ЛІТЕРАТУРА

- Камю, А. (2022) *Міф про Сізіфа. Бунтівна людина*. Фоліо.
Мурті, В. (2020) *Самотність. Сила людських стосунків*. Лабораторія.
Сартр, Ж.П. (2022) Екзистенціалізм – це гуманізм. *Психологія і суспільство. Психологічні науки*, (2), 49–65.
Свенденсен, Л. (2017) *Філософія самотності*. Ніка-центр

СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ХУДОЖНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ КІНОТЕКСТІВ З КОРЕЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ

Мозгова М. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Тогобицька А. І.

Старший викладач

Київський національний лінгвістичний університет

Художній переклад охоплює адаптацію літературних творів різних жанрів, зокрема фольклору, поезії, прози, а також літературознавчих і публіцистичних текстів. Його особливість полягає в тому, що на перший план виходить художньо-естетична функція мови, яка відрізняє такі тексти від інших видів письмових матеріалів. На відміну від технічного перекладу,

де головним завданням є точна передача термінології та змістових нюансів, у художньому перекладі ключову роль відіграє збереження стилістичної виразності, емоційного забарвлення й естетичних характеристик оригіналу.

Український мовознавець В.В. Коптілов (1982) наголошує, що художній твір становить нерозривну єдність змісту й форми, а отже, головним завданням художнього перекладу є збереження цієї цілісності. Перекладач повинен не лише точно передати ідеї автора, а й відтворити спосіб їх художнього втілення, передаючи образність оригіналу з такою ж виразністю та емоційною глибиною. Досконалий художній переклад, за його словами, – це той, що відображає ідейно-образну суть першотвору через передачу його семантико-стилістичної структури, зберігаючи всі ключові елементи та їх взаємозв'язки у межах художньої цілісності тексту (с. 10).

Тож художній переклад тексту не дарма вважається одним із найскладніших письмових перекладів, що має багато особливостей, адже наприклад, він не може бути буквальним, оскільки головним завданням є передача змісту та стилю твору, а не точне відтворення кожного слова. Перекладач повинен гнучко використовувати мовні засоби, такі як омоніми, перифрази та інші стилістичні прийоми, щоб зберегти естетичну виразність тексту. Окрім того, особливу складність становить адаптація жартів, фразеологізмів, гри слів та культурних відтінків, адже їх дослівний переклад може призвести до втрати змісту. Важливу роль відіграють і навички літературної стилізації, що дають змогу відтворити атмосферу та мовну своєрідність твору, враховуючи історичний і культурний контекст.

При перекладі кінотекстів перекладачі також вдаються до художнього перекладу, однак цей процес я зовсім не легким, адже як зазначає Голубенко (2021) кінотекст, як складне явище, що поєднує культурні, лінгвістичні та соціальні аспекти, привертає увагу багатьох дослідників і вивчається з різних наукових підходів. Науковці одноставно розглядають його як “лінгвокультурний феномен”, що потребує ґрунтовного аналізу та детального вивчення. Останнім часом спостерігається зростання наукової уваги до кіноперекладу, що зумовлено його затребуваністю на ринку перекладацьких послуг та необхідністю якісної адаптації іноземного контенту для глядачів. Попри це, дослідники зазначають, що специфічні аспекти перекладу кінотексту, зокрема передача мовної гри, культурних реалій і стилістичних особливостей, залишаються недостатньо вивченими, що вимагає подальших досліджень у цій галузі (с. 153).

При художньому перекладі, а особливо під час роботи з кінотекстами, перекладачі вдаються до різноманітних трансформацій і мовних перетворень, щоб як найточніше передати зміст оригіналу відповідно до норм мови перекладу. Це може передбачати зміну структури речень, опускання або додавання окремих елементів, адаптацію граматичних конструкцій та стилістичних засобів, що дозволяє зберегти смислову цілісність і природність викладу.

Як стверджує Пешкова (2006), через значні відмінності між корейською та українською мовами, зумовлені їхньою належністю до різних мовних сімей, переклад між цими двома мовами супроводжується численними

трансформаціями. Особливі труднощі у процесі перекладу створює велика кількість іншомовних запозичень, що широко використовуються в корейській лексиці. Додаткову складність спричиняє різноманіття діалектів, характерних для різних регіонів Корейського півострова, що впливає на варіювання лексичних і граматичних конструкцій. Окремої уваги потребує передача ідіом, жаргонізмів, евфемізмів, термінології та архаїзмів, оскільки їхнє буквальне відтворення часто унеможливорює збереження оригінального змісту. Важливою особливістю корейської мови є також складна система мовних рівнів ввічливості, що зумовлює необхідність точного передавання відтінків формальної або неформальної комунікації. Крім того, значну роль відіграє звуконаслідувальна та образонаслідувальна лексика, яка додає емоційного забарвлення тексту, проте не завжди має пряму відповідність в українській мові (с. 119).

У результаті можна зробити висновок, що художній переклад кінотекстів є складним процесом, що вимагає не лише володіння мовними нормами, а й розуміння культурного контексту та стилістичних особливостей. Аби виконувати його максимально точно, перекладачі застосовують різноманітні трансформації для збереження емоційного забарвлення, експресивності та природності мовлення персонажів, що особливо важливо для збереження автентичності корейських кінотекстів, а враховуючи зростаючу культурну взаємодію між Республікою Корея та Україною, забезпечення якісного перекладу аудіовізуального контенту й дослідження його особливостей стає необхідним для глибшого розуміння корейської культури українською аудиторією.

ЛІТЕРАТУРА

- Голубенко, Н. (2021). Концептуальні підходи до дослідження кінотексту в аспекті інтерсеміотичного перекладу. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 1(44), 152–157.
- Коптілов, В. (1982). *Теорія і практика перекладу*. Видавництво при Київському державному університеті видавничого об'єднання “Вища школа”.
- Пешкова, І. С. (2006). Лексичні особливості корейської мови та їх значення для перекладу на українську мову. *Українська орієнталістика*, 1, 119–122.

АРАБСЬКО-НІМЕЦЬКИЙ СЛОВНИК ГАНСА ВЕРА: ІСТОРІЯ СТВОРЕННЯ

Молдаванова К. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Пророченко Н. О.**

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У 1934 р. Фріц Гробба – посол нацистської Німеччини в Іраку – уперше запропонував створити і профінансувати достовірний переклад “Mein Kampf” Гітлера. Це було пов'язано з тим, що в арабських газетах почали

з'являтися часткові і непрофесійні переклади, які, за його висловом, *“були сприйняті арабською публікою з великим інтересом; можна сказати, з задоволенням у певних колах”* (Dudin, 2017). У міжвоєнний період арабські країни здебільшого входили до сфер впливу Британії та Франції, і частина національних еліт поділяла гітлерівську риторику про “ворогів-колонізаторів”. Однак неавторизовані переклади часто були нечитабельними, містили прикрі помилки або повністю вигадані твердження, що ставило під загрозу усі пропагандистські зусилля нацистів в регіоні (Dudin, 2017). У 1936 р. Гітлер погодився на друк арабської версії своєї книги, а уривки, які араби могли б визнати образливими, повинні були бути вилучені *“з огляду на поточну політичну ситуацію”*. Так, наприклад, “антисемітизм” перетворився на “антиюдаїзм” (Dudin, 2017).

У МЗС вирішили взятися за справу перевіреним методом, тобто послуговуючись коранічною арабською. Працювати над перекладом мали Шакіб Арслан – тогочасний 75-літній лідер друзів і емір Лівану і уповноважений від МЗС 80-літній арабіст Бернард Моріц. Арслан у своїй роботі спирався на французький переклад *“Mein Kampf”*, а Моріц мав перевіряти арабський текст на відповідність німецькому оригіналу. І тут постала проблема відсутності відповідного арабсько-німецького словника.

У цей час роботою над словником займався Ганс Вер – молодий вчений-арабіст і сходознавець з університету в Галле. Він опрацьовував матеріали єгипетських, сирійських, іракських та палестинських газет, терміни з єгипетського державного альманаху, аналізував сучасну літературу та словникові статті (Dudin, 2017). У 1940 р. Вер вступив у нацистську партію. У своєму есе він рекомендував уряду створити союз з арабами проти Франції, Британії і “сіоністів у Палестині” (Buchen, 2018). Разом з групою вчених він почав збирати три- і чотирилітерні корені арабських слів, з яких пізніше можна було утворювати величезну кількість слів для вжитку. Серед його колег були також вчені єврейського походження, зокрема Андреас Якобі і Гедвіг Кляйн. Ніхто з них не пережив Другу світову: Якобі мобілізували і він зник безвісти на полі бою, а Кляйн депортували до Аушвіцу, де вона загинула (Dudin, 2017).

Постать Кляйн заслуговує на особливу увагу. Її академічна кар'єра припала на середину 1930-х років, а з 1937 р. у Німеччині євреїв було заборонено допускати до іспитів. Однак вона змогла переконати адміністрацію Гамбурзького університету дозволити їй складати іспит. У списку кандидатів навпроти її імені зазначалось *“Єврейка, допущена як виключення”* (Buchen, 2018). У грудні 1937 р. вона захистила дисертацію із найвищими балами, проте, у присудженні докторського ступеня їй було відмовлено через її єврейське походження. Кляйн намагалася емігрувати, але отримати візу виявилось надзвичайно важко. За сприяння колеги Карла Рат'єнса вона отримала запрошення професора-арабіста до Індії. У серпні 1939 р. вона відплила з Німеччини, але у Нідерландах пароплав розвернули назад – почалася Друга світова війна (Buchen, 2018). Після повернення до Німеччини Кляйн зазнала переслідувань: від носіння жовтої зірки до

виселення у “єврейське помешкання”. Саме тоді за сприяння свого наукового керівника Артура Шаде вона змогла отримати роботу у команді Вера. Кляйн аналізувала для словника сучасну арабську літературу. Вона занотовувала значення слів на картках, які надсилала до редакції поштою. За кожен листок їй платили 10 пфенігів. Колеги Вера відзначали “відмінну якість” її дописів, проте одразу стверджували, що “...звісно, згодом її буде абсолютно неможливо відзначити як співавторку” (Buchen, 2018). У грудні 1941 р. Шаде врятував Кляйн від депортації до Риги, написавши листа і переконавши можновладців, що Кляйн “виключно кваліфікована” для важливої роботи над словником, і що “число арійських авторів є недостатнім” (Buchen, 2018). Але вже за пів року ані Шаде, ані будь-хто інший вже нічого не змогли для неї зробити. У липні 1942 р. її відправили до концтабору Аушвіц, де вона загинула разом з усією родиною.

Арабський переклад “Mein Kampf” так ніколи і не був опублікований, тому що на фоні подій Другої світової проєкт втратив актуальність. Після війни Вер мусив постати перед Комісією з денацифікації. На свій захист він заявив, що свого часу йому вдалося врятувати колегу-єврейку, докторку Кляйн з Гамбурга, від переміщення до Терезієнштадта, попросивши, щоб гестапо звільнило її для роботи над арабським словником, який був важливим для військових зусиль (Buchen, 2018). Вера визнали “послідовником”, він сплатив 36,40 німецьких марок судових витрат, пов’язаних з його справою. Того ж року Рат’єнс через суд домігся призначення себе заочним куратором Кляйн і надрукував 56 копій її докторської дисертації. У серпні 1947 р. Кляйн офіційно визнали докторкою філософії (Buchen, 2018).

Арабсько-німецький словник Ганса Вера був уперше опублікований у 1952 р. У 1961 р. Джей Мілтон Коуен у співпраці з Вером видав його англійську редакцію, яка витримала 6 перевидань. У передмові Вер подякував за внесок серед інших Др. Г. Кляйн і Др. Андреасу Якобі, однак про їхню долю не згадав (Wehr, 1976).

ЛІТЕРАТУРА

- Buchen, S. (2018, April 7). *Hedwig Klein and “Mein Kampf”: The Unknown Arabist* | *Qantara.de* (R. Martin, Trans.). *Qantara.de* - Dialog Mit Der Islamischen Welt.
<https://qantara.de/en/article/hedwig-klein-and-mein-kampf-unknown-arabist>
- Dudin, M. (2017, October 2). *Translating “Mein Kampf” into Arabic: Hitler's Paperchase* | *Qantara.de* (R. Martin, Trans.). *Qantara.de* – Dialog Mit Der Islamischen Welt.
<https://qantara.de/en/article/translating-%E2%80%B3mein-kampf-%E2%80%B3arabic-hitler%E2%80%B3s-paperchase>
- Wehr, H. (1976). *A Dictionary of modern written Arabic* (J. M. Cowan, Ed.; 3rd ed.). Spoken Language Services, Inc.

ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ КИТАЙСЬКОЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ

Молчанова С. К.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Беля В. В.**

Кандидат філософських наук

Київський національний лінгвістичний університет

Науково-технічний стиль – різновид літературної мови, призначення якого полягає в описі та поясненні явищ природи, суспільства, а також в забезпеченні пізнавально-інформативних потреб сфери науки та виробництва. Специфіка науково-технічного стилю у текстах проявляється в лексиці (абстрактність, термінологія, вживання багатозначних слів лише в одному контекстуальному значенні, обмеження синонімії, стійкі термінологічні словосполучення), узагальненості, підкресленій логічності, насиченості інформації та її стислості, однозначності і точності, об'єктивності викладу, предметності, переконливості, доказовості, аргументації, поясненні причин та наслідків, логічних висновків (Кравець, & Мацько, 2020).

Науково-технічні тексти можна поділити на такі різновиди: монографії, збірники та статті (такі, що розкривають різноманітні проблеми технічних наук), науково-популярна література, навчальна література, технічна документація (рецензії, накладні, сертифікати, інструкції до використання), технічна реклама (каталоги, проспекти, оголошення), патентна література, фірмові матеріали та проектна документація (креслення, проекти, розрахунки) (Бабич, 2006).

Переклад науково-технічних текстів має відповідати таким вимогам: адекватність, еквівалентність, логічність та чіткість викладу, змістовність. Для того, щоб переклад такого тексту був якісним і відповідав вищезазначеним критеріям, перекладач повинен мати загальні та спеціальні вміння, а також такі знання: теоретичні – про фонетичний, граматичний та лексичний склад мови оригіналу; практичні – про особливості перекладу такого типу текстів (система перекладацьких трансформацій китайської та української мов) (Задорожна, 2001). Перекладач також повинен мати практичні лінгвістичні знання про різноманітні способи перекладу та володіти достатньою інформацією для перекладу спеціалізованих текстів (Кірносова, 2007). Наприклад:

1. 请给电池充一段时间电, 再开机使用 (HUAWEI, б.д.).

Qǐng gěi diànbǎi chōng yí duàn shíjiān diàn, zài kāijī shǐyòng. – Передувімкненням пристрою, будь ласка, зарядіть акумулятор протягом кількох хвилин.

У наведеному прикладі нами було використано такі трансформації, як: перестановка (зміна порядку мовних елементів у тексті перекладу), конкретизація (заміна у перекладі слова із загальним значенням на слово з більш вузьким) 电池 diànbǎi батарея/акумулятор/елемент на акумулятор, додавання (лексичні збільшення) в оригіналі слова “перед” не було, проте воно з'явилося в перекладі.

2. HRP (Huawei Redundancy Protocol) 协议, 用来实现防火墙双机之间状态信息和关键配置命令的动态备份 (HUAWEI, б.д.).

Xiéyì, yòng lái shíxiàn fǎnghuǒqióng shuāngjī zhī jiān zhuàngtài xìnxī hé guānjiàn pèizhì mínglìng de dòngtài bèifēn. – HRP (Huawei Redundancy Protocol) – це протокол, призначений для динамічного резервного копіювання інформації про стан та ключові команди конфігурації між двома брандмауерами.

У цьому прикладі також використовується перестановка, модуляція (зміна категорії слова або конструкції), а саме 用来实现 yòng lái shíxiàn дослівно означає “використовується для реалізації”, проте в перекладі ми замінили його на “призначений для”, що є більш притаманним науково-технічному стилю.

3. 主要应用于对可靠性要求较高场景, 如企业办公场景, 为提升网络可靠性, 可在企业网络出口部署两台防火墙构成双机热备的组网 (HUAWEI, б.д.) Zhǔyào yìngyòng yú duì kěkǎoxìng yāoqiú jiào gāo chǎngjǐng, rú qǐyè bàngōng chǎngjǐng. Wèi tíshēng wǎngluò kěkǎoxìng, kě zài qǐyè wǎngluò chūkǒu bùshǔ liǎng tái fǎnghuǒqióng gòuchéng shuāngjī rè bèi de zǔwǎng. – Переважно застосовується у сценаріях з високими вимогами до надійності, таких як корпоративні офісні середовища. Для підвищення надійності мережі на виході з корпоративної мережі можна розгорнути два брандмауери, утворюючи схему гарячого резервування.

Тут нами було використано такі перекладацькі трансформації, як: перестановка(змінено порядок частин речення), модуляція, членування речень (одна структура поділилась на дві в перекладі), конкретизація (场景 chǎngjǐng має кілька перекладів, проте тут ми обрали сценарії) та калькування (热备 rè bèi гаряче резервування).

У результаті дослідження було з’ясовано, що переклад науково-технічної документації вимагає використання різноманітних перекладацьких трансформацій задля збереження точності, зрозумілості та відповідності оригінальному тексту.

ЛІТЕРАТУРА

Бабич, Н. Д. (2006). *Культура фахового мовлення*. Книги – XXI.

Мацько, Л. В., & Кравець, Л. І. (2020). Науковий стиль. *Енциклопедія Сучасної України*.

Задорожна, А. (2020). Перекладацькі трансформації як засіб досягнення еквівалентності перекладу, *Актуальні питання гуманітарних наук*, 27(2), 57–63.

<https://doi.org/10.24919/2308-4863.2/27.203522>

Кірносорова, Н. (2007). Система трансформацій в українському та китайському перекладознавстві. *Китайська цивілізація: традиції та сучасність: збірник статей*, 43–46.

Гарник, І. В. (2001). *Типологія перекладацьких трансформацій: навчально-методична розробка на базі англійської мови*. МІЛП.

HUAWEI (б. д.).

<https://consumer.huawei.com/cn/>

ФУНКЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ ПРОСТОГО РЕЧЕННЯ В КИТАЙСЬКИХ НОВИННИХ ТЕКСТАХ

Момот Е. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Беля В. В.**

Кандидат філософських наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасна лінгвістика все більше досліджує граматику з точки зору антропоцентричної парадигми. Антропоцентризм робить людину центром наукового дослідження. В цьому полягає важливість антропоцентровано орієнтованих лінгвістичних досліджень, що пов'язані з комунікативно-функціональною парадигмою. Одним із важливих об'єктів дослідження є просте речення в китайських новинних текстах, адже воно відіграє ключову роль у передачі інформації.

Дослідження зумовлене необхідністю аналізу функціонально-комунікативних характеристик китайських новинних текстів. Важливо дослідити як реалізується в мові і впливає на сприйняття передача інформації через ЗМІ за допомогою синтаксису простого речення в китайській мові. Метою роботи є дослідити функційно-комунікативний аспект простого речення в китайських новинних текстах, синтаксичні особливості та функціонально-комунікативні характеристики простого речення в китайських новинах. Статті китайських новинних видань, такі як “人民日报” (People's Daily), “环球时报” (Global Times) та інші джерела публіцистичного стилю досліджуються за допомогою: описового методу – аналіз структури простих речень, функціонально-комунікативного аналізу – дослідження впливу синтаксису на передачу інформації, методу корпусного аналізу – аналіз реальних новинних текстів. Функціонально-комунікативний аспект при передачі інформації в новинах засобами масової інформації може бути використаний у подальших дослідженнях особливостей реалізації граматики китайської мови в новинних текстах.

Науменко Л. П. (2016) визначає головний принцип функціональної лінгвістики як цільове призначення мови, а мову – як функціональну та цілеспрямовану систему засобів висловлювання (с.126). Дослідниця також визначає три комунікативні функції мови, які відповідають трьом учасникам комунікативного процесу – мовцю, слухачу та предмету мовлення: експресивну (самовираження мовця), апелятивну (звернення до слухача) та репрезентативну (передача відомостей про зовнішній світ) (Науменко, 2016). Дослідження мови в контексті комунікативних можливостей людини зумовило формування функціонально-комунікативного синтаксису (Кухарчук, 2013, с. 150).

Просте речення у китайській мові характеризується наявністю одного предикативного центру та сталим порядком слів у реченні, через відсутність флексії (Тазберг, 2019). Стилистичною особливістю простих речень в

китайських новинних текстах за Самойловою Е. О. (2022) є високий рівень стандартизації, часте використання стійких та клішованих виразів для підсилення враження об'єктивності та достовірності інформації в тексті (с. 18).

На прикладі такого інструменту як ЗМІ (засоби масової інформації) можна побачити як реалізується комунікативна функція в мовленні. Мова ЗМІ характеризується простими реченнями з чітко викладеною в них інформацією, адже медіа – це засіб передачі інформації до масової аудиторії, яка є різною у сприйманні інформації. Завданням ЗМІ є, використовуючи мову як інструмент, користуючись, як правило, публіцистичним стилем зрозуміло донести інформацію до аудиторії. Чарльз Лі і Сандра Томпсон (1989) у граматиці “Mandarin Chinese: A Functional Reference Grammar” досліджують функціонування в китайському синтаксисі концепції топіку та коментарю, який є більш вдалим для аналізу побудови синтаксису китайського речення, ніж структура речення типу “підмет – присудок”, яка застосовується для європейських мов. Підтвердженням вдалого застосування концепції топіку-коментарю до китайської мови саме в контексті новинних текстів є те, що концепція топіку і коментарю виходить з антропоцентричної парадигми, де мова має зв'язок з мисленням, що дає нам змогу розуміти яким чином людина будує думки і виражає їх в мові. Відштовхуючись від цього, ми можемо розуміти за якою структурою нам потрібно будувати новинні речення, щоб вони були зрозумілими аудиторії.

З огляду на це, можемо зробити висновок про важливість розуміння функціонування китайської мови в медійному просторі та ефективність передачі інформації у медіапросторі за допомогою застосування функціонально-комунікативного синтаксису при побудові речень публіцистичного стилю.

ЛІТЕРАТУРА

- Li, C. N., & Thompson, S. A. (1989). *Mandarin Chinese: A Functional Reference Grammar*. University of California Press.
- Наumenko, Л. П. (2016). Антропоцентрична парадигма як методологічна матриця сучасних лінгвістичних досліджень. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, (22), 125–128.
- Кухарчук, І. О. (2013). Функціонально-комунікативний напрям дослідження синтаксичної будови мови. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови*, (10), 150–155.
- Самойлов, Є. О. (2022). *Лексико-граматичні особливості перекладу текстів ЗМІ з китайської на українську мову*. [Кваліфікаційна робота магістра, Київський національний лінгвістичний університет]. Репозитарій Київського національного лінгвістичного університету.
- Тазберг, О. О. (2019). *Порядок слів у реченні в сучасній китайській мові (структурно-семантичний та функціональний аспект)*. [Кваліфікаційна робота магістра, Київський національний лінгвістичний університет]. Репозитарій Київського національного лінгвістичного університету.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СЕМАНТИКИ ІДІОМАТИЧНИХ ВИРАЗІВ У КОРЕЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Морозова А. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Тогобицька А. І.

Старший викладач

Київський національний лінгвістичний університет

Мовна семантика є важливою галуззю лінгвістики, яка зосереджена на вивченні значень слів, їх складових частин та їхньої взаємозалежності зі світом дійсності через мовні одиниці. Одним із складних явищ у семантиці є ідіоматичні вирази, що складаються з кількох слів, значення яких змінюється і набуває нового відтінку при їх сукупному вживанні в певних конструкціях.

За твердженням В. Бусела (2005), ідіома (чи ідіоматичний вираз) – це притаманний тільки певній мові стійкий зворот, що виражає єдине поняття. Більше того, автор зазначає ще одне визначення цього поняття: ідіома (від греч.(грецький) *idioma* – особливість, своєрідність), поєднання мовних одиниць, значення якого не збігається із значенням складових його елементів. Ця невідповідність може бути наслідком зміни значення елементів у складі цілого. (с. 116).

Також, у статті “Idiom Comprehension in School-Age Children with and without Language Impairment” автори досліджують рівень розуміння ідіом у дітей з порушенням мовлення. У вступній частині статті автори визначають ідіому як “словосполучення з переносним значенням, відмінним від прямого значення слів, що входять до складу словосполучення” (Carroll, J. M., McLeod, S., & Hough, M., 2020, p.1966).

Деякі ідіоми послуговуються загальноприйнятим та загальновідомим значенням, але є й ті, що є досить локальними та непопулярними у використанні, будучи надбанням конкретної культури, регіону, мовної спільноти і т.д.

Ідіоматичні вирази є часто вживаними в різних мовах і є важливою частиною їхньої лексики. Вони можуть містити вирази, які не мають прямого значення і можуть виглядати досить незрозуміло в перекладі. Більш того, ідіоматичні вирази є важливою частиною мови будь-якої культури. Вони є невід’ємною складовою мовного виразу та передають складні поняття або ідеї в лаконічній та звичній для мовців формі. Українська та корейська мови мають багату ідіоматичну спадщину, яка використовується в різних контекстах та ситуаціях.

Семантика (грецьк. *semantikos* – означальний, франц. *semantique* – наука про зміст, від грецьк. *semantikos* – що має значення, означає) – ... 2) розділ мовознавства, що вивчає план змісту, смислу, значення в мові, тлумачення знаків і знакових виражень, окреслених предметною (екзистенційною) та поняттєвою (інтенційною) сферами (Загнітко, 2012, с. 251).

Основна особливість семантики ідіоматичних виразів полягає в тому, що їх значення не можна зрозуміти шляхом простого складання значень окремих слів, що входять до виразу. Наприклад, “брати собі в голову” українською мовою означає “запам’ятовувати”, а не “брати щось руками в голову”. Такі вирази мають свої сталі формули та синтаксис, тому їх слід розглядати як цілісні семантичні одиниці. Однією зі складових частин семантики ідіоматичних виразів є метафоричність. Відтворення метафоричного значення виразу залежить від конкретного контексту, ситуації та умов, у яких він вживається. Крім того, ідіоми можуть мати різні ступені розуміння у різних культурах та мовах, оскільки їхнє значення може базуватися на культурних або історичних контекстах.

Виявлення спільних та відмінних рис у семантиці ідіоматичних виразів є важливим завданням в лінгвістиці. Якщо порівнювати саме семантику українських та корейських ідіоматичних виразів, то спільними рисами є значення, що відрізняється від буквального сенсу складових слів, стійкість, що полягає в їх використанні в певному контексті з незмінним лексико-граматичним складом, а також метафоричність, що виражається в передачі переносного значення. Водночас, відмінності між цими мовами можуть проявлятися у різному ступені фразеологічної стійкості, де деякі вирази можуть мати більшу варіативність у вживанні, а також у різному рівні метафоричності, де деякі вирази є більш прямими у вираженні свого значення.

З викладеного вище можна зробити висновок, що ідіоматичні вирази є важливою частиною мовної семантики, яка вивчає значення слів і їх взаємозв’язок з реальністю. Порівняння семантики ідіоматичних виразів в обох мовах дозволяє краще зрозуміти, як культурні та історичні контексти впливають на їх використання та розуміння. Крім того, вивчення ідіом дає можливість виявити спільні та відмінні риси між мовами, що допомагає поглибити знання про структуру мовного мислення, а також покращити міжкультурну комунікацію. Розуміння ідіоматичних виразів може стати важливим інструментом для перекладачів, лінгвістів і тих, хто вивчає мови, оскільки вони відображають унікальні особливості кожної культури та її світогляд.

ЛІТЕРАТУРА

- Бусел, В. (2005). *Великий тлумачний словник сучасної української мови: 250000 слів* (8-ме вид.). Перун.
- Carroll, J. M., McLeod, S., & Hough, M. (2020). Idiom comprehension in school-age children with and without language impairment. *Journal of Speech, Language, and Hearing Research*, 63, 1966.
https://doi.org/10.1044/2020_JSLHR-19-00386
- Загнітко, А. (2012). *Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни*. Дон.

ФОРМУВАННЯ У СТАРШОКЛАСНИКІВ КУЛЬТУРИ ВІРТУАЛЬНОГО САМОВИРАЖЕННЯ

Моторний О. Г.

Київський національний лінгвістичний університет

Баган М. П.

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному світі цифрових технологій уміння старшокласників відповідально й етично висловлюватися у віртуальному середовищі стає важливим компонентом їхнього соціального та професійного становлення. Зростання впливу соціальних мереж, онлайн-комунікації та дистанційного навчання потребує формування в учнів культури віртуального самовираження, що передбачає навички створення якісного контенту, дотримання етичних норм й уміння критично оцінювати інформацію.

Культура віртуального самовираження – важливий чинник соціалізації особистості в умовах цифрового суспільства. Молодь усе частіше висловлює себе у віртуальних спільнотах через блоги, соціальні мережі та інші цифрові платформи. Віртуальний простір дуже привабливий для особистостей, які ще формуються й не мають стійких принципів комунікації. За спостереженнями психологів, “міжособистісна комунікація відіграє важливу роль у формуванні підлітка як частина цього світу. У віртуальному просторі підліток має більше можливостей бути почутим, проявити себе та самопрезентуватись так, як не може зробити цього в реальності” (Катрич, 2022, с. 47). Отже, віртуальне спілкування розширює можливості молоді щодо самовираження та соціальної взаємодії, пошуку однодумців, незалежно від місця проживання та статусу. Основні його переваги: доступність, багатофункціональність, можливість миттєвої комунікації, широке охоплення аудиторії.

Водночас занурення у віртуальне комунікативне середовище, де занижена планка дотримання правил етикету, багато дезінформації, хейту, можливий кібербулінг, призводить до викривлення уявлень молоді про норми комунікативної взаємодії. Фахівці застерігають: “Інтернет-простір приваблює не тільки широкими можливостями збагачення інформацією, оперативності її отримання, спілкування на тематично різноспрямованих сайтах, у чатах, а й можливостями вести таке спілкування анонімно під вигаданим “ніком”, а, отже, не нести відповідальності за допущені непристойності. Окрім того, тривала присутність в інтернет-мережах створює ілюзію зайнятості” (Алексєєнко та ін., 2019, с. 104). Доведено, що анонімність сприяє спалахам агресії та деструктивної поведінки, зниженню рівня відповідальності за висловлювання, викривленню інформації. Відсутність невербальних сигналів ускладнює розуміння емоційного стану співрозмовника та може призводити до непорозумінь.

Формування культури віртуального спілкування є необхідною умовою безпечного та ефективного комунікативного середовища. Баланс між свободою самовираження та відповідальністю за висловлені думки має бути ключовим принципом етичного спілкування в мережі. Протидіяти згубним впливам дезінформації, мови ворожнечі та кібербулінгу можна лише поширенням культури спілкування та розвитком цифрової грамотності користувачів.

Культуру віртуального самовираження важливо інтегрувати в систему освіти та виховання старшокласників, а саме впровадити окремі освітні модулі, у межах яких учні вивчатимуть механізми розпізнавання маніпуляцій, способи уникнення конфліктів та створення позитивного цифрового іміджу.

Старшокласники визнають важливість культури онлайн-спілкування, але часто не дотримуються її норм. Основні причини порушень: бажання самоствердитися, вплив оточення, відсутність чітких правил і покарань за неналежну поведінку. Конфлікти в онлайн-просторі виникають через емоційну імпульсивність, непорозуміння та відмінності в смаках і цінностях. Навчання комунікативних тактик конструктивного вирішення конфліктів та запобігання їм в онлайн-середовищі є важливим аспектом цифрової культури.

У системі середньої освіти необхідно вжити низку заходів для формування в школярів цифрової грамотності та навичок віртуальної комунікації. Місія вчителів полягає не лише в передаванні знань, а й у формуванні етичної відповідальності учнів за власну онлайн-комунікацію. Розробки занять повинні передбачати як теоретичні, так і практичні завдання, що спонукатимуть учнів аналізувати власний стиль комунікації в інтернеті. Ретельно дібрані практичні кейси та рольові ігри навчать учнів розуміти реальні комунікативні проблеми та знаходити оптимальні шляхи їх розв'язання. Використання гейміфікації (наприклад, рейтинги за культуру онлайн-спілкування, квести) підвищить мотивацію учнів до самовдосконалення. Використання мультимедійних ресурсів (відеоуроки, інтерактивні тести, імітаційні ситуації) також удосконалив навички роботи молоді з віртуальними ресурсами.

Отже, мотивацію старшокласників дотримуватися культури віртуального спілкування варто формувати в освітньому середовищі через розвиток їхнього усвідомлення особистої відповідальності за власний цифровий імідж, навичок самоконтролю та критичного аналізу інформації.

ЛІТЕРАТУРА

- Алексєєнко, Т. Ф., Гончар, Л. В., Канішевська, Л. В., Малиношевський, Р. В. (2019). *Цінність життя підлітка: світоглядні орієнтири* (Шахрай В. М., Ред.). Імекс-ЛТД.
- Катрич, О. Р. (2022). *Віртуальний простір як чинник формування цінностей сучасного підлітка* [Кв. р. маг., Маріупольський державний університет]. Інституційний репозитарій МДУ.

ЕВФЕМІЗМИ У ТУРЕЦЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ МОВЛЕННІ

Мурин Д. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Пілик В. В.

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Політики застосовують різні стратегії політичної комунікації, щоб отримати владу, заручившись підтримкою людей. Промови, виголошені політиками, лідерами, слова яких мають значну цінність для людей, вимагають від мовця особливої обережності у використанні лексики, що торкається тем делікатного характеру та військової спрямованості. За допомогою обіцянок щодо стабільності, процвітання, добробуту, політичні лідери у своїх промовах прикрашають реальність, приховуючи негативні факти, явища, які не можна ігнорувати, але які можна пом'якшити і уникнути уваги, котра могла б бути на них сфокусована. Такі матеріали політичних промов містять величезну кількість завуальованих понять, до яких політики вдаються через необхідність (Allahverdiyeva, Budaqova, Piriyeve, Eyyubova, & Abbasova, 2021).

“Евфемізм” є мовним засобом, який використовується для непрямого та прихованого позначення певних предметів, явищ, дій чи понять у пом'якшеній та ввічливій формі (Poluzhyn, Yurychko, 2023). Використовуючи евфемізми, люди прагнуть замінити соціально чи психологічно неприйнятні терміни альтернативами, які мають більш нейтральну конотацію. Тому евфемізми розглядаються як доречний та естетично привабливий спосіб ефективної передачі інформації. Слово стає евфемізмом лише в певному контексті дискурсу. Саме по собі слово є терміном або номеном, що позначає лінгвістичне поняття (Poluzhyn, Yurychko, 2023).

Важливо зауважити, що протилежним за своєю метою терміном до евфемізму є “дисфемізм”, що має образливу конотацію та негативне значення. Дисфемізми вживаються для засудження певного аспекту події, зокрема у політичному мовленні. Завдяки дисфемізмам мовець представляє ситуацію або характеристики співрозмовника в негативному світлі. Зневажлива конотація дисфемізмів породжує негативні емоції та оцінки, несхвалення та презирство в політичному мовленні. Однак дисфемізми дуже часто вживаються в політичному дискурсі з метою привернути увагу аудиторії до певних проблем або вплинути на неї (Allahverdiyeva, Budaqova, Piriyeve, Eyyubova, & Abbasova, 2021).

Відповідно, евфемізми мають такі основні функції, як: *превентивну* (пов'язана з використанням евфемізмів як заміників табу, що сформувалися в суспільстві як релігійні та соціальні заборони); *завуальовану* (ілюструє намір адресанта замаскувати ті факти з реального життя, які він не згоден обговорювати відкрито, або приховати неприйнятні політичні факти з метою здобуття політичної влади); *пом'якшувальну* (передбачає певний вплив на

емоційну сферу адресата, прагнення учасників комунікативного процесу забезпечити комунікативну співпрацю та не допустити виникнення в адресата тривоги чи незадоволення під час спілкування з метою збереження сприятливого ставлення до адресата); *елевativну* (дозволяє мовцю представляти дійсність у піднесеному та оптимістичному стилі) (Chetaikina, 2023).

Варто зауважити, що політичний евфемізм – це інструмент, за допомогою якого політичні лідери контролюють передачу інформації. Політичні евфемізми поділяють на *військово-політичні*, *дипломатичні* та *ідеологічні*. Основними факторами, що спричиняють явище політичної евфемізації, є 1) високий рівень соціальної культури та суспільної поведінки; 2) ідеологія та менталітет суспільства; 3) комерційний інтерес до людини як потенційного клієнта (Heruk, 2018).

У політичних промовах Реджепа Тайїпа Ердогана та в новинах яскравими прикладами застосування евфемізмів можуть слугувати наступні слова: евфемізм “*üçüncü dünya ülkesi*” (країна третього світу) замість дисфемізму “*az gelişmiş/gelişmekte olan ülke*” (малорозвинена країна/країна, що розвивається); “*satın alım gücü*” (низька купівельна спроможність) замість дисфемізму “*yoksulluk seviyesi*” (рівень бідності) в економічному сенсі; евфемізм “*engelli*” (людина з обмеженими можливостями/гандикап) замість дисфемізму “*sakat*” (інвалід), евфемізм “*görme engelli*” “людина з порушенням зору” замість дисфемізму “*kör*” (сліпий), “*işitme engelli*” (людина з порушенням слуху) замість “*sağır*” (глухий), які використовуються політиками, щоб психологічно не образити людей з фізичними вадами.

Таким чином, евфемізми та дисфемізми значно впливають на сприйняття інформації в політичному дискурсі. Залежно від вибору того чи іншого засобу, аудиторія отримує не лише інформаційне, але й емоційне повідомлення. Тому дослідження цих явищ у медіатекстах є актуальним і розкриває потенціал для маніпулювання та нав'язування думки. Ці мовні засоби також проникають у медійний дискурс і формують нові моделі мовлення (Allahverdiyeva, Budaqova, Piriyeva, Eyyubova, & Abbasova, 2021).

Отже, ми дійшли висновку, що підготовлений виступ політика містить багато риторико-стратегічних засобів насамперед евфемізмів для успішного впливу на свідомість мас. Тому, слід зазначити, що евфемізми відіграють важливу роль у політичних промовах з погляду політкоректності.

ЛІТЕРАТУРА

- Allahverdiyeva, A., Budaqova, A., Piriyeva, H., Eyyubova, A., & Abbasova, M. (2021). Euphemisms and dysphemisms as language means implementing rhetorical strategies in political discourse. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 17(2), 741-754. Doi: 10.52462/jlls.52
- Chetaikina, V. (2023). The Role of Euphemisms in Political Discourse. *Закарпатські філологічні студії*, (31), 90-93.
DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.31.16>
- Heruk, I. (2018) Euphemisms as a means of manipulation in political discourse. Н. М. Андрійчук (Ред.), *Збірник матеріалів IV Міжнародної науко-*

во-практичної студентської конференції для студентів немовних спеціальностей. Видавництво Житомирського державного університету імені Івана Франка.

Poluzhyn, M., Yurychko, I. (2023). The Use of Euphemisms in Modern Political Discourse. *Young Scientist*, 10 (122).

СПОСОБИ ВІДТВОРЕННЯ КУЛЬТУРНО-МАРКОВАНОЇ ЛЕКСИКИ У БРИТАНСЬКОМУ СЕРІАЛІ MIDSOMER MURDERS

Нілова Д. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Подсєвак К. С.**

Кандидат філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

Кожен народ багатий своєю історією та культурою, а основним її скарбом вважається мова, якою люди спілкуються. Мова є способом вираження, пояснення та відображення світу. Мову називають “кодом нації”, за допомогою передається інформація з покоління в покоління. Саме це відображення світу кожного народу і нашої нашої дослідників різних країн (Зорівчак, 1985; Goodspeed, 2015; Newmark, 2015) вивчати мову як предмет національно-специфічного спілкування, відзначаючи переклад одним з різновидів міжкультурної комунікації (Venuti, 2004).

Актуальність дослідження полягає у тому, що адекватне відтворення українською мовою культурно-маркованої лексики в сучасному англомовному кінодискурсі сприяє розумінню культурних та національних особливостей Великої Британії українськими реципієнтами, що своєю чергою, є запорукою міжкультурної співпраці в часи інтенсивної взаємодії двох країн у різних галузях.

Об’єктом дослідження є культурно-маркована лексика у британському серіалі Midsomer Murders.

Предметом дослідження є способи перекладу українською мовою культурно-маркованої лексики у британському серіалі Midsomer Murders.

Аналіз українського перекладу британського серіалу Midsomer Murders дозволив виокремити такі способи відтворення культурно-маркованої лексики у британському серіалі Midsomer Murders:

- **транскодування:**

“...and the Hades Caves in particular, which are an incredible feat of engineering with a glorious, if somewhat questionable, *bacchanalian* past.” (True-May, Buck & Pedersen, 2021) —...а особливо печери Аїда, які є неймовірним досягненням інженерії зі славним, хоча децю сумнівним, *вакханальним* минулим. У цьому прикладі збережено графіко-фонетичну форму англомовної лексичної одиниці (транслітерація+транскрибування), семантика якої є ідентичною у мові перекладу..

- **калькування:**

"We could drive into the village, you know. We're **electric**." (True-May, Buck & Pedersen, 2021) – Ми могли б могли поїхати в село машиною, знаєш. Ми ж на **електричці**. Оскільки "електричкою" в українській мові називають машини, які не працюють на бензині чи дизельному паливі, у цьому випадку застосування калькування дає можливість передати лексичні одиниці, які мають мотивованість у вихідній мові, але вимагають творчого підходу для відтворення їх змісту в мові перекладу.

- **контекстуальний переклад :**

"Him and his wife, Dixie, fully embraced **the green initiative**." (True-May, Buck & Pedersen, 2021) – Він зі своєю дружиною Діксі повністю підтримали **екологічну ініціативу**. Цей приклад застосування контекстуального перекладу ілюструє такий випадок, коли підбір еквіваленту на основі контексту вживання виразу найкраще відображає його семантичні особливості.

- **гіпонімічний переклад:**

"You banned him from **the pub quiz**." (True-May, Buck & Pedersen, 2021) – Ти заборонив йому **повідгадувати**. У цьому прикладі використано прийом генералізації – для передачі терміну "pub quiz", що має значення "вікторина в пабі", прямий відповідник не є доцільним, оскільки в українській мові доречніше зберегти загальний зміст, незважаючи на втрату деяких нюансів.

"Chuffed up **buggery** with that." (True-May, Buck & Pedersen, 2021) – До **нестями** задоволений цим. Застосування гіпонімічного перекладу при перекладі слова "buggery" зумовлено його семантичними особливостями, адже ця одиниця використовується для посилення емоцій, загалом дуже грубих та негативних. При використанні такого типу відтворення відбувається певна нейтралізація інтенсивності емоційної забарвленості, однак загальне значення чітко передається.

Отже, переклад культурно-маркованої лексики є надзвичайно складним процесом, який вимагає застосування різних способів перекладу для відтворення контексту та культурного колориту вихідного тексту. Зокрема, поширеними способами відтворення культурно-маркованої одиниць є транскодування, калькування, контекстуальний переклад та гіпонімічний переклад. Володіння перекладачем високою мовною компетенцією, різними техніками перекладу та методами адаптації тексту є важливим для відтворення культурного контексту.

ЛІТЕРАТУРА

- Зорівчак, Р. П. (1985). Статус реалії як перекладознавчого терміна. А.С.К.
- Goodspeed, E. J. (2015). *Problems of New Testament translation*. University of Chicago Press.
- Newmark, P. (2015). *Approaches to translation*. Oxford University Press.
- True-May, B., Buck, M., Pedersen, L. (Executive Producers). (2021). *Midsomer Murders* [TV Series Tapescript]. *Transcripts archive*.
<https://transcripts.foreverdreaming.org/viewtopic.php?t=137987&sid=d-6d5e3d0139e59041e6abebff275310d>
- Venuti, L. (2004). *The translator's invisibility: A history of translation*. Routledge.

ЗАСОБИ ВІДТВОРЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЛАКУН У МІЖКУЛЬТУРНІЙ ІТАЛІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Олікевич В. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Філоненко Н. Г.

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Міжкультурна комунікація відіграє важливу роль у сучасному глобалізованому світі, сприяючи взаєморозумінню між представниками різних культур. Однак одним із головних викликів міжкультурного спілкування є наявність соціокультурних лакун, тобто прогалин у знаннях і досвіді, зумовлених відмінностями у мовних, культурних та соціальних контекстах. Дослідження засобів відтворення соціокультурних лакун у міжкультурній італійсько-українській комунікації є актуальним і важливим для забезпечення ефективної міжкультурної взаємодії.

Термін “лакуна” широко використовується в різних сферах життя. Його значення варіюється залежно від галузі застосування, зокрема в ботаніці, анатомії, фізіології, психології. У мовознавстві цей термін вперше ввели французькі лінгвісти Ж. Віне та Ж. Дарбельне (1958, с. 10), які визначили лакуну як феномен, що виникає, коли в одній мові відсутній еквівалент певного слова з іншої мови. Таке трактування є найбільш поширеним і визнаним серед сучасних лінгвістів. Лакуни існували, існують і продовжуватимуть існувати в мовах і мисленні. У лінгвістичній картині світу є значна кількість одиниць, які важко передати іншими мовами. Дж. Лайонс (1997, с. 301) розглядає лакуни крізь призму архітектури, порівнюючи їх із прогалинами в орнаменті. У свою чергу, Дж. Ванг (1989, с. 69) описує ці явища як порожні лінгвістичні символи. Дослідження лакун активно ведеться протягом багатьох років. Як зазначає мовознавиця І. О. Голубовська (2004, р. 23), раніше лакуни в мовах, культурах і знаннях у різних картинах світу розглядали переважно у контексті етнокультурної спрямованості.

На думку дослідників, лакуни – це явища, які отримують чітке мовне та культурне вираження в одних спільнотах, тоді як в інших залишаються неозначеними або незафіксованими на рівні суспільної свідомості. Вчені визначають мовні лакуни як категорії, що включають як окремі лакуни, так і лакунарні одиниці, які разом формують цю концепцію.

Соціокультурні лакуни можуть бути пов’язані з різними аспектами культури: лінгвістичними, соціальними, етнографічними, історичними та концептуальними. У міжкультурному діалозі між італійцями та українцями ці лакуни виникають через різні історичні передумови, традиції, систему цінностей та мовні особливості.

Лакуни мають безліч класифікацій, від широких, що охоплюють і розділяють практично весь лакунарний склад мови, до більш вузьких

категорій, які застосовуються лише до невеликої кількості лексики. Найбільш поширені підрозділи лакун – це лінгвістичні та етнографічні.

Дослідження містить аналіз основних методів подолання соціокультурних лакун у перекладацькій практиці та міжособистісному спілкуванні. Серед ключових методів виокремлюються адаптація, транслітерація, калькування, коментарі та компенсація (Nida, 1964). Окрім цього, особливу увагу приділено когнітивним стратегіям сприйняття італійсько-українських реалій, які дозволяють усунути комунікативні бар'єри та сприяють ефективній передачі культурно специфічної інформації.

Практична частина роботи базується на аналізі перекладів італійської художньої, публіцистичної та ділової літератури українською мовою, а також на дослідженні соціокультурних бар'єрів у живому міжкультурному спілкуванні. Наведено конкретні приклади лакун у перекладах творів італійських авторів, таких як Умберто Еко, Італо Кальвіно та Елена Ферранте, що підтверджують складність відтворення культурно специфічних понять українською мовою.

Результати дослідження демонструють, що для успішної міжкультурної комунікації важливо не лише враховувати мовні особливості, а й розуміти культурний контекст, у якому функціонують певні поняття. Використання комбінованих методів перекладу, а також застосування контекстуалізації та пояснень сприяє ефективному передадню значення, що мінімізує ризики непорозуміння.

Таким чином, магістерська робота висвітлює проблему соціокультурних лакун у міжкультурній італійсько-українській комунікації, пропонує ефективні засоби їхнього подолання та підкреслює важливість культурної обізнаності у процесі міжмовної взаємодії. Одержані результати можуть бути корисними для перекладачів, фахівців із міжкультурної комунікації, лінгвістів та всіх, хто цікавиться проблемами міжкультурного діалогу.

ЛІТЕРАТУРА

- Голубовська, І. О. (2004). *Етноспецифічні константи мовної свідомості* [Автореф. дис. д-ра філол. наук, Київський національний університет імені Тараса Шевченка]. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського.
<https://uacademic.info/ua/document/0504U000536>
- Lyons, J. (1997). *Semantics*. Cambridge University Press.
- Nida, E. A. (1964). *Toward a science of translating: With special reference to principles and procedures involved in Bible translating*. Brill.
- Vinay, J. R., & Darbelnet, J. (1958). *Stylistique comparée du français et de l'anglais*. Didier.
- Wang, X. J. (1989). Empty signs in language. *Chinese Learning Monthly*, 2, 67–70.

ЧИСЛІВНИКИ В КОРЕЙСЬКОМУ БУДДИЗМІ: САКРАЛЬНИЙ ТА СИМВОЛІЧНИЙ ЗМІСТ КИТАЙСЬКИХ ЧИСЛІВНИКІВ У КОРЕЙСЬКІЙ МОВІ

Орос С. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Водяницька Т. С.

Викладач

Київський національний лінгвістичний університет

Числівники мають величезне значення в багатьох культурах і релігіях, набуваючи символічного та сакрального сенсу. Буддизм, який поширився в Кореї під впливом Китаю, активно використовує числову символіку в своїх текстах, обрядах і архітектурі. Особливо важливими є китайські числівники, які глибоко вплетені в корейську буддійську традицію. Вони слугують для пояснення доктрин, підкреслення святості ритуалів і створення просторової гармонії в храмах. Тому дослідження символізму чисел у корейському буддизмі, їхнього впливу на ритуали, архітектуру та філософію є надзвичайно важливим.

Кожне число в буддизмі має своє особливе значення, відображаючи різні аспекти вчення. Корейська традиція зберігає класичні буддійські інтерпретації чисел, але також надає їм унікального сенсу, пов'язаного з місцевою культурою. Давайте розглянемо кілька з цих чисел:

Число 1 (일, 一) – символізує єдність, абсолют та просвітлення. Буддизм часто говорить про “Єдиний шлях” як спосіб досягнення Нірвани. У корейській буддійській традиції це відображено у концепції єдиного центру духовного життя – монастиря або храму. Храми часто будуються як окремі комплекси, що символізують відокремлення від мирського життя.

Число 3 (삼, 三) – уособлює три коштовності буддизму: Будду, Дхарму та Сангху. Корейські буддійські храми відображають цю символіку через три головні будівлі або три рівні у храмовій структурі. Також число три використовується у молитвах і мантрах. Наприклад, буддійські монахи часто виконують ритуали тричі для закріплення їхньої духовної сили.

Число 4 (사, 四) – хоча у китайській традиції асоціюється зі смертю, у буддизмі символізує Чотири благородні істини, що становлять основу вчення. Корейські буддійські монахи часто поділяють свої настанови на чотири частини відповідно до цього символізму. У багатьох храмах можна знайти зали, присвячені саме цим істинам.

Число 7 (칠, 七) – вважається священним і пов'язане із сімома факторами просвітлення, а також сімома тижнями жалоби після смерті. Корейські буддійські монастирі часто мають сім основних будівель, що символізують різні рівні духовного розвитку. Число сім також зустрічається в традиції медитаційних практик – мантри та молитви повторюються сім разів.

Число 9 (구, 九) – є символом завершеності, його часто використовують у мантрах та ритуалах. У корейській буддійській традиції дев'ять кроків на шляху до просвітлення – це важливий елемент духовної практики. Дев'ять рівнів буддійських небес відображені у храмовій символіці.

Корейський буддизм значною мірою зберіг китайську традицію числової символіки, але водночас адаптував її до своєї культури. У корейських буддійських текстах та ритуалах активно використовуються китайські числівники, зокрема під час читання сутр, визначення кількості поклонів і обрядів. Наприклад, у корейському буддизмі існує практика 108 поклонів, що символізує 108 людських пристрастей, які потрібно подолати на шляху до просвітлення. Крім того, багато буддійських шкіл у Кореї використовують китайську систему числення для визначення дат ритуалів і свят. Число 108 також часто зустрічається в корейських молитовних намистах (Мала *마라*, молитовні намистини які можуть бути виготовлені з різних матеріалів, таких як насіння, кістка, дерево, камінь та інші синтетичні матеріали), які використовуються для медитації та духовної практики.

Числівники також знаходять своє відображення в архітектурі храмів і монастирів. Наприклад, пагоди можуть мати три, сім або дев'ять рівнів, що символізує духовний розвиток. Один із найзначніших буддійських артефактів Кореї, “Трипітака Кореана”, містить безліч прикладів використання числівників у сакральному контексті. Числа тут служать для пояснення буддійських концепцій, а також у структурі текстів.

Крім того, числова символіка активно використовується в будівництві храмових комплексів. Наприклад, традиційні корейські храми часто мають четверо головних воріт, які символізують Чотири благородні істини. Усередині храмових комплексів можна знайти вісім основних залів, що відображають Вісімковий шлях буддизму.

Отже, корейський буддизм зберіг і розвинув традицію використання числівників, запозичених із китайської культури. Вони мають сакральне значення у священних текстах, ритуалах та храмовій архітектурі. Числова символіка допомагає віруючим краще зрозуміти буддійське вчення та його концепції, а також сприяє духовному розвитку. Дослідження числівників у корейському буддизмі відкриває нові горизонти для вивчення зв'язку між мовою, релігією та культурою.

МЕТАФОРИКА В МОВЛЕННЄВІЙ ПРАКТИЦІ УКРАЇНСЬКОГО ВЧИТЕЛЯ

Остапчук А. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Мінчак Г. Б.

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Метафора – один з основних способів вираження думок у мовленні, що дозволяє створювати яскраві образи, робити викладений матеріал емоційно наочним і доступним для розуміння. Із цих причин у мовленнєвій практиці вчителя метафорика виконує ключову роль, адже педагог не лише передає

знання, а й формує світогляд учнів, виховує їх та мотивує до навчання. Це питання частково було об'єктом дослідження науковців (О. Вержанської, В. Гречух, О. Ігнатович, Л. Мафтин, Т. Лагути, О. Черниш та ін.).

Мета нашої роботи – описати види метафор та їхні функції в мовленні сучасного вчителя в українських закладах загальної середньої освіти.

Відомо, що метафора є одним із різновидів неморфологічного лексико-семантичного способу словотворення, тобто полягає в перенесенні назви з одного предмета на інший на основі подібності. Часто з метою удоступнення того чи того теоретичного положення сучасний учитель використовує метафоричні образи для створення аналогій, які допомагають учням легше зрозуміти складні явища. Такі приховані порівняння дозволяють учням швидше запам'ятовувати матеріал, адже мозок краще сприймає інформацію, коли вона пов'язана з яскравими образами. Наприклад, у математиці поняття *числова вісь* можна пояснити як *дорогу, по якій рухаються числа*, а *формулу* порівняти з *дорожнім знаком на автомагістралі чисел*.

Крім того, метафоричне мислення сприяє розвитку критичного сприйняття інформації, допомагає учням аналізувати, порівнювати й знаходити приховані значення. У цьому випадку робота з метафорами розвиває креативність, що особливо важливо для гуманітарних дисциплін. Так, на уроці історії можна запропонувати учням розглянути метафору *Держава – це корабель, а президент – капітан*, що допоможе їм аналізувати, як політичні лідери впливають на розвиток країни; так само можна запропонувати пояснити учням метафоричну фразу про те, що *минуле – це книга, яку ми читаємо разом*.

Також метафори в освітньому процесі виконують виховну функцію, допомагаючи формувати цінності та моральні орієнтири учнів. Наприклад, у процесі виховних бесід учителі часто використовують метафоричні вислови: *дружба – це міст, який потрібно будувати разом; доброта – це світло, що ніколи не згасає; кожен учень – це паросток, що потребує догляду*. Відповідні метафори сприяють розумінню важливості моральних чеснот, допомагають виховувати відповідальність, взаємоповагу та підтримку в колективі. Натомість негативні метафори на зразок *ти тягнеш клас на дно* можуть спричинити демотивацію та зниження самооцінки учня. Тому педагогам слід уважно добирати метафори, які формують позитивний настрій у дітей.

Уживання метафор є важливим процесом у мовленнєвій практиці українського вчителя, адже вони можуть утворюватися за різними принципами, залежно від контексту уроку й особливостей навчального матеріалу. Засобами творення метафори може бути: колір, розмір, форма, функція, місцезнаходження, емоційні враження, персоніфікація (Лагута, Вержанська, 2020).

Так, використання кольорів у метафорах допомагає передати емоційний стан або характеристику предметів. Наприклад, метафора *яскраві враження* вказує на насиченість почуттів і емоцій, а фраза *білий світ* підкреслює безмежність і відкритість світу для людини.

Розмір як основа метафори використовуються для підсилення значення або зменшення його важливості. Наприклад, *ніби гора з плечей* передає

відчуття полегшення. На уроці історії України вчитель може сказати, що *Київська Русь була маяком серед держав свого періоду*, допомагаючи учням краще уявити масштаби історичної події.

Форма предмета чи явища може стати джерелом метафори. Наприклад, *рука правосуддя* передає ідею справедливості, а *кривий шлях* трактується як неправильні вчинки. Крім того, під час виховної години вчитель може сказати, що *чесність – це рівна освітлена дорога, що веде до довіри та взаємоповаги*, акцентуючи увагу на моральних цінностях в учнів.

Функція предмета або явища може бути перенесена на інші сфери. Так, учитель може пояснити учням, що *читання – це ліхтар, що освітлює тернистий шлях до знань*, підкреслюючи значення книжки в житті людини.

Місцезнаходження як основа метафоричних конструкцій допомагає пояснити соціальні й емоційні явища. Наприклад, *дно життя* означає крайню межу бідності, а *вершина успіху*, навпаки, підкреслює досягнення.

Емоції також часто стають підґрунтям для метафоричних висловів. Так, *свіжа душа* означає відкритість і щирість; *світлі очі* вказують на значне зацікавлення чи захоплення чимось або кимось.

Отже, метафорика є важливим елементом мовленнєвої практики українського вчителя, що дозволяє оживити навчальний процес, зробити його більш цікавим і зрозумілим. Учитель, який активно та вдало послуговується метафорами, може не лише передавати знання, а й надихати, мотивувати й виховувати своїх учнів. Відповідно до цього важливо приділяти увагу розвитку мовленнєвої майстерності педагогів і вдосконалювати навички використання метафор у професійній діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

Лагута, Т. М., & Вержанська, О. М. (2020). Роль метафори в мовленнєвій практиці викладача. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*, 31 (70), 67–71.

ЕМОТИВНА ЛЕКСИКА В СОЦІОЛЕКТАХ ЯПОНСЬКИХ СУБКУЛЬТУР

Очкас М. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Охріменко М. А.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Мова субкультур є не лише засобом комунікації, а й виразником емоцій та ідентичності їхніх носіїв. Однією з ключових особливостей соціолектів японських субкультур є активне використання емотивної лексики – слів і виразів, що передають почуття, відтінки емоцій та ставлення мовця до предмета розмови. Вивчення емотивної лексики дозволяє глибше зрозуміти механізми мовної експресії та її вплив на субкультурний дискурс.

Гіперболізація емоцій через неологізми та скорочення. В японській субкультурній лексиці активно використовуються слова, що передають підсилені емоційні стани. Наприклад, ヤバい (yabai), яке в стандартній мові може означати як “небезпечний”, так і “крутий”, у субкультурному контексті може означати надзвичайний захват, подив або навіть розчулення. Крім того, активно з’являються нові варіації популярних слів, такі як やばみ (yabami) – похідне від “yabai”, що додає ще більшої емоційності.

Використання скорочених форм, які стають окремими емотивними маркерами, наприклад, エモい (emoi) – похідне від “emotional”, яке виражає сильні почуття від ностальгії до захоплення.

Запозичення та адаптація слів для емоційного вираження. Англійські запозичення активно входять у японську субкультурну мову та набувають додаткових емоційних значень. Наприклад, слово テンション (tenshon, від “tension”) у японській мові не означає напругу, а рівень емоційного збудження (テンション高い – “дуже емоційний, на підйомі”).

Використання звуконаслідувальних слів (ономатопеї) у нових значеннях: ドキドキ (doki-doki) – хвилювання, ワクワク (waku-waku) – передчуття радості. Ономатопеї також використовуються в цифровому спілкуванні та можуть трансформуватися у письмові скорочення, наприклад, ドキ (doki) замість повного ドキドキ.

Модифікація граматичних конструкцій для підсилення емоційності. Використання суфіксів і постфіксів для підкреслення ступеня емоційності. Наприклад, かわいい (kawaii, “милий”) часто підсилюється подовженням голосних (かわい～ (kawaii～) або додаванням суфікса すぎる (sugiru, “надмірний”): かわいすぎる (“занадто милий”).

Додавання специфічних часток, наприклад, じゃん (jan), що надає розмові більш неформального, емоційно насиченого характеру (これ、最高じゃん! – “Це ж просто неймовірно!”). Інший приклад – частка わ (wa), яка використовується для м’якшого, але все ж емоційного вираження (たのしいわ – “Це так весело!”).

Роль емотивної лексики в цифровій комунікації. Використання спеціальних символів, що додають емоційного забарвлення тексту (наприклад, 草 (kusa, “трава”) як символ сміху, похідне від www).

Адаптація каомодзі (顔文字) та емодзі для підсилення емоційного контексту повідомлень: (≥▽≤), (; _ ;). Додатково, з розвитком соціальних мереж популярними стають сленгові аббревіатури, такі як wtkk (ワクテカ – скорочення від ワクワクテカテカ, що означає передчуття, захват).

Вплив емотивної лексики на культурну ідентичність субкультур. Субкультурна мова не лише відображає емоційні аспекти спілкування, а й формує певну спільну ідентичність. Використання характерних виразів може слугувати своєрідним маркером належності до певної групи, а також засобом соціального розмежування. Наприклад, мова атаку включає багато специфічних термінів, пов’язаних із аніме, мангою та іграми, таких як 神 (kami – “бог”, в значенні надзвичайної майстерності чи високої якості).

Емотивна лексика відіграє важливу роль у соціолектах японських субкультур, формуючи унікальний стиль спілкування та вираження емоцій. Використання неологізмів, скорочень, запозичень, ониматопей та модифікованих граматичних конструкцій дозволяє передавати широкий спектр почуттів – від захоплення до ностальгії. Особливо помітний вплив емотивної лексики у цифровій комунікації, де символи, каомодзі та емодзі доповнюють текстові повідомлення, роблячи їх більш експресивними.

Окрім комунікативної функції, емотивна лексика сприяє конструюванню культурної ідентичності субкультур. Використання специфічних виразів не лише об'єднує членів спільноти, але й слугує засобом соціального розмежування, підкреслюючи приналежність до певної групи. Таким чином, дослідження емотивної лексики дає змогу глибше зрозуміти механізми мовної експресії та її вплив на формування субкультурного дискурсу в Японії.

ПОНЯТТЯ РИТОРИЧНОЇ АРГУМЕНТАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ КИТАЙСЬКОМОВНОЇ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ

Павленко В. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Любимова Ю. С.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Китай офіційно відкрив свої двері для зовнішнього світу в 1978 р., і з тих пір китайська бізнес-комунікація зазнала величезного розвитку як з точки зору частоти використання, так і з точки зору використання та впливу. Однак дослідження китайського ділового дискурсу все ще перебуває на початковій стадії (Wang, 2019, с. 325–338).

Для досягнення стратегічних цілей комунікаторів, а також задля ефективності переконання, риторична аргументація відіграє ключову роль у бізнес-комунікації. У контексті різних країн риторичні засоби аргументацій мають різні особливості. В китайськомовному діловому дискурсі такі особливості зумовлені культурними традиціями, мовними конструкціями, а також прагматичними стратегіями. Дослідивши цю тему, ми зможемо глибше зрозуміти, як будуватиметься бізнес аргументація в китайському середовищі, які принципи лежать в основі переконання, та як вони впливають на прийняття рішень у переговорах та діловому листуванні.

Китайськомовний бізнес-дискурс має свої особливості, які формуються під впливом культурних, соціальних та мовних традицій. Риторична аргументація в китайськомовній бізнес-комунікації часто базується на таких аспектах як: довгострокова перспектива, використання авторитетів та традицій, мовна етика, використання числових даних та фактів, консенсус та компроміс. Детальніше поговоримо про це нижче.

Довгострокова перспектива. У китайській культурі дуже важливо мати довгострокові стосунки, тому аргументація часто орієнтована на побудову довірливих відносин, а не на швидкий результат. Це може виражатися за допомогою звернення до минулого досвіду або обіцянки майбутніх взаємовигідних відносин (Graham, & Lam, 2003).

Використання авторитетів та традицій. Традиції відіграють значну роль в бізнес-комунікаціях. Традиції є невід'ємною частиною життя китайців, тому під час підготовки до бізнес-комунікацій дуже важливо знати традиції та звичаї. Часто для підкріплення аргументів китайці можуть посылатись на авторитети, традиції, а також історичні приклади. Це може виражатись, як згадування класичних текстів, відомі історичні події або досвід попередніх поколінь, або навіть їх самих.

Мовна етика. У китайській мові існує багато способів вираження поваги та ввічливості, що ґрунтується на культурних традиціях, таких як конфуціанські цінності гармонії, ієрархії та колективізму. Використання ввічливих звернень, формальних слів, скромних виразів та непрямой комунікації, а також визнання заслуг інших може підвищити ефективність аргументації.

Використання числових даних та фактів. У китайському бізнесі велике значення мають точність та обґрунтованість. Аргументи часто підкріплюють статистикою даними та фактами. Однак, ці данні можуть подаватись завищено, задля уникнення конфлікту та підтримки дружніх та довгострокових стосунків.

Консенсус та компроміс. В китайській бізнес-комунікації важливим є досягнення консенсусу. Тому аргументація часто спрямована на пошук компромісів, а не на переконування в правоті одної сторони. Це включає в себе поступки з обох сторін щоб уникнути конфліктів та для збереження гармонії.

Китайський бізнес-дискурс є унікальним явищем, яке тісно пов'язане з традиційними та культурними цінностями, при цьому поєднує в собі сучасні комунікативні практики. Тому, задля ефективної комунікації в китайськомовному середовищі не достатньо лише знати мови, потрібно бути добре обізнаним в китайській культурі та прагнути досягти глибокого розуміння культурного контексту, риторичних стратегій та норм ввічливості. Це дасть можливість не лише успішно досягнути бізнес-цілей, уникнути конфліктів та непорозумінь, а й стане одним із вирішальних факторів при побудові міцних довгострокових партнерських стосунків (Enderle, 1997, с. 455–468).

Не варто забувати, що в китайськомовній бізнес-комунікації важливе значення відіграє стриманість та логічна аргументація. Емоційна експресивність може сприйматися негативно, тоді як спокійний тон і врівноважені та структуровані аргументи сприяють ефективній бізнес-комунікації. Розуміння всіх цих аспектів допоможе будувати довірливі стосунки та успішно взаємодіяти як в бізнесі, так і в повсякденному житті.

ЛІТЕРАТУРА

- Enderle, G. (1997). Guanxi and business ethics in Confucian society today. *Journal of Business Ethics*, 16(4), 455-468.
<https://doi.org/10.1023/A:1017949207543>
- Graham, J.L., & Lam, N.M. (2003). *The Chinese negotiation*. Harvard Business Review.
- Wang, J. (2019). Chinese business communication. In Shei, C. (ed.) *The Routledge Handbook of Chinese Discourse Analysis*. London: Routledge, 325–338.

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ “МОВЛЕННЕВИЙ ВПЛИВ” В СУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ СТУДІЯХ

Павленко О. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Любимова Ю. С.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасних вітчизняних дослідженнях з основ мовної комунікації і публічного ділового дискурсу Ф. Бацевича, Г. Гамової, О. Селіванової, Ф. Хмеля, О. Яшенкової та інших наголошується, що ступінь ефективності мовної комунікації визначається результатом актуалізації двох основних соціально значущих функцій – взаємодії та впливу. Під час мовленнєвої взаємодії учасники публічного дискурсу впливають один на одного для досягнення певних результатів, ефектів та успіхів, які мотивовані практичною доцільністю та інтенцією (наміром, метою) комунікатора. Тому ефективність комунікації передусім пов'язана з ефективністю впливу висловлювань суб'єкта на об'єкт.

Мовленнєвий вплив – це процес і результат використання мовних засобів для впливу на свідомість, емоції, поведінку та уявлення адресата. Як зазначає Губічева Є. В. (2024, с. 7), мовленнєвий вплив – об'єкт досліджень не лише лінгвістики, а й низки суміжних наук: психолінгвістики, соціолінгвістики, прагмалінгвістики, психології, риторики. Мовленнєвий вплив у широкому значенні – це будь-яка мовленнєва комунікація в аспекті її цільової обумовленості, це вербальне спілкування, описане з позиції одного з комунікантів, коли він розглядає себе як суб'єкт впливу, а свого співрозмовника – як об'єкт.

До ключових аспектів мовленнєвого впливу належать мовленнєві стратегії і тактики: оратори використовують специфічні мовні засоби (лексичу, синтаксис, інтонацію) для досягнення конкретних цілей, таких як переконання, заспокоєння, заохочення або маніпулювання. Наприклад, емоційна мова, повтори та риторичні запитання часто використовуються в політичній риторичі та рекламі. Як зауважила Шевченко П. А. (2024, с. 5), що для розуміння мовлення необхідно враховувати не тільки лінгвістичні, але й

прагматичні аспекти, тобто наміри мовця, контекст спілкування та реакцію співрозмовника. Прагматичний аспект пов'язаний з мотивами, цілями та стратегіями учасників дискурсу. Комунікативний аспект визначається комунікативним середовищем, каналами спілкування та режимом взаємодії. До аспектів мовленнєвого впливу можна віднести – маніпулятивний аспект. Мовленнєвий вплив може мати як позитивний, так і негативний характер. У випадку маніпуляції мовець навмисно використовує мовні засоби для прихованого впливу на свідомість співрозмовника. Наприклад, використання стереотипів, мовних клише або емоційно навантажених термінів. Також існує аспект емоційного та когнітивного впливу. В роботі Петлюченко Н. В. (2014, с. 79) зазначено, що мова може викликати емоційну реакцію (радість, сум, гнів) або впливати на процес мислення, змінюючи ставлення до певних явищ чи подій. Наприклад, використання метафор або образів у художній літературі спрямоване на емоційний вплив. Будь-яка комунікація має певні мотиви, мовні й немовні цілі та стратегії, тому соціальний є одним із аспектів мовленнєвого впливу. Мовленнєвий вплив відіграє важливу роль у соціальній взаємодії, формуванні громадської думки, соціальних норм і цінностей. Наприклад, ЗМІ, політичні промови чи соціальні медіа активно використовують мовленнєвий вплив для формування суспільної свідомості.

Мовленнєвий вплив є потужним інструментом, який використовується в різних сферах життя для досягнення конкретних цілей. Він може мати як позитивний (наприклад, мотивація, підтримка), так і негативний (маніпуляція, обман) характер. Ефективність мовленнєвого впливу залежить від контексту, аудиторії та майстерності мовця. Мовленнєвий вплив охоплює різні сфери життя, де мова використовується, як інструмент для досягнення конкретних цілей. Мовленнєвий вплив застосовується в політиці для формування громадської думки, залучення виборців, маніпуляції свідомості. В рекламі та маркетингу для залучення уваги, формування потреби, стимулювання покупок; в медіа та журналістиці для формування громадської думки, маніпуляції інформацією; в юриспруденції для переконання, захисту інтересів та впливу на рішення суду. Мовленнєвий вплив є багатограним явищем, яке досліджується в різних лінгвістичних напрямках і має велике значення у сфері комунікації, соціальних відносин та інформаційної взаємодії.

ЛІТЕРАТУРА

- Гамова, Г. І. (2004). Мовленнєвий вплив як результат комунікативної взаємодії у публічному діловому дискурсі. *Розвиток системи державного управління в Україні*, 2(69), 32–42. DOI:[10.34213/tp.20.02.04](https://doi.org/10.34213/tp.20.02.04)
- Губічева, Є.В. (2024). *Мовні засоби маніпуляції в рекламному дискурсі: перекладацький аспект*. [Кваліфікаційна робота магістра, Сумський державний університет]. Репозитарій Сумського державного університету. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/94511/1/Hubicheva_masters_thesis.pdf;jsessionid=0EDB17005D6208D163854F0A6025C2B2
- Петлюченко, Н. В. (2014). Мовленнєвий вплив харизматичної публічної особи. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Філологічні науки*, (1), 76–81.

Шевченко, П. А. (2024). Передача діалогічного мовлення та прийоми вираження взаємозв'язку реплік на матеріалі перекладу іспанських драматургічних творів на українську мову. [Кваліфікаційна робота магістра, Київський національний лінгвістичний університет]. Репозитарій Київського національного лінгвістичного університету.
<http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/7486?locale-attribute=en>

ЗООЛОГІЧНИЙ КОД В ЯПОНСЬКІЙ МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

Павлиш В. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Охріменко М. А.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Кожна мова відображає світогляд її носіїв, втілюючи національні особливості у культурних кодах. Одним із таких кодів у японській мовній картині світу є зоологічний код, який демонструє особливе ставлення японців до природи та тварин. На відміну від європейських традицій, що підкреслюють антропоцентризм, японська культура вирізняється гармонійним співіснуванням людини і природи. Це виявляється як у релігійно-етичних уявленнях, так і в мовних структурах, де зооніми мають багатий асоціативний ряд.

Культурні коди є невід'ємною частиною будь-якої лінгвокультури, оскільки відображають світосприйняття народу та специфіку його мовної картини світу. Неправильне тлумачення цих кодів може призводити до комунікативних невдач у міжкультурному спілкуванні (Atherton, 2016). Американська антропологиня Рут Бенедикт (2019) підкреслювала, що без розуміння культурних відмінностей неможливо досягти взаєморозуміння між націями (с. 53). Дослідження зоологічного коду дозволяє простежити ціннісні орієнтації японців та їхнє ставлення до природи. Японський культуролог Ісаму Куріта (1987) зазначав, що в Японії природу сприймають не лише утилітарно, а й на сакральному рівні, що зближує японський погляд із давньогрецькими уявленнями про творчу силу природи. Вплив буддизму також відіграв значну роль у формуванні цього ставлення: релігійно-етичні цінності буддизму пронизали всі сфери життя, зумовивши особливий світогляд японців і їхню оцінку навколишньої реальності (Голець, 2019, 63–64).

Зооніми активно використовуються в японській мові для передачі різних характеристик і порівнянь. Наприклад, черепаха (亀, каме) є символом довголіття і мудрості, а журавель (鶴, цуру) асоціюється зі щасливим життям. Фразеологізм “鶴は千年亀は万年” (цуру ва сennen, каме ва маннен) означає побажання довгого життя.

Відомий пам'ятник псу Хачіко на станції Шібуя символізує вірність, а єнотоподібна собака (狸, танукі) – образ обжерливості та пияцтва. Танукі в японській культурі також є покровителем закладів харчування.

Кішка (猫, неко) займає особливе місце в японській символіці. Манекі-неко (招き猫) – “кличуча кішка” – є талісманом вдачі. Вона зображується з піднятою лапкою, запрошуючи клієнтів до магазинів або ресторанів.

Порівняння із тваринами в японській мові часто мають несподівані конотації. Наприклад, в японській культурі кінь сприймається як нерозумна тварина, тоді як в українській – як символ сили та витривалості. Японці також активно використовують порівняння з морськими мешканцями: “рот маленький, як у риби фугу” або “зуби гострі, як у акули”.

Птахи є частими образами у фразеологізмах. Наприклад, сокіл (鷹, така) символізує мудрість і стриманість: “能ある鷹は爪を隠す” (но: ару така ва цуме о какусу) – “мудрий сокіл ховає кігті”. Горобець (雀, судзуме) має конотацію легковажності: “雀百まで踊り忘れず” (судзуме хяку маде одорі васуредзу) – “горобець до ста років не забуде танці”, що відповідає українському “горбатого могила виправить”.

Ворон (烏, карасу) може мати як негативні, так і позитивні значення. З одного боку, він асоціюється з неорганізованістю та поспіхом, з іншого – символізує обов’язок перед батьками: “烏には反哺の孝あり” (карасу ва хампо но ко: арі) – “ворони виконують свій обов’язок перед батьками”.

Образ качки (鴨, камо) використовується в значенні “простака”, якого легко обдурити: “鴨にする” (камо ні суру) – “перетворити качку”. Вислів “烏を百度洗っても鷺にはならぬ” (карасу о хякудо аратте мо сагі ні ва нарану) – “хоч сто разів мий ворона, він не стане білою чаплею” підкреслює, що зовнішні зміни не можуть змінити справжню сутність людини або речі.

Отже, зоологічний код японської мови відображає унікальну картину світу, в якій тварини відіграють важливу символічну роль. Японська лінгвокультура насичена порівняннями, метафорами та фразеологізмами, пов’язаними з тваринами, які мають специфічні національні конотації. Вплив буддизму та традиційного світогляду сприяв формуванню особливого ставлення японців до природи, що знайшло своє відображення в мові. Дослідження зоонімів у японській мові є важливим для розуміння національної культури та міжкультурної комунікації.

ЛІТЕРАТУРА

- Голець, О. Я., & Ставинська, І. В. (2019). Буддизм в Японії (на прикладі буддистського впливу на формування японського алфавіту). *Ad orbem per linguas. До світу через мови: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (20–22 березня 2019 року)* (с. 63–64). Видавничий центр КНЛУ.
- 栗田勇. (1987). 雪月花の心. 祥伝社.
- Atherton, C., & Moore, G. (2016). Speaking to animals: Japan and the welfare of companion animals. *Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies*, 16(1). <http://www.japanesestudies.org.uk/ejcs/vol16/iss1/atherton.html>
- Benedict, R. (2019). *The chrysanthemum and the sword: Patterns of Japanese culture*. Albatross Publishers.

ВПЛИВ КИТАЙСЬКОЇ КЛАСИЧНОЇ МОВИ НА РОЗВИТОК ЯПОНСЬКОЇ ФРАЗЕОЛОГІЇ

Павлиш Р. В.

Національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Пророченко Н. О.

Кандидат історичних наук, доцент

Національний лінгвістичний університет

Взаємодія японської та китайської мов має глибоку історію, що бере свій початок ще з перших контактів між цими цивілізаціями. Одним із найважливіших наслідків цього впливу стало проникнення китайських виразів у японську мову, що сприяло розвитку історичної ідентичності японської фразеології та значно розширило її стилістичні можливості.

Починаючи з періоду Нара (710–794), японці активно запозичували китайську лексику. У цей період китайська мова, особливо її класичний варіант, стала мовою освічених кіл Японії та використовувалася в офіційних державних документах, літературі та адміністративному управлінні. Вплив китайської лексики не обмежувався лише формальними сферами: освічені японці писали китайською мовою вірші, складали наукові праці, а в храмах записували і читали буддійські сутри.

Активне використання китайської мови призвело до масового запозичення сталих виразів, які згодом інтегрувалися в японську мовну систему та стали невід’ємною частиною японської фразеології. Однією з найпомітніших форм цього впливу стало формування юджоку-канджіго (熟語漢字語) – складних ієрогліфічних словосполучень китайського походження, що не лише увійшли в японську лексику, а й стали базою для створення нових термінів та понять. Такі запозичення відіграли ключову роль у становленні японських фразеологізмів, оскільки багато з них трансформувалися в ідіоми, прислів’я та афоризми, що збагачували мову. Особливо важливими стали чотирискладові ідіоми, які, запозичені з класичних китайських текстів, набули широкого вжитку не лише в писемності, а й у повсякденній розмовній мові. Ці стійкі вирази часто виражали моральні настанови, мудрість, життєві принципи чи філософські концепції, що робило їх особливо цінними в японському суспільстві. Згодом вони стали важливою частиною освіти, культури й літератури, а багато з них активно використовуються навіть у сучасній японській мові.

Наприклад, вираз 一石二鳥 (іссекі нічоо) – “одним пострілом убити двох птахів” є дослівним перекладом китайського фразеологізму, що має аналогічне значення. Інший відомий вираз 自業自得 (джігоо джітоку) – “що посієш, те й пожнеш”, також походить з китайської мови та є прикладом глибокого філософського впливу буддизму на японське світосприйняття.

Буддійська література, яка поширювалася з Китаю, стала ще одним важливим джерелом китайських запозичень у японській фразеології. Багато буддійських концепцій і термінів проникли в японську мову через священні

тексти та трактати, що перекладалися японськими монахами. Наприклад, вислів 因果応報 (інга охо) – “закон причин і наслідків” прямо пов’язаний із буддйським вченням про карму. Інший відомий вислів 南無阿弥陀仏 (наму аміда буцу) – “Господи, помилуй мене” використовується як молитва у буддизмі, але також увійшов у повсякденну мову як вираз здивування або полегшення.

Окрім буддизму, значний вплив на японську фразеологію мало конфуціанство, яке прийшло в Японію разом із китайськими класичними текстами. Конфуціанські ідеї закріпилися в державному управлінні, освіті та моральних нормах японського суспільства, що знайшло відображення і в мові. Багато конфуціанських виразів стали популярними афоризмами, які підкреслюють важливість освіти, етики та саморозвитку. Наприклад, вислів 溫故知新 (онко чішін) – “вивчаючи старе, знаходити нове” походить із конфуціанських текстів і вказує на важливість традиційного знання для створення чогось нового. Інший приклад – 克己復礼 (коккі фукурей), що має значення перемоги над собою, повернення до ритуалу, тобто прагнення до моральної досконалості.

Не менш важливим аспектом китайського впливу є фонетична та семантична адаптація запозичених виразів. Окрім змін у вимові, деякі запозичені вирази також зазнали трансформацій у своєму значенні. Значення китайських фразеологізмів у японській мові не обмежується лише їхнім історичним походженням. Вони продовжують активно використовуватися в сучасній японській літературі, політичній риториці, освіті та навіть у повсякденному спілкуванні. Завдяки своїй стислій та образній формі чотирискладові ідіоми часто використовуються в газетних заголовках, рекламних слоганах та художніх творах. Більше того, їх вживання додає висловлюванню глибшого змісту або культурного підтексту, роблячи мову більш витонченою та виразною. Ідентичні за звучанням йоджіджукуго в японській мові мали абсолютно різні переклади та значення: одне пов’язане з китайською культурою, інше пов’язане з власним здобуттям досвіду японського народу. 伝家宝刀 (Tenka no houchou) – “меч, який зберігається у родині як реліквія” 伝家宝丁 (Tenka no houchou) – “Рецепти приготування страв, що передаються з покоління в покоління”. Саме тому багато таких виразів стали невід’ємною частиною мовної традиції Японії, зберігаючи при цьому зв’язок зі своїм китайським корінням.

Таким чином, вплив китайської класичної мови на японську фразеологію є багатограним і стосується не лише запозичення сталих виразів, а й формування нового мовного та культурного світогляду. Китайські афоризми, буддйські та конфуціанські вислови, а також фонетичні та семантичні трансформації зробили цей пласт фразеології невід’ємною частиною японської мовної культури. Завдяки століттям розвитку ці вирази не лише збереглися, але й адаптувалися до сучасної мовної практики, продовжуючи відігравати важливу роль у японському суспільстві.

УКРАЇНСЬКІ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ РЕАЛІЇ В ЯПОНОМОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

Панченко О. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Кравець О. І.**

Доктор філософії

Київський національний лінгвістичний університет

Російське повномасштабне вторгнення привернуло увагу світової спільноти до України, що, своєю чергою зумовило значне зростання кількості публікацій, присвячених українській історії, культурі, а також соціально-політичним процесам у міжнародних ЗМІ, зокрема і японських. У таких текстах неминуче використовуються слова-реалії, які відображають унікальні етнокультурні та соціально-політичні явища, властиві українській мові та культурі. Оскільки така лексика часто не має точних еквівалентів у мові перекладу, її адекватне відтворення під час перекладу може становити значні труднощі.

Проблематика реалій та способів їх перекладу є предметом ґрунтовного аналізу як у вітчизняній, так і в зарубіжній лінгвістиці. Значний внесок у цю сферу зробили такі дослідники, як Р. Зорівчак, Г. Карпенко, І. Лівницька, С. Влахов, С. Флорін, В. Коллер, К. Геншельманн та інші. Попри значну кількість досліджень, у сучасному мовознавстві досі немає єдиного визначення терміну “реалія”, що ускладнює формування уніфікованого підходу до їх класифікації та перекладу.

Найґрунтовніше в українському мовознавстві поняття реалії досліджувала Р. П. Зорівчак. На основі аналізу великого обсягу англomовних перекладів української прози, опрацювання праць інших науковців вона визначає реалії як “моно- і полілексичні одиниці, основне лексичне значення яких вміщає (в плані бінарного зіставлення) традиційно закріплений за ними комплекс етнокультурної інформації, чужої для об’єктивної дійсності мови-сприймача” (Зорівчак, 1989, с. 58).

Реалії можуть бути класифіковані за кількома критеріями, зокрема, місцевим, часовим, предметним та структурно-семантичним (Карпенко, 2006). У межах предметного критерію окрему групу становлять суспільно-політичні реалії, які відображають особливості політичного та соціального устрою певного суспільства. Спираючись на наявні класифікації, до суспільно-політичних реалій належать такі групи:

- 1) реалії, що позначають державні інститути та органи влади;
- 2) реалії, пов’язані з явищами громадського життя;
- 3) реалії, що позначають адміністративно-територіальний устрій;
- 4) воєнні реалії.

У перекладознавстві сформувалася низка загальноприйнятих методів відтворення реалій у процесі перекладу. До таких методів належать: транскрипція (транслітерація), гіпо-гіперонімічний переклад, уподібнення,

перифрастичний переклад (дескриптивна перифраза), калькування (Кияк, Науменко, & Огуй, 2008, с.145).

Вибір методу перекладу значною мірою визначається жанровою специфікою тексту, характером реалії та її семантичною і прагматичною значущістю у тексті, а також особливостями цільової аудиторії. Не менш важливим є розуміння відмінностей українського і японського менталітетів, що знаходить своє відображення у лексиці. Перекладаючи реалії, важливо не лише правильно обрати метод, а й враховувати семантичну значущість слів у япономовній картині світу, щоб уникнути викривлення значення реалій.

Українські суспільно-політичні реалії в японському інформаційному та лінгвістичному просторі можуть розглядатися через такі аспекти:

Медіавідображення – активне висвітлення подій в Україні у японських медіа, набуло системного характеру у 2013-2014 роках і значно посилилося у 2022 році. Японські медіа подають інформацію про події в Україні через призму глобальної геополітичної ситуації, зокрема в контексті міжнародних відносин з США, Європейським Союзом та Росією. Крім політичних аспектів, широко висвітлюються теми українського спротиву, волонтерської діяльності, а також ситуації з біженцями, що зумовлює використання специфічної суспільно-політичної лексики у японських медіа.

Японська лінгвістична інтерпретація – у японській мові сформувалися власні терміни для позначення українських суспільно-політичних реалій, наприклад, ロシアによるウクライナに軍事侵攻 (рошія нійору укураіна ні гунджі шінко) “військова агресія Росії проти України”.

Громадська думка та підтримка – Японія гостро засуджує дії Росії, водночас надаючи велику фінансову і гуманітарну допомогу Україні.

Культурний аспект проявляється у зростанні інтересу до України в японському суспільстві, що частково зумовлено збільшенням кількості українців, які іммігрували до Японії внаслідок військових подій. Підвищена увага до української культури та мови сприяла зростанню попиту на переклади українських літературних творів, а також на навчальні матеріали з української мови, адаптовані для япономовної аудиторії.

Отже, єдиного способу перекладу реалій не існує. Перекладач має не лише передати значення слова, а й врахувати його функціонування у мовній картині світу іншого народу, ситуацію, в якій вживається це слово.

ЛІТЕРАТУРА

- Зорівчак, Р. П. (1989). *Реалія і переклад (на матеріалі англomовних перекладів української прози)*. Видавництво при ЛНУ.
- Карпенко, Г. А. (2006). *Лексико-граматичні та структурно-стилістичні особливості слів на позначення китайських соціально-побутових реалій* [Автореф. дис. канд. філол. наук, Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка]. Реферативна база даних “Україніка наукова”.
<http://search.nbuv.gov.ua/publ/REF-0000234453>
- Кияк, Т. Р., Науменко, А. М., & Огуй, О. Д. (2008). *Перекладознавство (німецько-український напрям)*. ВПЦ “Київський університет”.

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КРИПТОГРАФІЧНИХ ТЕРМІНІВ У ХУДОЖНІХ ТЕКСТАХ ТА ЗАСОБИ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ (НА МАТЕРІАЛІ ТВОРУ ДЕНА БРАУНА “ЦИФРОВА ФОРТЕЦЯ”)

Писаревич М. П.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Мелько Х. Б.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Дослідження семантичних особливостей криптографічних термінів у художній літературі є важливим з огляду на зростання інтересу до інформаційних технологій та кібербезпеки в сучасному суспільстві. Роман Дена Брауна “Цифрова фортеця” є показовим прикладом, де спеціалізована термінологія набуває художньої функції, зберігаючи при цьому свою технічну основу. Актуальність теми зумовлена необхідністю аналізу того, як українська мова адаптує ці терміни, зберігаючи їхню семантику та стилістичне забарвлення. Проблематика перекладу таких одиниць ускладнюється їхньою семантичною багатогранністю та контекстуальною залежністю.

Питання семантики термінів у художніх текстах розглядали як вітчизняні, так і зарубіжні дослідники. Серед українських науковців варто відзначити праці І. В. Корунця, В. І. Карабана, О. П. Коваль, які аналізували специфіку перекладу термінології. За кордоном проблемою займалися Д. Крістал та П. Ньюмарк, акцентуючи на взаємодії технічної лексики з художнім контекстом. Однак, специфічні аспекти криптографічних термінів у художній літературі, зокрема в українському перекладі, залишаються недостатньо дослідженими.

Метою є аналіз семантичних особливостей криптографічних термінів у романі “Цифрова фортеця” та визначення засобів їхньої реалізації українською мовою. Завдання полягає у виявленні труднощів перекладу таких термінів та дослідженні їхньої ролі у створенні художнього ефекту.

У романі Дена Брауна “Цифрова фортеця” криптографічні терміни виконують не лише інформативну, а й естетичну функцію, підсилюючи напругу сюжету та надаючи тексту наукової достовірності. Серед ключових термінів – “encryption” (“шифрування”), “algorithm” (“алгоритм”), “key” (“ключ”), “backdoor” (“чорний хід”). Ці слова мають чітко визначені значення в технічному дискурсі, але в художньому тексті їхня семантика розширюється за рахунок метафоризації та контекстуального переосмислення. Наприклад, термін “encryption” у криптографії означає процес кодування даних для захисту інформації. У романі він набуває додаткового символічного значення, стаючи метафорою таємниці й недоступності. Український переклад цього терміна як “шифрування” зберігає технічну точність, але потребує адаптації в художніх контекстах, де автор вдається до гри слів. За словами

І. В. Корунця, “переклад термінів у художній літературі вимагає баланс між точністю та стилістичною виразністю” (Корунець, 2008, ст. 391-394). У “Цифровій фортеці” перекладач стикається з викликом передати цей баланс, особливо коли терміни вживаються в діалогах персонажів, які не є фахівцями. Інший приклад – термін “backdoor”. У технічному контексті це “секретний доступ” до системи, але в романі він символізує зраду та приховану загрозу. Український відповідник “чорний хід” вдало передає як технічне значення, так і художню конотацію, що асоціюється з небезпекою. Проте в окремих випадках переклад може втрачати семантичну глибину через відсутність прямого еквівалента для англійських багатозначних конструкцій. Наприклад, фраза “unbreakable code” перекладається як “нездоланий код”, що звучить природно українською, але втрачає відтінок “непорушності”, притаманний оригіналу. Засоби реалізації криптографічних термінів українською мовою включають транслітерацію, калькування та описовий переклад (Корунець, 2008, ст. 361-367). Транслітерація застосовується до назв програм чи систем, як-от “TRANSLTR”, що в перекладі лишається без змін для збереження автентичності. Калькування використовується для термінів на кшталт “public key” (“публічний ключ”), де структура англійського словосполучення відтворюється українською. Описовий переклад доречний у випадках, коли термін потребує роз’яснення для читача, наприклад, “brute force attack” перекладається як “атака грубої сили”, зберігаючи образність оригіналу. Важливим аспектом є стилістична адаптація. У “Цифровій фортеці” терміни часто вживаються в напружених сценах, де їхня суха технічність контрастує з емоційністю оповіді. Український переклад повинен зберігати цей контраст, уникаючи надмірної спрощеності чи штучної архаїзації. Наприклад, термін “algorithm” (“алгоритм”) у тексті асоціюється з ідеєю порядку й логіки, що протистоїть хаосу сюжету. Перекладач має передати цю семантичну опозицію, не порушуючи природності мови (Карабан, 2018, ст. 14-18).

Криптографічні терміни в художніх текстах, таких як “Цифрова фортеця”, поєднують технічну точність із художньою виразністю. Їхня семантика розширюється завдяки контексту, що вимагає від перекладача гнучкості у виборі засобів реалізації. Українська мова адаптує ці терміни, зберігаючи їхню функціональність і стилістичну роль. Утім, труднощі виникають через багатозначність англійських термінів та потребу врівноважити технічність і художність у перекладі.

ЛІТЕРАТУРА

- Корунець, І. В. (2008). Теорія і практика перекладу (аспектний переклад). <https://books.google.com.ua/books?id=jpKrCQAAQBAJ>
- Браун, Д. (2005). Цифрова фортеця. <https://bookclub.ua/catalog/books/pop/cifrova-fortecya-3>
- Карабан, В. І. (2018). Переклад англійської наукової і технічної літератури. <https://books.google.com.ua/books?id=6cZwDwAAQBAJ>

СЕМАНТИЧНА ЕВОЛЮЦІЯ СЛОВА “�다” У КОРЕЙСЬКОМУ МОВЛЕННІ: СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

Піщальок О. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Корсун М. Ю.

Викладач

Київський національний лінгвістичний університет

Семантична зміна або ж деривація являє собою багатоетапний, складний процес, у ході якого формуються нові значення, що супроводжуються змінами в семантичній структурі лексеми, забезпечуючи її динамічність та здатність до змін. (Кравець, 2023). Це досить розповсюджене явище у мовах різних країн, зокрема і в корейській. Попри різницю культур та структури мов, зовнішні фактори такі, як глобалізація, суспільні настрої і розвиток технологій завжди впливатимуть на розвиток мови і сприятимуть зміні.

Предметом дослідження виступає лексема *쩐다*, виявлення і трактування змін в семантиці слова опираючись на соціокультурний аспект, зокрема вплив молоді як соціальної групи.

Лексема *쩐다* в корейській мові з плином часу стала вважатися сленгізмом, що призвело до зміни початкового значення та способів його використання. У відповідь на це корейські наукові діячі негативно відреагували на явище сленгу в цілому. Зокрема, Кім Джийон (2019), висловлює занепокоєння щодо негативного впливу сленгу на корейську мову і стверджує, що сленг може призвести до відсутності ясності в спілкуванні та стати перешкодою для взаєморозуміння.

Одним з ключових аспектів, що повпливали на зміну значення лексеми став вплив поп культури, тому доцільно проводити аналіз на прикладі з даної сфери. За основу було обрано пісню BTS – *Dope* зустрічається сленгізм *쩐어*, що слугує однією з назв пісні.

Починаючи аналізувати ми спочатку звернули увагу на англійську версію назви, де *dope* має значення, яке використовується для опису майже всіх хороших речей, новин, оцінок, крутого зовнішнього вигляду, класного одягу тощо. Воно може використовуватися з різним рівнем інтенсивності, емоційності. (Urban Dictionary). Отож, можемо логічно припустити, що і сленгізм *쩐어* теж має значення чогось хорошого чи крутого.

쩐다 часто використовується для вираження того, що щось є чудовим, або дивовижним. (TalkToMeInKorean: “Korean Slang Expressions”, 2016).

Але враховуючи сенс пісні дуже важко поєднати з ним сенс слова *쩐다*. Прикладом може бути уривок “*밤새 일했지 everyday*”, що має значення “я щодня працював до ночі”. Через це ми звернулись до ще однієї назви цієї пісні і це слово *sick*.

Слово *sick* вживається молоддю для того, щоб сказати та описати щось добре чи круте. Прикметник – синонім до слова крутий, що означає щось

чудове. Також має сленгове значення задовбитися, дуже втомитися. (Urban Dictionary).

З наданої вище інформації можна зробити висновок, що слово 찢어 теж має декілька значень. Вважається, що це слово походить від значення “просякнутий потом” (від важкої праці або спекотної погоди). (TalkToMeinKorean: “Korean Slang Expressions”, 2016). Тобто, походження слова і говорить про його інше значення втомлений або той, що втратив сили.

Дослідження лексеми 찢다 демонструє, як соціокультурні чинники, особливо вплив молодіжної культури та поп-музики, спричиняють семантичні зміни в корейській мові. Слово, що історично асоціювалося з фізичною втомою, набуло нових значень, пов'язаних з позитивним оцінюванням, що відображає динамічність мови та її здатність адаптуватися до змін. Незважаючи на занепокоєння мовознавців щодо впливу сленгу, його аналіз дозволяє глибше зрозуміти сучасні мовні процеси.

ЛІТЕРАТУРА

- Кравець Л. В. (2023). Семантична деривація в українському публічному дискурсі. *Слобожанський науковий вісник. Серія: Філологія, випуск 3*, 74–79.
- John Simpson, Edmund Weiner, James Augustus Henry Murray. (2011). *Oxford dictionary*.
- Kim Jiyeong. (2019). Research Study on the Negative Impact of Slang on the Korean Language.
- TalkToMeinKorean. (2016). *Korean Slang Expressions*. 8–23.
- Urban Dictionary doi://www.urbandictionary.com/
- 김성완 Kim Sung Wan. (2021). 한국노어노문학회: 현대 러시아 젊은 세대의 '슬랭' 연구
[doi:kci.go.kr/kciportal/ci/sereArt0.3icleSearch/ciSereArtiView.kci?sereArticleSearchBean.artiId=ART002790625](https://doi.org/10.31037/kciportal/ci/sereArt0.3icleSearch/ciSereArtiView.kci?sereArticleSearchBean.artiId=ART002790625) – 2021.

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГУМОРИСТИЧНИХ СЛОВОСПОЛУЧЕНЬ У ЯПОНСЬКІЙ МОВІ

Погоня Р. П.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Родзінська О. Ю.**

Старший викладач

Київський національний лінгвістичний університет

Мова є складним явищем, що поєднує в собі як структурні, так і культурні елементи. Гумористичні словосполучення, як частина мовної гри, демонструють специфіку мовного світосприйняття та відображають національні особливості гумору. У японській мові вони будуються на гри

слів, багатозначності, контрастах та культурних алюзіях, що надає їм особливого комічного ефекту.

За визначенням гумористичного дискурсу, “комічний ефект у мові створюється через порушення очікувань, когнітивний дисонанс або експлуатацію фонетичних та семантичних особливостей мовних одиниць. Це означає, що японські гумористичні словосполучення є не лише засобом комунікації, а й способом передачі соціальних та культурних кодів” (Sato, 2015).

Семантичні особливості японських гумористичних словосполучень розглядалися в працях Комарницької (2012), Куроди (2012), проте детальний аналіз їхніх функціональних та когнітивних характеристик ще потребує дослідження. Зважаючи на складність японської мови та її культурно-історичний контекст, аналіз подібних конструкцій може сприяти глибшому розумінню механізмів гумору та його ролі в суспільстві.

Контекстуальний гумор. Деякі вирази в японській мові набувають гумористичного ефекту лише у відповідному контексті. Наприклад, фраза お花を摘みに行く (“Йти збирати квіти”) використовується як евфемізм для відвідування туалету. Такий підхід допомагає зберігати ввічливість у спілкуванні, водночас викликаючи посмішку у слухачів, які знайомі з цим виразом.

Ієрархічна гра. Японський гумор часто використовує соціальні контрасти, зокрема взаємодію між представниками різних класів чи статусів. У традиційному театрі 狂言 (кьоґен) васали можуть висміювати своїх господарів, створюючи комічні ситуації, які розкривають соціальну напруженість через грубуватий, але дотепний гумор.

Сучасний японський гумор зазнав значного впливу західних комедійних структур, що позначилося на формуванні нових мовних конструкцій. Запозичення слів та змішування культурних підходів до комедії можна побачити в японських телешоу, манзі та сучасному кіно, де використовуються сарказм, іронія та гротескні перебільшення, менш характерні для традиційного японського гумору.

Враховуючи, що гумористичні словосполучення часто базуються на грі слів, полісемії та фонетичних особливостях, можна виокремити кілька основних механізмів їхнього функціонування. Наприклад:

言葉遊び (ことばあそび, kotoba asobi) – “гра слів” як основний інструмент створення гумористичного ефекту (Комарницька, 2012);

文化的比喩 (ぶんかてきひゆ, bunkateki hiyu) – “культурні метафори”, що викликають сміх через несподівані контекстуальні зв’язки (Gunji, 2013);

逆説的対比 (ぎゃくせつてきたいひ, gyakusetsuteki taihi) – “парадоксальні контрасти”, що створюють комічний ефект через несподівані протиставлення.

Оскільки японська мова відзначається багатошаровістю семантичних значень, важливо враховувати культурні та соціальні аспекти, що впливають на сприйняття гумору. Наприклад, словосполучення “布団が吹っ飛んだ” (“Футон злетів”) грає на співзвучності між “futon” (матрац) і “futtonda”

(злетів), що створює комічний ефект завдяки алітерації та несподіваному розвитку ситуації (Kuroda, 2012).

Попри значну кількість досліджень, семантика японських гумористичних словосполучень залишається темою, що потребує подальшого вивчення. Важливо розглядати їх не лише як мовне явище, а й як відображення соціокультурних реалій японського суспільства.

ЛІТЕРАТУРА:

- Gunji, T. (2013). *Cognitive Linguistics in Japanese Humor*. Academic Publications. <https://books.google.com.ua>
- Kuroda, S. Y. (2012). *Structural Aspects of Japanese Wordplay*. University Press. <https://books.google.com.ua>
- Sato, T. (2015). *Japanese Humor and Semantic Play*. Linguistic Research Institute. <https://www.jbe-platform.com/content/journals/10.1075/tmc.00069.sat>
- Комарницька, Т. К., Комісаров, К. Ю. (2012). *Сучасна японська літературна мова: теоретичний курс: в 2 т.* Т.1. Видавничий дім Дмитра Бураго.

СЛЕНГ У СУЧАСНІЙ ЧЕСЬКІЙ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ: СТРУКТУРА І СЕМАНТИКА

Покровська Т. Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Нечитайло І. М.**

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Дослідження присвячено актуальній проблемі сучасної лінгвістики – чеському сленгу, поширеному в онлайн-сфері, яка має здатність породжувати нові закономірності спілкування.

За останні півтора десятиліття чеськими та українськими фахівцями здійснено серйозне простеження розвитку сленгу: окреслено та описано його основні тематичні групи (Králová, 2018; Tunková, 2022), укладено загальномовні та тематичні словники (Novotný, 2017; *Slangový slovník; Slovník studentského slangu*), встановлено походження та особливості функціонування частини слів з їхнього складу (Побережник, 2021). Усвідомлюючи актуальність вивчення інтернет-сленгу як джерела збагачення чеської розмовної мови, ми проаналізували його значеннєвий та словотвірний аспекти, виділили тематичні групи сленгових слів та з'ясували шляхи їхнього проникнення в мову.

У чеській інтернет-комунікації досить чітко вирізняються три типи інтернет-сленгу: комп'ютерний, студентський і театральний.

Комп'ютерний сленг поділяється на тематичні групи: назви користувачів (*ajťák* “айтішник”, *eplař* “користувач Apple”, *pařan* “завзятий комп'ютерний

гравець”), комп’ютерні операції (*brouzdat* “шукати щось в інтернеті”, *datlovat* “писати двома пальцями”, *googlovat* “шукати щось у Googl”, *hacknout* “хакнути”, *resetnout* “перезапустити”, *sejvnout* “зберегти”, *skajpovat* “зідзвонюватися через Skype”), комп’ютерне та програмне забезпечення (*lapťák / noťas* “ноутбук”, *cédo, cédko, cedlo* “CD-диск”, *dývko* “DVD-носії інформації”, *Mikrošrot* “Microsoft”, *úesbéčko* “USB”). Джерелами поповнення їхнього складу є англійська термінологія, яка на чеському ґрунті піддалася суфіксації (*ajt-ák, lapť-ák, proc-ák; céd-ko, ced-lo, sejv-nout, skajp-ovat*), фонетичній адаптації (*lap[t]ák, d[ý]vko, [c]edlo*), транслітерації (*IT – aйт-ák, to save – sejnout, Skype – skajpovat*) або обіграванню складових частин слів (*Microsoft > Mikrošrot*, де *šrot* “шріт; грубо помелене борошно”). Серед комп’ютерних користувачів сленгізми чеського походження набувають насмішкуватого значення внаслідок метафоризації (*pařan* “завзятий комп’ютерний гравець” походить від слова *pařit* “грати в комп’ютерні або подібні ігри”, але першоджерелом є значення *pařit* “парити”; *datlovat* “писати двома пальцями”, ймовірно, походить від назви птаха *datel* за схожістю дії птаха і того, хто набирає текст); спеціалізації (*brouzdat* “шукати щось в інтернеті” від *brouzdat* “переглядати”; *bedna* “системний блок” від *bedna* “коробка”).

Студентський сленг поділяється на назви навчальних предметів (*anglina* “англійська мова”, *bižule* “біологія”, *čédina* “чеська мова”, *matalýza* “математичний аналіз”), прізвиська студентів та викладачів (*říd’a* “ректор”, *hnojář* “студент сільськогосподарського вишу”, *chemikář* “викладач хімії”, *matikář* “викладач математики”), назви навчальних закладів та факультетів (*ekonomka* “економічний університет”, *filda* “філософський факультет”, *hnojárna* “сільськогосподарський виш”), назви оцінок (*čtverec* “оцінка чотири”, *sardel* “незадовільно, 5”, *ajncka* “відмінно, 1”, *cvaja* “два”). Серед них розрізняємо чеські слова (*čédina* “чеська мова”, *průmka* “середня технічна школа”, *čtverec* “оцінка чотири”), слова німецького (*ajncka* “відмінно, 1” < *eins* “один”, *cvaja* “два” < *zwei* “два”), грецького (*matikář* “викладач математики”, *matalýza* “математичний аналіз”), арабського (*chemikář* “викладач хімії”) та латинського (*medina* “медичний факультет”) походження. Їхнє закріплення в чеському студентському сленгу відбулося завдяки суфіксації (*hnoj-ař, ekonom-k-a, fil-d-a*), усіченню складових основ (*matfyz*), переносному значенню (*sardel* “незадовільно, 5”) та транслітерації (*pajddák* < грецьк. παιδαγωγός).

За походженням серед чеських *театральних сленгізмів* можна виділити групу французьких слів, наприклад: *cedule* “театральна афіша” (< франц. *cédule* “розклад”), *biletářka* “котролерка” (< чеськ. *biletář* < франц. *billetier* “продавець квитків” < *billet* “квиток”). Протягом століть підґрунтям чеського акторського сленгу була і залишилася німецька термінологія театру: *forbina* “авансцена” < німецьк. *Vorbühne* “частина сцени перед завісою”; *aktšlus* “завершення акту” < *Aktschluss* “завершення дії чи сцени в художньому творі, особливо в п’єсі чи опері”; *cinkošten* “дуже об’ємний, безформний костюм” < *cinkošten* “цинкова коробка”, “засклена шафа”

< німецьк. *der Zinkkasten*; *kasaštyk* “винятково відвідувана постановка” < німецьк. *Kassastück* “касовий апарат” та ін. І запозичені, і питомі чеські слова можуть не лише піддаватися метафоризації, а й брати активну участь у словотвірному процесі з використанням суфіксації: *biletář-k-a* “контролерка”, *improvizač-k-a* “імпровізація”, *dlaňov-k-a* “гроші за виконану роботу готівкою, без податків”, *anšandť-k-a* “акторка середнього віку, що грає ключові ролі”. Триває поповнення театрального сленгу з розмовної чеської мови: *blábolit* “нечітко говорити”, *breptat* “нечітко, незрозуміло говорити” і под.

Вивчаючи сленг інтернет-комунікантів, можна дізнатися про рівень освіти, менталітету й інтересів найбільш активного прошарку чеського суспільства – користувачів соціальних мереж. Вважаємо перспективним уточнення етимології та деривації сленгізмів, особливостей їхнього функціонування і параметрів вживання в різних дискурсах.

ЛІТЕРАТУРА

- Побережник, Є.Р. (2021). *Молодіжний сленг сучасної чеської мови*. Львів, ЛНУ ім. І.Франка.
<https://philology.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/Poberezhnyk-YE.-R.-Molodizhnyy-slenh-suchasnoi-cheskoi-movy-.pdf>
Slangový slovník. <https://slang-slovník.estranky.cz/clanky/komentare.html>
Slovník studentského slangu.
<http://www.gjvmazaci.wz.cz/slang/>
Králová, K. (2018). *Slang v oblasti divadla*. Praha: Univerzita Karlova.
<https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/101131/130236850.pdf?s>
Novotný, M. K. (2017). *Divadelní slovníček, aneb Abyste měli o divadle jasno!* Brno: Radomír Havlík – Premiera.
Tunková, K. (2022). *Internetový slang a jeho vliv na jazykové kompetence*. Diplomová práce. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií.

ОСОБЛИВОСТІ ВИНИКНЕННЯ Й ХАРАКТЕРНІ РИСИ ПЕКІНСЬКОГО ДІАЛЕКТУ ДОБИ ДЕРЖАВИ ЛЯО – ДЕРЖАВИ ЮАНЬ

Походенко А. Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Щербаков Я. І.**

Кандидат філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

Будь-яка мова формується та змінюється внаслідок певних соціальних, політичних та культурних явищ в суспільстві. Особливо цікавою є ситуація, за якої у формуванні мови приймають участь ні один, ні два, а одразу багато абсолютно різних народів.

Формування пекінського діалекту китайської мови можна прослідкувати з часів киданської держави Ляо, що існувала на територіях північного Китаю, Монголії та Маньчжурії (907-1125 AD) (Wang, & Sun, 2015, с. 91).

Після утвердження Великої Ляо на історичній арені, на її півдні почали оселятися біженці з Китаю, на той момент – носії середньокитайської мови. Ці переселенці були інкорпоровані в державу Ляо – їм було дозволено заснувати нові міста, вони заохочувалися до ведення сільського господарства та заняття ремеслами. (Twitchett, & Fairbank, 1978, с. 67). В той самий час, на півночі держави проживали кочові народи, носії різних алтайських мов. Будучи підданими однієї держави, між кочовиками півночі та осілими народами півдня почався інтенсивний культурний та мовний обмін. В умовах такого обміну утворилася нова державна мова Ляо – початковий варіант пекінського діалекту.

Базові характеристики сіно-киданської фонології дозволяють дослідникам стверджувати, що мовою держави Ляо був пекінський діалект китайської, оскільки в запозичених китайських словах в мові киданів прослідковуються характеристики сучасної пекінської вимови, такі як:

1. Дифтонгізація: деякі запозичені середньокитайські слова, що закінчувалися на проривний ауслаут (останній звук) -k, наприклад 洛 та 药, стали закінчуватися на дифтонг -aw, отримавши свою сучасну вимову: luò та yào відповідно.

2. Оглушення приголосних: в мові державі Ляо розпочався процес оглушення приголосних, характерний для пекінського діалекту. Так, ієрогліф 徒, який в середньокитайській мові мав проривний дзвінкий ініціаль d-, став вимовлятися з глухим з придиханням ініціалом th-. Те саме стосується ієрогліфів 都 та 度, в яких дзвінкий ясенний проривний ініціаль d- перетворився на глухий заясенний проривний t-.

3. Лабіоденталізація – зміна вимови приголосного, внаслідок чого той переходить в категорію губно-зубних: середньокитайський глухий проривний з придиханням ініціаль ph- перетворився на глухий губно-зубний фрикатив f-. Це простежується у зміні вимов таких ієрогліфів: 府, 副 тощо (Wang, & Sun, 2015, с. 94–95).

4. Втрата ауслаутів -p, -t, -k та заміна ауслаута -m на -n: приголосні звуки в кінці китайських складів майже повністю зникли саме в пекінському діалекті. Так, ієрогліф 立, що в середньокитайській читався як lip, став читатися як li. Ієрогліф 南, в свою чергу, вимовлявся як nam, але в пекінському діалекті став вимовлятися як nán.

5. Втрата м'якопіднебінного носового ініціалю ŋ: цей ініціаль, що був присутній у середньокитайських словах, наприклад 魚 та 疑, більше не використовувався як ініціаль в мові держави Ляо (Shen, 2011, с. 6).

За часів династії Цзінь, що правила Китаєм після династії Ляо, всі базові фонологічні характеристики, які простежувалися в пекінському діалекті держави Ляо, також присутні. Пекінська мова продовжувала розвиватися у зазначених вище напрямках (Wang, & Sun, 2015, с. 96).

Наступним великим етапом в розвитку пекінського діалекту став період держави Юань (1271-1368 AD). Як і в державі Ляо, монгольський правлячий клас був зацікавлений у розвитку китайської мови, оскільки вона, завдяки своєму ієрогліфічному письму, найбільш підходила для міжкультурної комунікації всередині імперії (Twitchett, & Fairbank, 1978, с. 466). Що стосується розвитку китайської фонології, саме за часів Юань були створені численні словники рим, серед яких особливо виділяються “Менгу Цзюнь” (蒙古字韻) – словник пекінського діалекту, де слова транскрибувалися за допомогою квадратного письма Пагба, що дозволяє чітко визначити їх вимову (Wang, & Sun, 2015, с. 98), та “Римовник центральної рівнини” (中原音韻) – словник рим, де зафіксовані основні зміни, що відбулися в середньокитайській мові в процесі її еволюції в пекінську мову. В цих словниках також прослідковується тенденція зміни пекінської мови в напрямках оглушення та лабіоденталізації ініціалів, зникнення ауслаутив, дифтонгізації тощо (Shen, 2011, с. 10–13).

Таким чином, можна стверджувати, що характерні риси сучасного пекінського діалекту почали проявлятися ще у мові держав Ляо, Цзінь та Юань. Пекінський діалект, що розвивався в умовах синтезу різних культур та мов, зрештою став об’єднуючим інструментом для кочових народів півночі та китайських народів півдня. Він залишається державною мовою Китаю та є дзеркалом його культурного різнобар’я.

ЛІТЕРАТУРА

- Shen, Zh. (2011). The origin of mandarin. *Journal of Chinese Linguistics*, 39(1), 1–31.
- Twitchett, D., & Fairbank, J. (1978). The Cambridge History of China, Volume 6: Alien Regimes and Border States. *Cambridge University Press*.
- Wang, W., & Sun, C. (2015). The Oxford handbook of Chinese linguistics. *Oxford University Press*.

ЗМІНИ В КОРЕЙСЬКОМУ ПРАВОПИСІ: МОВНА ПОЛІТИКА ТА РЕФОРМУВАННЯ ОРФОГРАФІЧНИХ НОРМ

Рева Д. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Водяницька Т. С.**

Викладач

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасна корейська мова є важливим елементом національної ідентичності Республіки Корея, а її письмова система – ключовим інструментом стандартизації та збереження культурної спадщини. Впровадження хангілю у XV столітті стало переломним моментом у розвитку літературної культури

та освіти, що заклало основу для подальшої еволюції мови. Сьогодні правопис не лише фіксує мовні норми, але й виступає об'єктом державної мовної політики, спрямованої на адаптацію мови до сучасних викликів цифрової епохи.

Корейська мова, маючи багатовікову історію, постійно перебуває в стані еволюції, що відображає зміни у суспільстві, культурі та технологіях. За останні десятиліття в Південній Кореї спостерігаються значні зміни в орфографічних нормах, зумовлені як внутрішніми потребами, так і впливом глобалізації. Державна мовна політика, реалізована через Національний інститут корейської мови (국립국어원), спрямована на узгодження та вдосконалення правил письма для забезпечення єдиного стандарту. Реформи правопису оптимізують комунікацію в офіційних і освітніх сферах та сприяють адаптації мови до новітніх цифрових технологій, що забезпечує її конкурентоспроможність на міжнародній арені.

Одним із ключових чинників сучасного стану корейського правопису є діяльність Національного інституту корейської мови, який не лише розробляє офіційні правила, а й постійно моніторить мовні тенденції, реагуючи на потреби суспільства. У епоху цифровізації виникла необхідність у впорядкуванні правил транслітерації, удосконаленні систем автоматичного розпізнавання та адаптації текстових форматів до електронних ресурсів. Реформи спрямовані на зменшення неоднозначностей, пов'язаних із запозиченнями, і створення єдиного стандарту, що полегшує як навчання мови, так і її використання в міжнародних комунікаціях.

Особлива увага приділяється аналізу принципів формування сучасної орфографії, що охоплює як граматичні, так і лексичні аспекти. Наприклад, перегляд правил використання розділових знаків в електронних текстах, спрощення написання окремих фонетичних елементів і адаптація до потреб автоматизованих систем обробки інформації свідчать про прагнення гармонізувати традиційні цінності та сучасні вимоги.

Дослідження історії корейського правопису часто висвітлюють еволюцію письма від традиційних систем до сучасного хангілю. Ряд наукових робіт аналізує вплив Національного інституту корейської мови на стандартизацію лексики та орфографічних норм, а також проблематику адаптації корейської мови до вимог цифрової епохи. Офіційні документи та рекомендації 국립국어원 разом із емпіричними дослідженнями дозволяють оцінити вплив реформ не лише в академічних колах, а й у повсякденній мові носіїв.

Стандартизація правопису має важливе значення для міжнародного бізнесу та культурного експорту. Корейські компанії, такі як Samsung та LG, використовують єдину мовну норму у своїх маркетингових матеріалах та офіційних документах, що сприяє підвищенню впізнаваності бренду на світовій арені. Таким чином, мовна політика стає інструментом економічної дипломатії та культурної інтеграції.

Інтеграція оновлених орфографічних норм у цифрові платформи, зокрема у системи автоматичного перекладу та розпізнавання мови, забезпечує високу якість комунікації в глобальному масштабі. Це дозволяє усунути

неоднозначності, що є критично важливим для інноваційних технологій у сфері штучного інтелекту та цифрової комунікації.

Проведений аналіз змін у корейському правописі демонструє, що мовна політика Південної Кореї, реалізована через діяльність Національного інституту корейської мови, є потужним механізмом модернізації та стандартизації мови. Реформи дозволяють зберегти традиційні цінності хангілю та одночасно адаптувати мову до вимог цифрової епохи і глобальних комунікацій, що сприяє підвищенню ефективності офіційного та ділового спілкування і зміцнює позиції Республіки Корея у міжнародному інформаційному просторі.

ТЕРМІН “DHIMMA” (الذمة): СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ В АРАБСЬКОМУ КОМЕРЦІЙНОМУ ПРАВІ

Рейтер І. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Рибалкін В. С.

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасні арабські юридичні терміни потребують належного правового тлумачення. Переклад будь-якого з них є конвертацією з вихідної правової системи в цільову правову систему з застосуванням теорій, стратегій та засобів, прийнятих у лінгвістиці (Šarčević, 1997).

Сьогодні арабська правова система, зокрема, система комерційного права, історично склалася і функціонує як цілісний комплекс правових понять, інститутів і норм, які відрізняють її як від континентальної (європейської), так і від прецедентної (англійської та американської) правової системи; вона охоплює усі арабські країни, а в частині, що стосується шаріату, поширюється також і на держави, основною релігією в яких є іслам.

Враховуючи особливість арабського права, для тлумачення будь-якого арабського юридичного терміну передусім слід аналізувати його історичне походження. Поза тим, що великий вплив на формування арабської комерційно-правової термінології мало римське право (السنهوري, 1954, с.1), фундаментальне значення в її становленні мають терміни, що походять з ісламського шаріату та фикгу. Такі терміни є “архаїчними” і представляють найбільшу складність для тлумачення й перекладу. Для їхнього аналізу слід використовувати метод встановлення первісного значення. Такий підхід уможливить адекватне розуміння суті терміну, а відтак - його більш точний переклад.

Прикладом може служити один із архаїчних комерційно-правових термінів – “dhimma” (الذمة), який перекладається українською переважно як “зобов’язання”, “відповідальність” (“liability”, “responsibility”) чи

“заборгованість”, “борг” (“debt”). Незважаючи на свою широку вживаність в цивільно-правовому та комерційно-правовому дискурсі і наявність відповідного аналогу в європейському праві, термін означає незвичне для іноземців поняття і потребує розгорнутого перекладу в залежності від контексту.

Термін має специфічне правове тлумачення, насамперед, у рамках ісламського фікгу. Це можна побачити, ознайомившись з коментарями ісламських правознавців. Одною з авторитетних праць у цій галузі є “Книга про легке розуміння фікгу” (الطيار, 2012). “Al-dhimma al-māliya”, тобто фінансова чи майнова “dhimma” визначається в праці не як борг, відповідальність чи різниця між кредиторською та дебіторською заборгованістю особи, а як повний комплекс її прав та зобов’язань. Це по суті означає особовий рахунок особи, який має кредитову та дебетову частини і є близьким до подібного англійського терміну “account”. Таким чином, слід розрізняти поняття “dhimma”, “dein” (“борг”, “debt”) та “iltizām” (“зобов’язання”, “liability”). На відміну від останніх двох понять, “dhimma” не можна відступити чи передати іншій особі, оскільки вона сама є носієм прав та зобов’язань. Але “dhimma” можна “звільнити” чи “заповнити” ними. Таке розуміння породжує поняття “shughl al-dhimma” та “ibra’ al-dhimma”, тобто обтяження особи майновим зобов’язанням у першому випадку і звільнення від нього в другому. В результаті особа має персональний рахунок з наявністю зобов’язань та персональний рахунок з відсутністю зобов’язань.

Через те поняття “dhimma” визначається наступною термінологічною специфікою:

- його не можна переуступити чи відчужити;
- воно не є множинним, бо кожна особа має тільки одну “dhimma”;
- воно не має обмежень за обсягом і може охоплювати усі борги незалежно від їх суми;
- воно може бути тільки у фізичних чи юридичних осіб, тобто тільки у тих істот, що мають правосуб’єктність.

Відтак, через різницю понять в арабській та іноземних правових системах існують певні труднощі в перекладі термінів, дотичних до понять “борг”, “зобов’язання”, “відповідальність”, які легко вирішити, звернувшись до вищенаведеного аналізу.

ЛІТЕРАТУРА

Šarčević, S. (1997). *New Approach to Legal translation*. The Hague/London/Boston, Kluwer Law International, p. 13.

عبد الرزاق أحمد السنهوري (1954). مصادر الحق في الفقه الإسلامي. جامعة الدول العربية، معهد الدراسات العربية العالية، القاهرة، ص. ١
عبد الله بن محمد الطيار، عبد الله بن محمد المطلق، محمد بن إبراهيم الموسي (2012). كتاب الفقه الميسر. الرياض، مدار الوطن، ج. ١١، ص. 135-136.

ВПЛИВ ЗБРОЙНОЇ АГРЕСІЇ РФ ПРОТИ УКРАЇНИ НА УКРАЇНСЬКИЙ ОНОМАСТИКОН

Ренкас Н. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Заскалета В. П.

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Збройна агресія російської федерації проти України, яка розпочалася в 2014 році і переросла в повномасштабне вторгнення 24 лютого 2022 році істотно вплинула на українське суспільство, на виробництво Україною зброї, на стан української економіки, а також на українську мову, зокрема і на український ономастикон – сукупність власних назв.

До початку російської агресії український ономастикон містив багато елементів, пов'язаних із радянським та російським спадком, проте події останніх років стали поштовхом до масштабної деколонізації – знищення відповідних пам'ятників, перейменування топонімів та інших об'єктів, а тому частина таких онімів архаїзувалася, а частина з'явилася. Тобто збройна агресія рф сприяла активній дерусифікації та декомунізації українського ономастикону. Зокрема, значна кількість вулиць, площ, населених пунктів та інших географічних об'єктів були перейменовані на честь українських героїв, захисників незалежності та видатних діячів культури. Наприклад, з'явилися вулиці *імені Героїв Маріуполя*, *Захисників Азовсталі*. Крім того, повернулися до активного мовного вжитку й реактуалізовані власні назви, наприклад місто *Горішні Плавні* замість *Комсомольськ*, місто *Бахмут* замість *Артемівськ*.

Власні назви є важливим компонентом лексичного фонду, оскільки вони фіксують соціально-культурні реалії та емоційний стан суспільства. В ономастиці виділяють різні типи власних назв: антропоніми (імена людей), топоніми (географічні назви), зооніми (імена тварин) тощо.

Під час війни виникла ціла низка нових пропріативів, найчисленнішими з яких є псевдоніми захисників України. Очевидно, що принаймні всі військові, що беруть участь у бойових діях, мають як мінімум один псевдонім. Від 2014 року горнило війни як захисники України пройшли сотні тисяч українців, тому український мілітпсевдонімікон поповнився на таку ж кількість онімів.

Одним із найбільш помітних феноменів на початку повномасштабного вторгнення рф стали офіційні та неофіційні особові імена, пов'язані з війною. Наприклад, поява імен *Байрактар* та *Джавелінка* зумовлена ефективністю зброї, яка допомогла українцям боротися з агресором в перші дні і тижні після 24 лютого 2022 року.

Активно поповнюється новими лексемами й склад зоонімів. Наприклад, тварини, урятовані з зони бойових дій, отримують нові імена. Ці імена

нерідко пов'язані з місцем порятунку, як-от ім'я *сича Роббі* (з Роботиного). Відомим не тільки в Україні, а й за кордоном став *пес Патрон* – собака-винохувач вибухівки.

Окрему категорію становлять назви зброї та військової техніки. Українці запозичують назви іноземних зразків озброєння (*“Байрактар”*, *“Джавелін”*, *“Атакамс”*, *“Патріот”*), а також низивають власні: *“Паляниця”*, *“Кажан”* (*“Баба Яга”*), *“Вампір”*, БНА *“Морський Малюк”*, БПЛА *“Лелека-100”*, *“Колос”*, автоматизована турель *“Шабля”* тощо. Навіть дрони (а їх в українському війську величезна кількість!) дехто з дронотворів воліє називати власними іменами, щоб простіше було списати в разі втрати. Один з FPV-дронів, гроші на який збрала дівчина Поліна, був названий її ініціалами *“ППД”*.

З'явилися нові благодійні фонди, які займаються збором коштів на потреби ЗСУ, наприклад, *“Повернись живим”*, *“Фонд Притули”*, *“Дронопад”*, *“Надійний тил”*; збори *“Ворогам кришка”*, *“Ви – для України. Ми – для Вас”*, проєкти *“Блискавки ССО”*, *“Небесний русоріз”* та ін. Крім того, виникли численні телеграм-канали, що висвітлюють події на фронті: *“Труха”*, *“Інсайдер UA”*, портал *“Мілітарний”* тощо; патронатні служби, наприклад патронатна служба *“Азову”* *“Янголи”*. Такі назви покликані привернути увагу та підвищити обізнаність суспільства щодо здобутків і потреб захисту Батьківщини.

Одними з найважливіших є назви військових формувань. Офіційні назви співіснують із неофіційними: *“3-тя штурмова бригада”*, *“Азов”*, *“Кіборги”*, *“Птахи Мадяра”*, *“К-2”*, *“Злі сапсани”*, *“Вовки Да Вінчі”*, штурмовий полк *“Сафарі”*, *“Сотня “Білі демони”* та ін. Креативні неофіційні найменування формують нові традиції українського війська.

Митці створюють художні тексти, малюють картини, ставлять вистави, знімають фільми за мотивами війни, що віддзеркалено в назвах цих творів (Б. Томенчук. Книга поезій *“Вишійте, мамо, бронезилет”*; Олег Шупляк. Картина *“Боги”*; режисер А. Сеїаблаєв, авторка сценарію Н. Ворожбит. Художній фільм *“Кіборги. Герої не вмирають”* та ін.). Підприємці називають свої бізнесові проєкти (*“Кава з бліндажа”* та ін.), продукцію (*“Бойовий чай”*). Військові кухарі готують страви за новими рецептами (*“Братан”*).

Отже, збройна агресія РФ значно трансформувала український ономастикон. Ці зміни є віддзеркаленням глибоких суспільних процесів – утвердження національної ідентичності, переосмислення історичного минулого та формування нового культурного коду. Це свідчить про стійкість української культури, її здатність адаптуватися до нових реалій і зберігати свою самобутність навіть у складних умовах війни, що фіксує сучасна українська мова.

МЕДІАТЕКСТ У СИСТЕМІ РОБОТИ СУЧАСНОГО ВЧИТЕЛЯ

Решетнюк А. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Попова О. А.,

Кандидат педагогічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Стрімкий розвиток інформаційних технологій та вплив медіа на всі сфери життя актуалізує потребу в науково обґрунтованих та перевірених практикою підходах, методах та формах роботи з медіатекстами у шкільних курсах української мови та літератури. Л. Овсієнко (2016) наголошує, що використання медіатекстів в освітньому процесі як одного із засобів навчання уможливорює підвищення якості комунікативної компетентності, сприятиме розвитку критичного, логічного і творчого мислення, уваги, пам'яті, формуванню культурологічних знань, естетичного смаку учнів (с. 11). На думку В. Шуляра (2017), медіатексти є “особистісно й соціально значущими навчальними медіапродуктами” (с. 335). Медіатекст сприяє співпраці суб'єктів педагогічного процесу – медіачитача й медіасловесника.

Медіатекст вже набув статусу базової категорії у медіалінгвістиці, журналістиці, медіафілософії та медіаосвіті, а також укорінився у філософських, культурологічних та психолого-педагогічних дослідженнях. В основі поняття медіатексту лежить розуміння єдності медійних і вербальних одиниць. За роботами Л. Шевченко (2021), розглядаємо медіатекст як “різнорівневу структуру, яка об'єднує різнопланові вербальні, візуальні, аудіовізуальні та інші компоненти в єдиному смисловому просторі, що відповідає інноваційним настроям суспільстві” (с. 42). Англійські дослідники Алан Белл та Петтер Гаррет (1998) у праці “Approaches to Media Discourse” акцентували, що визначення медіатексту виходить за рамки традиційного погляду на текст як на послідовність мовних засобів, що характеризується змістовою та граматичною зв'язністю. Особливість медіатексту виявляється у значно ширших зв'язках його компонентів, важливими є його голосові та звукові параметри, візуальні образи, їх динаміка тощо.

Для розуміння ознак медіатексту важливим є його функціонування, особливості поширення засобами медіа. Одним із перших термін медіа використав канадський соціолог, співробітник Торонтського університету Г. М. Маклюєн (1984). Під “медіа” науковець розумів засоби масової інформації – радіо, телебачення, кіно, пресу, аудіозаписи та Інтернет. У сучасному тлумаченні “медіа” – це інструменти і канали, що застосовуються для зберігання, поширення й відтворення даних чи певної інформації великій групі людей (Баришполец, 2014, с. 39). Зауважимо, що до медіа науковці відносять усі засоби комунікації, які можна використати для інформаційного повідомлення, зокрема текст, музику і зображення тощо.

Д. Сизонов, Л. Шевченко (2014) у словнику термінів і понять із медіалінгвістики визначають медіатекст як “поліфункціональну гетерогенну смислову систему, яка є продуктом вербалізації когнітивної діяльності індивіда та об’єктом і результатом цілеспрямованого конструювання смислів відповідно до прагматичної орієнтації ЗМІ” (с. 101). О. Баришполець (2014) в “Українському словнику медіакультури” медіатекст окреслює як повідомлення, що містить певну інформацію, викладене в будь-якому медійному виді та жанрі (газетна стаття, кіно- і телефільм, телепередача, відеокліп та ін.) (с. 44).

Медіатекст важливо вивчати і крізь призму поняття “текст” (від латин. *textum* – “зв’язок”, “поєднання”, “тканина”), що “визначають як писемний або усний мовленнєвий масив, що становить лінійну послідовність висловлень, об’єднаних у ближчій перспективі смисловими і формально-граматичними зв’язками, а в загальнокомпозиц., дистантному плані – спільною тем. і сюжетною заданістю” (Баранник, 2004, с. 679). У контексті викладання української мови та літератури у старшій школі медіатекст виступає об’єктом вивчення, що дозволяє учням аналізувати його лінгвістичні та художні особливості, а також є важливим українознавчим та суспільствознавчим засобом виховання. Медіатексти сприяють вибору релевантних форм роботи із старшокласниками, пов’язуючи вивчення мови та літератури з їхніми щоденними звичками та особистими зацікавленнями.

Медіатекст є важливим елементом у роботі сучасного вчителя української мови та літератури у старшій школі і відкриває численні можливості для підвищення практичної значущості вивчення мови та літератури, розвитку критичного мислення та навичок медіаграмотності сучасної молоді.

ЛІТЕРАТУРА

- Баранник, Д. Х. (2004). Текст. Русанівський В. (Ред.), *Українська мова: енциклопедія* (с. 679–680). Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана.
- Баришполець, О. Т. (2014). *Український словник медіакультури*. Міленіум.
- Овсієнко, Л. М. (2016). Проблема визначення сутності медіатексту в науковому полі лінгвістики й лінгводидактики. *Українська мова і література в школах України*, 2, 9–13.
- Шевченко, Л. І. (Ред), Сизонов, Д. (2021). Теорія медіалінгвістики. ВПЦ “Київський університет”.
- Шевченко, Л. І. (Ред.), Дергач, Д. В., Сизонов, Д. Ю. (2014). Медіалінгвістика : словник термінів і понять (2-ге вид.). ВПЦ “Київський університет”.
- Шуляр, В. (2017). Медіаосвіта: стратегія і тактика співпраці медіапедагогів і бібліотекарів. *Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи*, 331–336.
- Bell, Allan, Garrett, Peter. (1998). *Approaches to media discourse*. Wiley.
- McLuhan, G. M. (1984). *Understanding Media*. N. Y.

МОВНІ ЗАСОБИ УВИРАЗНЕННЯ ТУРЕЦЬКОГО ПОЛІТИЧНОГО ТЕКСТУ

Ржепецька А. Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Сіленко Н. В.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному світі політика займає ключове місце, впливаючи на соціальний, економічний, гуманітарний і культурний розвиток держав. Демократизація державних структур та стрімке впровадження інформаційних технологій відкрили нові можливості для залучення осіб до політичного життя. Одним із інструментів такого залучення стали політичні тексти.

Термін “текст” трактують як упорядковану сукупність знакових одиниць, об’єднаних спільним змістом, головними характеристиками якої є цілісність та зв’язність (Паюк, 2019).

Політичний текст – це розвинене культурне середовище, у якому завдяки мові, емоційній забарвленості, влучним сталим виразам, лексичним та стилістичним засобам виразності віддзеркалюються культурна і ментальна унікальність, своєрідність та притаманні риси переважаючого політичного устрою та простежуються динаміка й напрямок політичного розвитку певної держави.

Щодо політичного тексту, Шефнер К. (1997) зазначає, що це узагальнююче поняття, яке охоплює широкий спектр жанрів і типів. Вона підкреслює, що такі тексти є невід’ємною складовою політичних подій або їхнім результатом, мають історичну та культурну зумовленість, а також виконують різні функції залежно від специфіки політичної діяльності (с. 125).

Варто зазначити, що окрім поняття “політичний текст” існує також термін “політичний дискурс”, який варто розмежовувати від першого визначення. Політичний дискурс – це ширше поняття, що охоплює не лише текстову складову, а й комунікативний процес у політичному просторі. Він формується у взаємодії політичних акторів, аудиторії та контексту, включаючи історичні, соціокультурні й прагматичні аспекти.

Увиразнення або експресія – лінгвістичне явище, пов’язане із наданням тексту або висловлюванню більшої емоційної та експресивної насиченості. Експресія визначається також як інтенсивність вираження, прояву певних емоцій, почуттів або переживань, а також як засіб виразності. Вона включає використання таких лексичних мовних засобів, як епітети, метафори, анафори, риторичні запитання, антитези, гіперболи тощо.

Метафора – це слово або вираз, що використовується до певного об’єкта чи предмету у переносному значенні.

Dünya çatışmaların, eşitsizliklerin pençesinde kıvrılmakta (укр. Світ крутиться на межі сутичок та нерівностей).

Епітет – слово або словосполучення, що надає характеристику об’єкту чи предмету, наділяючи його певними рисами та ознаками.

Terör örgütlerine karşı terör örgütleri ile iş tutmak **ilkel bir yaklaşım** (укр. Працювати з терористичними організаціями проти терористичних угруповань – це примітивний підхід).

Гіпербола – це стилістичний прийом, який використовують для перебільшення та підкреслення сказаного.

ABD kendini **dünyanın polisi olarak** konumlandırdı (укр. США позиціонували себе як поліція світу).

Анафора – прийом у лінгвістиці, який застосовують з метою відтворення певного слова чи виразу, про який йшлося зазвичай раніше.

Kellogg, Rusya'ı ikna etmek için ise Ukrayna'nın NATO üyeliğinin ertelenmesi yönünde garanti verilmesi gerektiğini düşünüyor (укр. Келлог вважає, що для того, щоб переконати росію, потрібно надати гарантії стосовно відстрочки членства України в НАТО).

Kellogg, Ukrayna'nın topraklarının Rusya'ya bırakılmasına da karşı (укр. Келлог також проти того, щоб залишити українські території росії).

Антитеза – лінгвістичне явище, коли протиставляють абсолютно різні поняття та явища.

İnsanlık değerleri mi yoksa **kazanç** mı öncelikli olacak? (укр. Перевагою будуть людські цінності чи користь?).

Отже, ми дослідили мовні засоби увиразнення турецьких політичних текстів. При перекладі турецьких політичних текстів українською мовою було виокремлено такі мовні засоби увиразнення як: гіпербола, метафора, антитеза, анафора. Турецькі політики, журналісти використовують зазначенні мовні засоби увиразнення в політичних текстах із метою привернення уваги та підсилення прагматичного потенціалу турецьких політичних текстів на читачів.

ЛІТЕРАТУРА

Паюк, В. Л. (2019). Визначення поняття “Політичний текст” та його ознаки. Рецензент, 101.

Schäffner, C. (1997). Strategies of translating political texts. Benjamins translation library, 26, 119-144.

Hurriyet Gazetesi <https://www.hurriyet.com.tr/>

ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ ЯПОНСЬКИХ ПРИСЛІВ'ІВ (“КОТОВАДЗА”) УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Рижкова А. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Грикун Ю. О.**

Старший викладач

Київський національний лінгвістичний університет

Світосприйняття японців було визначеним й досі визначається майстерністю поєднання власного народного досвіду, сформованого

століттями соціально-історичного розвитку, автентичних традицій і вірувань із запозиченнями з інших культур, які вдало асимілювалися в іншомовному просторі. Вивчення культурних феноменів і системи цінностей японців, що визначили їхній спосіб сприйняття світу та закономірності життя, розуміння їхнього менталітету та глибоких норм моралі напряду пов'язано з опануванням фразеологічної системи японської мови, зокрема прислів'їв і приказок. Вони є міцним підґрунтям для проведення лінгвокультурних досліджень лексичного наповнення народної мудрості й виокремлення чіткої мовної картини світу, сформованої японським суспільством.

На поприщі нагальних питань фразеології японської мови працювали В. Пирогов (2007), Ю. Рибак (2012), Н. Костевич (2013), Г. Саніна (2020) та інші дослідники. Незважаючи на низку плідних досліджень серед українських мовознавців, системи сталих виразів японської мови бракує детального й чіткого вивчення, що впливає на ступінь розуміння проблематики питання та повноту апробації результатів наукових праць. Зокрема, недостатня кількість відомостей про лінгвокультурні аспекти прислів'їв та приказок японської мови суттєво позначається на порівняльному аналізі фразеологічних систем японської й української мов і відчутно ускладнює виділення спільних рис у мовних картинах світу двох народів. Отже, метою дослідження є проведення комплексного зівставлення прислів'їв та приказок японської і української мов та виявлення їхніх спільних лінгвокультурних рис.

諺 [котовадза] "прислів'я" і 俚諺 [ріген] "приказки" посідають чільне місце у фразеології японської мови. Однак окремим питанням залишається межі відокремлення цих двох лінгвістичних понять. Згідно зі словником японської мови 「日本大百科全書(ニッポニカ)」 (2001), і **"котовадза"**, і **"piren"** мають однакове значення й позначають однакове поняття: сформований народною мудрістю влучний вислів, який передається в народі з давніх давен і транслює окреслену закономірність повсякденного життя. З огляду на це, ми до групи "котовадза" будемо зараховувати і прислів'я, і приказки. Основними джерелами для підбору матеріалу для дослідження виступили СЯПП (В. Пирогов, 2009) і Japanese proverbs (Д. Галеф, 2012).

Іншим аспектом фразеології є неможливість повноцінного перекладу цих специфічних мовних одиниць іншою мовою без втрати культурного коду, вкладеного в них народом-носієм мови. До того ж, саме японсько-український переклад ускладнює розюча відмінність двох суспільних устроїв та відчутний брак тривалої наукової взаємодії. У сучасному перекладознавстві існує два способи перекладу сталих сполук: фразеологічний (фразеологічний еквівалент і фразеологічний аналог) та нефразеологічний (калькування та описовий переклад) (Гаврилова, 2021; Нагорна, 2016).

Вивчення фразеологічних одиниць тісно пов'язано з лінгвокультурологією – "дисципліною, яка вивчає вияв, відбиття й фіксацію культури в мові" (Загнітко, & Богданова, 2017, с. 17). Предметом дослідження цієї галузі мовознавства є специфічні одиниці мовної системи, що передають найбільш чітко та адекватне уявлення про етнічну ментальність і містять невід'ємний культурно-маркований компонент значення (тобто

фразеологізми, міфологеми, концепти, символи, стереотипи тощо) (Загнітко, & Богданова, 2017, с. 25).

Котовадза є цінним джерелом для лінгвокультурологічних досліджень спільних методів формування думки японців та українців. Наприклад, японське прислів'я 猿も木から落ちる [сару мо кі кара очіру] – *навіть мавпа падає з дерева* можна вдало передати українською мовою як "Кінь на чотирьох ногах, та й той спотикається". Протиставлення образів "мавпа", що в Японії асоціюється з розумом і кмітливістю (ことわざを知る辞典, 2018), та "кінь", який для українців є вірним помічником та мудрим споборником (Кононенко, 2011, с. 307-308), зумовлена відмінністю у фауні двох країн. Однак з огляду на символічність визначених тварин можна стверджувати, що під час перекладу було дотримано не лише передачі емоційного забарвлення **котовадза** та сенсу повчання, а й збережено (і культурно обґрунтовано) використання зоонімів.

При дослідженні образної символіки приказки 虎口を逃れて龍穴に入る [коко о ногарете рю:кецу ні іру] – *втікаючи від пащі тигра, увійти до ями дракона* чітко виокремлюється міфологічність вірувань японців. Тигр і дракон посідають важливе місце в системі китайського гороскопу, який японці вдало асимілювали під свої потреби. До того ж, ці дві тварини – наймогутніші істоти у японській міфології, правителі світу фауни (це твердження також прийшло в японську міфологію з Китаю). Українською мовою подану приказку можна передати як "Утікав від вовка, та впав на ведмедя". Для давніх слов'ян, що сповідували анімізм, і вовк, і ведмідь мали важливе символічне значення тварини-тотему, однак у християнстві їх зображують як страшних звірів, що загрожують вірянам (Кононенко, 2011, с. 296-299). Передача японської приказки адекватним українським аналогом зумовлена відмінністю в міфологічних віруваннях етносів двох країн. Проте можна помітити спільні риси в підбірці образів для передачі народної мудрості: в обох варіантах використовуються найменування двох найбільших і найстрашніших представників тваринного царства Японії та України.

Котовадза 枯れ木も山の賑わい [карекі мо яма но нігівай] – *навіть сухе дерево є прикрасою гори* українською можна перекласти за допомогою приказки "У степу і хрущ м'ясо". Обидва вислови побудовані на спостереженнях за рельєфом країн: Японія – більш гориста країна з маленьким відсотком рівнин, тоді як територія України вкрита степами та низинами, а гори займають мізерну площу країни. Таким чином, зміна образу є цілком зумовленою, не порушує цілісності вислову та не спотворює образність, а також укладених у нього лінгвокультурних символів.

Отже, можемо підсумувати, що японська і українська культури мають доволі багато спільного у вираженні народної думки, а також схемі відбору образів для передачі етнічного менталітету. Варіативність символічних компонентів у прислів'ях і приказках двох різномовних культур передусім зумовлена відмінностями історичного розвитку, багатства флори й фауни, географічного розташування, релігійного контексту формування суспільної моралі Японії й України.

ЛІТЕРАТУРА

- Гаврилова, І. М. (2021). Особливості перекладу фразеологізмів та ідіом. *Актуальні питання гуманітарних наук.*, 1(41), 124–130.
- Загнітко, А., & Богданова, І. (2017). *Лінгвокультурологія: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів*. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса.
- Нагорна, М. (2016). Основні шляхи перекладу фразеологізмів українською мовою. *Наука. Освіта. Молодь*, 2, 46–48.
- Кононенко, О. А. (2011). *Українська міфологія та культурна спадщина: Міфологічні уявлення, вірування, обряди, легенди та їхні відлуння у фольклорі і пізніших звичаях українців, братів-слов'ян та інших народів*. Харків: Фоліо.
http://irbis-nbuv.gov.ua/pdfjs/web/viewer.html?file=/E_LIB/PDF/ukr0003090.pdf#page=1&zoom=auto,-18,299
- Пирогов, В. Л. (2009). *Словник японських прислів'їв і приказок з відповідниками шістьма мовами (українська, російська, англійська, німецька, французька, латинська)*. Харків: Торсінг плюс.
- Galef, D. (2012). *Japanese proverbs: Wit and wisdom*. Відновлено з <https://www.pdfdrive.com/japanese-proverbs-wit-and-wisdom-e199455922.html>
- 日本大百科全書 (ニッポニカ). (2001). 株式会社小学館.
<https://kotobank.jp/dictionary/nipponica/>

РОЛЬ ПОЛІТКОРЕКТНОСТІ ТА КОНЦЕПТУ “ЗБАЛАНСОВАНОЇ ОБ’ЄКТИВНОСТІ” У ВИСВІТЛЕННІ ПОДІЙ В АНГЛОМОВНИХ МЕДІА

Родіонова Д. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Мелько Х. Б.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Дискусія навколо політики й мови триває ще з часів Арістотеля, який вважав, що людина є твариною політичною, тож усе, що вона має від природи (наприклад, мова), було дано не просто так (В. Jowett, 1887). Спираючись на соціальну теорію природи мови, яку запропонували Д. Дідро, Ж.-Ж. Руссо і М. Бреаль (М. П. Кочерган, 2001), можна зробити висновок, що мова щонайменше є важливою частиною функціонування політичного устрою (М. Aronoff, 2007). Ба більше, мова може впливати на сприйняття людиною не тільки суспільства, а й світу загалом. Використання слів з негативними конотаціями, образливі висловлювання, неправильне формулювання чи переклад – усе це впливає на соціальну позицію окремих осіб й груп та їхній образ в очах інших людей. Для уникнення створення негативних вражень або підсвідомого відділення окремих осіб й груп від суспільства застосовується

те, що може вважатися “нейтральною” мовою або тою, що є необразливою, особливо серед англомовних медіа (К. М. Losey, & Н. Kurthen, 1995).

Термін “політкоректність” пройшов декілька етапів змін свого значення через ситуацію у світі (J. Florence, 2015). Спочатку його використовували у буквальному сенсі: після Другої світової війни “політкоректність” описувало дії, які за своєю суттю могли бути політично правильними, проте суперечили людські моралі (Н. Kohl, 1992). Починаючи з 1970-х до кінця 1990-х років його визначення змінювалось на фоні соціально-політичного стану, зокрема в США, із відстоюванням прав жінок, ЛГБТК+ спільноти та етнічних меншин. Однією з вимог цих рухів було заборонити використання образливих найменувань, сексистських, расистських та гомофобних висловлювань в робочому та медійному просторі, що посприяло використанню “політкоректності” для опису мови, яка була б необразлива в сторону груп осіб, які є вразливими до дискримінації (А. Т. Y. Lai, 2023). Пізніше, це поняття почало поширюватися й на інші явища такі як трансляція подій, які відбуваються на міжнародній арені та в національному контексті.

Явище, яке є не менш важливим серед сучасних медіа – об’єктивність. Вона може набувати різних форм і інтерпретацій інформаційними компаніями та самими споживачами. Наприклад, об’єктивність журналіста може розцінюватися як неупереджене ставлення до теми представленої на порядку денному, так і збалансована передача інформації (В. Klaas, 2024). Останнім часом простежується певна тенденція тяжіння до збалансованої журналістики в англомовних медіа під час висвітлення подій, які мають більше однієї сторони. В американській журналістиці сам концепт декілька разів набував популярності, а потім занепадав протягом останніх двох століть (В. Cunningham, 2003). Причина його повернення може бути зумовлена тим, що він є домінантним методом доповідання в професійній журналістиці, який характеризується “особистою байдужістю” і справедливістю (В. Cunningham, 2003). Цей термін описує кількість інформації, яка подається в одному тексті з обох сторін конфлікту (Е. Applegate, 2007). Прикладом може слугувати будь-який збройний конфлікт, у якому одна сторона є жертвою, а інша – агресором, отже для того, щоб зберегти “збалансовану об’єктивність” треба подати однакову кількість інформації зі сторони жертви й зі сторони агресора (А. Bishara, 2012). Основна проблематика такого явища є нерівність позицій представлених сторін. Тобто заради того, щоб їх збалансувати, обидві повинні бути і жертвою, і агресором.

Брент Каннінгем у своїй роботі “Re-thinking Objectivity” наголошує: “Наша погоня за об’єктивністю може змусити нас перечепитися на шляху до “правди” (В. Cunningham, 2003). Заради досягнення балансу, наслідки для певної сторони конфлікту можуть применшуватися, а наслідки для іншої сторони перебільшуватися, в результаті чого створюється “золота середина”, в якій обидві сторони і хороші, і погані. У такій журналістиці неабияку роль відіграє використання політкоректних маркерів.

Як було проаналізовано, зазвичай політкоректність застосовується для доповідання про певні групи осіб, які є незахищеними від дискримінації та

виключення з певних питань всередині суспільства. Проте маркери цього концепту можуть застосовуватися заради досягнення тієї ж “збалансованої об’єктивності”, оскільки, наприклад, слова “агресор” і “жертва” можуть розглядатися крізь призму вішання ярликів, які провокують дискримінацію. Як наслідок поняття “війна” або “агресія” зменшуються до слова “конфлікт”, а замість доповідання про “агресію країни А проти країни Б” йдеться про “конфлікт в країні Б”. Такі формулювання не є “об’єктивними” в тому значенні як його, наприклад, представляє у своїй роботі Едд Епплгейт, де він визначає об’єктивність як “новини, які доставляються споживачу не зміненими особистими упередженнями або поза впливом, який би передав їх у зміненій формі” (Е. Applegate, 2007).

Таким чином, ці два поняття відіграють велику роль у позиції сучасних англomовних медіа щодо висвітлення подій міжнародного характеру, проте вони не є показниками “нейтральності” та “об’єктивності”, яких ці медіа прагнуть досягнути за допомогою такого використання політкоректної лексики та “збалансованої об’єктивності”, бо “коли реальність асиметрична, збалансоване доповідання є брехнею” (В. Klaas, 2024). Отже, до такої журналістики треба ставитися обережно як в питанні переймання її методів та стандартів, так і передачі цих текстів через цитування і переклад, оскільки вони не є тою бажаною об’єктивністю, якою можуть представитися споживачу.

ЛІТЕРАТУРА

- Applegate, E. (2007). The Concepts of “News Balance and” Objectivity”. *Public Relations Quarterly*, 52(4).
- Aronoff, M. (2007). *Language (linguistics)*. Scholarpedia.
- Bishara, A. (2012). *Back Stories: U.S. News Production and Palestinian Politics*. Stanford University Press.
- Cunningham, B. (2003). Re-thinking objectivity. *Columbia Journalism Review*, 42(2), 24–32.
- Florence, J. (2015). A Phrase in Flux: The History of Political Correctness. *Harvard Political Review*, 30.
- Joseph, J. E. (2006). *Language and politics*. Edinburgh University Press.
- Jowett, B. (1887). *The Politics of Aristotle: I*. Clarendon Press.
- Klaas, B. (2024). *Why We Need Press Objectivity, Not Balance*. The Garden of Forking Paths.
- Kohl, H. (1992). Uncommon Differences: On Political Correctness, Core Curriculum and Democracy in Education. *The Lion and the Unicorn*. 16(1), 1–16.
- Lai, A. T. Y. (2023). In Defense of Free Speech in Universities. *University of Michigan Press*, 82(5).
- Loosey, K. M., & Kurthen, H. (1995). The rhetoric of “political correctness” in the US media. *Amerikastudien*, 40(2), 227–245.
- Кочерган, М. П. (2001). *Вступ до мовознавства*. ВЦ “Академія”.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ІДІОМ В КОРЕЙСЬКОМУ МОВОЗНАВСТВІ

Рошко М. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Охріменко В. О.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Ідіоми, або фразеологізми в мові – це сталі словосполучення та вирази, що їх сенс не може бути переданий тільки перекладом слів що входять до їх складу, тому за вилучення одного чи декілька слів з такого виразу, зміст його втрачається. Такі вирази використовуються мовцем щоб відобразити свій психоемоційний стан у момент мовлення чи передати особливе ставлення мовця до визначеної події. Також за рахунок ідіоматичних виразів передається яскраво виражений національний колорит, ідіоматичні вирази або фразеологізми є відображенням особливостей мислення народу та його сприйняття мовної картини світу. У корейській мові існує достатньо великий масив ідіом, що знаходять своє місце, як у повсякденному мовленні, так і літературній мові, а також засобах масової інформації. Достатньо велика кількість ідіоматичних виразів є запозиченими з китайської культури і власне корейські ідіоматичні вирази.

Поділити ідіоми в корейській мові можливо за їх походженням на: власнекорейські, китайського походження, кальки з ідіоматичних виразів китайського походження та кальки з ідіоматичних одиниць іншомовного походження.

У корейському мовознавстві дослідження ідіоматики та фразеології здійснюється через кілька основних підходів, які дозволяють глибше зрозуміти природу та функції ідіом у мові.

Структурно-семантичний підхід. Цей підхід розглядає ідіоми як стійкі словосполучення, значення яких не виводиться безпосередньо зі значень їх компонентів. Він акцентує увагу на внутрішній будові та семантичних особливостях ідіоматичних виразів.

Функціональний підхід. У межах цього підходу ідіоми аналізуються з точки зору їх ролі та функцій у мовленні. Вони розглядаються як засоби, що виконують певні комунікативні стратегії та сприяють досягненню конкретних прагматичних ефектів.

Когнітивний підхід. Цей підхід фокусується на ментальних процесах, пов'язаних з розумінням та використанням ідіом. Він досліджує, як ідіоми відображають когнітивні структури та концептуальні метафори, притаманні носіям мови.

Етнокультурний підхід. Цей підхід підкреслює зв'язок ідіом з культурними та національними особливостями народу. Він досліджує, як ідіоми відображають специфіку матеріальної та духовної культури, історичні та соціальні аспекти життя суспільства.

Для вивчення ідіоматичних виразів в корейській мові можна використовувати як класифікацію за походженням, так і інтегрувати підходи, такі, як: структурно-семантичний, функціональний, когнітивний та етнокультурний, що забезпечить комплексне розуміння ідіоматики корейської мови, враховуючи як її структурні та семантичні особливості, так і функціональні, когнітивні та культурні аспекти.

У фразеології присутній значний пласт соматичної фразеології, що є фразеологізмами у складі яких присутні назви частин тіла людини або тварини. В. Жила (2008) зазначає, що соматична фразеологія є значним пластом фразеологічного складу мови, однією з найбільших та продуктивних груп всієї фразеології (с. 11). Провівши порівняльний аналіз соматичних фразеологізмів в лінгвістичному дискурсі корейської та української мов, дійшла висновку, що не всі фразеологізми мають відображення в тій чи іншій мові. Серед них такі що не мають відображення в корейській мові, пов'язані зі значенням "наодинці, без свідків", а в українській мові, це: око на око, око в око. Ті що позначають стосунки між людьми і мають відображення в обох мовах, в перспективі позитивної оцінки: 눈에 나오다 아프지 않다 (букв. не болить, навіть якщо входить в очі) та українською – за красиві очі щось робити, хоч і має дещо іронічне значення. Такі що відображають поняття смерть 눈에 흠이 들어가다 (букв. земля очі покрила), в українській мові – дух тіло покинув.

Роблячи висновки, дослідження ідіоматичних виразів, їх порівняльний аналіз у міжмовному дискурсі сприяє не тільки забезпеченню адекватності перекладу, а також допомагає краще зрозуміти культурний аспект мови та самого народу в цілому. До того ж, дослідження у сфері фразеології можуть показати вплив інших держав та відображення на суспільстві, що дає змогу прослідкувати історичний контекст.

ЛІТЕРАТУРА

Жила, В. (2008). Порівняльний аналіз фразеологічних одиниць з компонентом око 눈 в українській та корейській мовах. *"ВІСНИК" Серія "Східна мова та література"*, Київ: КНУ ім. Тараса Шевченка, 14, 11–15.

ФУНКЦІОНУВАННЯ РОЗМОВНОЇ ЛЕКСИКИ У ХУДОЖНІХ КНИГАХ ТА ПРОБЛЕМА ЇЇ ПЕРЕКЛАДУ

Руденко Р. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Никитченко К. П.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Розмовна лексика відіграє важливу роль у художніх творах, оскільки сприяє створенню автентичних образів персонажів, передає їхній соціальний статус, емоційний стан і культурне середовище. Використання розмовної лексики,

сленгу, діалектизмів та жаргонізмів надає тексту живості й достовірності, дозволяючи читачеві глибше зануритися в атмосферу твору (Бандур, 2019).

Художні твори відображають різноманітність мовлення персонажів, використовуючи різні лінгвістичні засоби:

- фразеологізми та сталі вирази, що підсилюють колорит мови;
- сленг, під яким розуміються неофіційні вирази, характерні для певних соціальних груп (Костюкова, 2020);
- діалектизми, які передають мовні особливості регіонів та місцевий колорит (Вендина, 2021);
- жаргонізми – слова та фрази, притаманні вузькому колу людей, наприклад, геймерський або молодіжний жаргон (Baker, 2011);
- емоційно забарвлені вирази – впливають на емоційну складову тексту, роблячи його більш виразним (Hatim & Mason, 1990);
- кальки та запозичення – часто використовуються у творах, щоб підкреслити міжкультурні зв'язки (Newmark, 1988).

Одним із прикладів успішного використання розмовної лексики є роман Габріель Зевін “Завтра, Завтра, Завтра”. У книзі широко використовується не лише сучасна англійська розмовна лексика, а й термінологія, пов'язана з ігровою індустрією, оскільки головні герої – розробники відеоігор. Це додає оповіді реалістичності та допомагає краще зрозуміти середовище, у якому живуть персонажі. Окрім цього, у романі вживаються цитати з популярної культури, що також ускладнює завдання перекладачів, оскільки культурні референції не завжди мають еквіваленти в інших мовах (Baker, 2011).

Переклад розмовної лексики є складним завданням для перекладачів, оскільки вони стикаються з такими викликами:

- збереження змісту та стилістики – важливо передати оригінальний тон персонажа (Newmark, 1988);
- культурна адаптація – не всі сленгові вирази мають еквівалент у мові перекладу (Nida & Taber, 2003);
- вибір між дослівним і адаптивним перекладом – дослівний переклад може виглядати штучно, тоді як адаптація змінює зміст (Hatim & Mason, 1990);
- збереження гумору та гри слів – гумористичні та стилістично виразні вислови часто важко передати іншою мовою (Baker, 2011);
- використання відповідників у мові перекладу – потрібно вибирати варіанти, які відповідають часові та культурному контексту твору (Костюкова, 2020).

У випадку з романом “Завтра, Завтра, Завтра” труднощі виникають через специфічну лексику геймерів, яка може не мати аналогів у мові перекладу. Наприклад, англійські терміни, такі як “*respawn*” або “*NPC*”, можуть бути незрозумілими без експлікації. Важливо також передати емоційне забарвлення реплік персонажів, оскільки розмовна лексика впливає на сприйняття їхніх особистостей. Перекладачі часто змушені балансувати між точністю перекладу та необхідністю адаптації, щоб текст звучав природно для носіїв іншої мови (Baker, 2011).

Одним із підходів до вирішення цієї проблеми є використання маргінальних коментарів, які пояснюють складні терміни, або адаптація через пошук аналогічних явищ у культурі мови перекладу (Newmark, 1988). У випадку перекладу художньої літератури важливо не лише дотримуватися лексичного значення, а й відтворювати атмосферу, яку створює автор за допомогою мовних засобів (Nida & Taber, 2003).

Однією з провідних адаптивних стратегій перекладу розмовної лексики є нейтралізація, що передбачає втрату емоційного забарвлення та позбавлення художнього тексту меліоративних або пейоративних оцінок. Нейтралізація відбувається зазвичай за відсутності точного відповідника розмовної лексики в українській мові.

Отже, функціонування розмовної лексики у художніх книгах є ключовим для створення реалістичних діалогів, тоді як її переклад вимагає не лише лінгвістичної компетенції, а й розуміння культурних контекстів. Вдалий переклад забезпечує автентичність мовлення персонажів, зберігаючи художню цілісність твору.

ЛІТЕРАТУРА

- Бандур, М. В. (2019). *Лінгвістичні аспекти перекладу художніх текстів*. Наукова думка.
- Вендина, Т. І. (2021). *Розмовна лексика у художній літературі*. Видавництво ХНУ.
- Костюкова, О. В. (2020). *Проблеми перекладу сленгу та розмовної лексики*. Львівський національний університет.
- Nida, E. A. & Taber, C. R. (2003). *The Theory and Practice of Translation*. Brill.
- Baker, M. (2011). *In Other Words: A Coursebook on Translation*. Routledge.
- Newmark, P. (1988). *A Textbook of Translation*. Prentice Hall.
- Hatim, B. & Mason, I. (1990). *Discourse and the Translator*. Longman.

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ В КИТАЙСЬКОМУ ІНТЕРНЕТ-СПІЛКУВАННІ

Савун В. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Геворгян К. Л**

доктор філософії, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Гендерна мова є найсуттєвішим рушієм гендерних стереотипів в нашому суспільстві, адже вербально доносить до користувачів ідею приналежності до уявних установок та дегуманізує людину або навіть певну групу людей на основі їхньої приналежності до особливої категорії (одна з найбільш поширених – статева приналежність). Такі слова відомі нам під терміном “слюр”.

Стародавній китайський ієрогліф для позначення жінки має вигляд піктографічного зображення людини, що стоїть на колінах зі схрещеними руками, поза, яка розглядається як форма підпорядкування. Ієрогліф “女” (“жінка”) окрім того, що використовується як самостійний символ у таких словах, як “女人” або “妇女” (“жінка”), також використовується як семантичний компонент інших ієрогліфів. Класичним прикладом є ієрогліф “妈” (“мама, мати”). “女” (“пǐ”) також може використовуватися як фонетичний компонент, що вказує на точну вимову ієрогліфа, як, наприклад, у поєднанні з семантичним компонентом 金 (“метал”), що означає 钅 (“пǐ”) – невидим (хімічний елемент).

Китайський науковець Ні Цзюнь Цзе (2011) звертає увагу на те, що у феодальному суспільстві Китаю протягом тисячоліть жінки були виключені з соціальної роботи і в першу чергу були позбавлені можливості робити внесок у суспільство. Жінка повинна була весь час сидіти вдома, займаючись домашніми справами та відіграючи роль доброї дружини та матері. Ця патріархальна ідеологія була глибоко вкорінена в кістках китайської нації протягом тисяч років і неявно передавалася з покоління в покоління з надзвичайною стабільністю. Однак сьогодні ситуація поступово змінюється. Одним змістовним реченням “恨父权制但爱具体的男人， 爱女权主义但恨具体的女人” (“Ненавиджу патріархат, але люблю конкретних чоловіків, люблю фемінізм, але ненавиджу конкретних жінок”), яким поділилась користувачка китайської платформи 微博 (Weibo), можна продемонструвати погляди, які розділяють і більшість жінок (太阳之女NANA, б. д.). Незалежно від статевої приналежності можна мати абсолютно нетипові погляди, що дискредитують точку зору своєї ж статевої групи, або підтримувати погляди протилежної статі попри засудження та стереотипи.

З розвитком китайського суспільства статус жінок покращився, а гендерна рівність знайшла відображення в деяких аспектах. Однак у суспільстві все ще існує багато нерівностей між чоловіками та жінками, що впливає на соціальну гармонію. Інтернет ресурси ще більше підживлюють цю неідеальну картину нерівності, що потребує “ретуші”, адже не відчуваючи своєї відповідальності, людина може висловлювати різноманітні думки, деякі з яких демонструють різноманіття та незалежність думок, а деякі несуть в собі образи та ненависть.

На протигагу культурі толерантності, що набирає обертів з появою соціальних мереж, все ще залишаються гендерні стереотипи, спрямовані на суворе зміцнення традиційних суспільних моделей.

Однак найбільшою проблемою віртуального життя все ще залишається приниження за стереотипами зовнішності та індивідуального стилю, жорстокі рамки конвенційної краси нав'язані суспільством, можуть кардинально змінити спосіб прийняття себе (частіше в гіршу сторону). Нещодавній приклад цього стосувався популярного виду чубчика що в Китаї відомий під назвою “鲟鱼须” дослівно перекладається як “вуса сома”, серед користувачів мережі став доволі образливим, причина цьому вийшла за межі соцмереж, так як багато дівчат середньої школи, стали отримувати образи не

тільки від випадкових користувачів, але й від власних батьків та вчителів, що не розуміли сучасного стилю молоді. Завдяки формі чубчика, що може зробити будь-яку форму обличчя худішою, дівчата намагались вписатись в сучасні рамки, але в результаті отримали шквал критики.

Кендіс Лін, репетитор китайської мови та кантонського діалекту, на своїй сторінці 抖音 (TikTok), поділилась добіркою слів, що стосуються упередження в бік жіночої та чоловічої статі в поглядах на стосунки та шлюб китайською та кантонською. Жінки, що самотні у віці старше 30 років, можуть стикатись з такими словами, як: “剩女” (“жінка, що залишена”), “笋底橙” (“апельсин, що на дні кошика”), “卖剩蔗” (“не продана цукрова тростина”), “摄灶罉” (“речі, якими заповнюють тріщину пічки”). В свою ж чергу самотній чоловік у віці від 30 може почути у свій бік такий вираз китайською мовою “钻右王老五” (“діамантовий холостяк”), або кантонським діалектом “筍盤” (“якісна нерухомість”). Однак, у віці від 35 років самотні чоловіки теж можуть стикатись у соціальних мережах зі схожими образливими висловами на кшталт “乘男” (“чоловік, якого залишили”). (candicelin86, 2023) .

Отже, подвійні стандарти все ще існують, та немає певного розуміння коли вони зникнуть. Але можна з впевненістю сказати що інтернет-спілкування буде додавати дедалі більше слюру в “сховище” лексику 21 століття, але чи використовувати ті чи інші нові вислови – моральний вибір кожної людини.

ЛІТЕРАТУРА

- 倪, 俊. (2011). 浅议中国社会的性别平等问题. *Economic Research Guide*, (19), 233-235.
- candicelin86. (2023, 23 січня). *Breaking Stereotypes: Misogyny in Chinese Language and Society*. [Відео].
<https://vm.tiktok.com/ZMBjVQCBn/>
- 太阳之女NANA. (б. д.). *Sina Visitor System*. Sina Visitor System.
<https://weibo.com/5983494045/5064493699433005>

МОРФОЛОГІЧНІ СПОСОБИ СЛОВОТВОРЕННЯ КОРЕЙСЬКОМОВНОГО ВІЙСЬКОВОГО СЛЕНГУ

Самолук В. Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Охріменко М. А.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

В умовах сучасних українських реалій дослідження військової термінології іншомовних країн, зокрема корейської мови, відіграє ключову роль у міжкультурній комунікації та міжнародних відносинах, адже у військовій сфері мова нерідко стає інструментом маніпуляцій. Військова

лексика є складною системою, яка включає в собі поняття пов'язані як з побутом військових, так і з їхніми безпосередніми завданнями на службі.

Характерною рисою військової лексики є наявність емоційно-забарвлених слів та словосполучень, іншими словами, військового сленгу та жаргонізмів. Сленг є важливим елементом військової культури, що сприяє ефективному спілкуванню, згуртованості та адаптації в армійському середовищі. Зазвичай військовий сленг має досить широку сферу застосування, що стосується більшості сторін життя військовослужбовця, а також військових понять, військової техніки, озброєння та ін., та є основною причиною його поширеності (Басараба, Лемешко, 2022, с. 139).

Оскільки процес словотвору відіграє ключову роль в усвідомленні структури, закономірностей розвитку, точності й адекватності перекладу, його дослідження сприяють ефективному вивченню та розумінню мови. Чон Вон Дон (1992) виділяє семантичні, фонетичні та морфологічні способи як основні методи утворення нових лексичних одиниць. Морфологічні моделі терміноутворення є одними із найбільш уживаних у корейській мові, адже вони показують високу продуктивність (Шестакова, 2020, с. 112). Згідно багатьох досліджень деривація та компонування є найбільш поширеними морфологічними способами утворення лексичних одиниць. Хоча ці два методи беззаперечно посідають першість серед засобів словотвору, із часом все більшої популярності набувають такі методи як: скорочення, акронімія, омонімія та адаптація іншомовної лексики. Розглянемо більш детально деякі із цих методів.

Процес деривації полягає в утворенні слів та словосполучень шляхом афіксації: додавання префіксів на початку слова, додаванням суфіксів у кінці слова та додаванням інфіксів у середині слова. Цей спосіб відображає гнучкість мови у створенні словникового запасу з метою забезпечення вимог та потреб суспільства.

군필자 – термін, що позначає людину, яка відслужила у армії, де 군 перекладається як *військо*, а суфікси 필 та 자 означають *процес завершення чогось* та *людину* відповідно.

Компонування – це процес об'єднання двох чи більше різних слів задля маркування одного значення. Це сполуки, де два або більше елементів, які потенційно можуть бути використані як незалежні лексичні одиниці, поєднуються, щоб утворити нову одиницю.

똥별 – лайливий термін для позначення безталанного офіцера, що зловживає владою, дослівно перекладається як 똥 – *лайно* та 별 – *зірка*, що символізує офіцерське звання.

Метод скорочення реалізується шляхом вживання скороченої форми або частини слова. Як правило скорочення відбувається на основі складів із притаманним корейській мові коригуванням правопису. Зазвичай при скороченні значної зміни значення чи функції слова не спостерігається.

비문 – скорочення від слова 비밀문건, що перекладається як *секретний документ*.

Найрозповсюдженішою причиною адаптації іншомовної лексики, тобто запозичень, є відсутність коректних слів для позначення певних речей або

предметів у цільовій мові. При перекладі запозичення можуть викликати фрустрацію, особливо якщо вживаються вперше, оскільки значення запозичення може відрізнитися від загального контексту. На сьогоднішній день правопис запозичених слів, як правило, або повністю відповідає системі мови оригіналу, або дещо видозмінений у корейському стилі.

에이스 – походить від англійського слова *ace*, дослівно перекладається як *туз*, у контексті корейського військового сленгу позначає людину-професіонала у своїй справі, обдаровану гострим розумом та спритністю.

Отже, дослідження словотвору корейського військового сленгу сприяє не лише точному й адекватному перекладу військових термінів, а й кращому розумінню культурних та соціальних аспектів комунікації в армії Південної Кореї. Крім того, аналіз словотворчих моделей допомагає простежити вплив сучасних лінгвістичних тенденцій і зовнішніх факторів на розвиток військового сленгу, що є цінним як для мовознавців, так і для фахівців у сфері перекладу.

ЛІТЕРАТУРА

- Басараба, І. О., & Лемешко, О. В. (2022). Військовий сленг: дефініція та шляхи утворення. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 55(1), 137–142. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/55-1-22>
- Шестакова, О. В. (2020). Морфологічний спосіб творення лінгвістичних термінів корейської мови. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*, 31(70), 111–115. <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.2-4/17>
- Jeong, Weon Don. (1992). *Word formation and interface phenomena in the Korean lexicon*. University Microfilms International. A Bell&Howell Information Company.

СТИЛІСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАСТАРІЛОЇ ЛЕКСИКИ В РОМАНІ МУРАСАКІ ШІКІБУ “ПОВІСТЬ ПРО ҐЕНДЖІ”

Сапон А. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Кравець О. І.**

Доктор філософії

Київський національний лінгвістичний університет

Японська мова є однією з найдавніших мов світу, що впродовж всього періоду існування Японії зазнавала постійного збагачення внаслідок виникнення нової лексики, яка виникала разом з новими реаліями в японському суспільстві. Дослідження історичних пластів лексики дозволяє глибше зануритися в соціокультурний контекст відповідних історичних епох, оскільки мова та культура є взаємопов'язаними явищами. Особливої значущості має аналіз архаїчної лексики, що не лише сприяє відтворенню

мовного середовища минулого, а й є ключовим для адекватного перекладу автентичних текстів.

Застарілі слова являють собою лексичні одиниці, що вийшли або виходять зі звичайного вжитку в літературній мові (Єрмоленко, Бирик, Тодор, 2001, с. 63). У сучасній японській лінгвістиці для позначення такого явища використовується термін 廃語 (haigo). Застаріла лексика поділяється на архаїзми 古語 (кого) - слова, які вийшли з ужитку, поступившись сучасним відповідникам (Комарницька, Комісаров, 2012) та історизми 死語 (shigo) - слова, що вийшли з ужитку разом зі зникненням позначених ними понять і реалій (Рябоволенко, 2010, с.6). Попри втрату активного функціонування, ці мовні одиниці залишаються невіддільною частиною мовної системи, відіграючи важливу роль у збереженні культурної спадщини.

Застаріла лексика відображає глибину та різноманітність культури, виконуючи функцію історичного маркера, сприяє стилістичному збагаченню тексту. Архаїзми допомагають точно ідентифікувати зображувану епоху, що є цінним для аналізу та перекладу японської літератури.

У класичній японській літературі застаріла лексика виконує функцію стилістичного засобу, підкреслює атмосферу минулого та надає тексту естетичної виразності. “Повість про Генджі” є визначним твором японської літератури, який справив значний вплив на подальший розвиток національного письменства. Роман містить універсальні теми та є важливим джерелом для вивчення історичної японської мови й культури. Написаний у XI столітті, він містить застарілі лексичні одиниці, що допомагають реконструювати історичний контекст і полегшують сприйняття тексту сучасним читачем.

Одним із найбільш помітних проявів використання застарілої лексики у “Повісті про Генджі” є детальний опис одягу персонажів. Наприклад, 「いつまでもなく、清涼殿の天皇に召されるときは、唐衣に表着やうちき、それに長い裳という盛装で上がるのです」(紫式部, 2013, п. 12) – “Коли ж її викликали до імператора в палац Сейрьоден, вона завжди вбиралась в урочистий одяг: довгу сукню, поверх якої надягала верхній одяг, накидку та довгу спідницю”. У цьому уривку використано історизми: 唐衣 (karaginu) “короткий верхній одяг”, 表着 (uwagi) “верхній одяг для церемоній”, うちき (uchiki) “довга сукня під верхнім вбранням” та 裳 (mo) “довга спідниця, яка була частиною жіночого урочистого одягу”. Ці предмети одягу більше не використовуються у сучасній Японії, тому слова, що їх описують, вважаються історизмами.

Важливим аспектом використання застарілої лексики у романі є вживання слів у значеннях, які вже втратили свою актуальність у сучасній мові. Наприклад, 「源氏はしかたなく車のなかで待ちながら、なにげなくあたりのようすを車の物見からながめていました」(紫式部, 2013, п. 43) – “Генджі чекав у кареті, мимоволі спостерігаючи за навколишнім краєвидом через вікно”. Уживання архаїзмів 車 (kuruma) (у тексті “карега”, тоді як у сучасній мові це “автомобіль”), 物見 (monomi) “вікно” – сучасний еквівалент 窓 (mado), не лише додає тексту історичного колориту, а й створює символічне значення. Карета в тексті виступає не лише засобом

пересування, а й символом соціального статусу персонажа, що надає твору відтінку старовини та допомагає краще зрозуміти соціальні відносини й ієрархію японського суспільства періоду Хейан.

Опис природи у творі також насичений застарілою лексикою, що виконує важливу стилістичну та емоційну функції. Наприклад, 「しずかな夕がたで、庭の秋草も枯れ、虫の声も、かすかでしたが、木の葉のみじが美しく、家鳩の声も、晩秋のふぜいをそそののでした」 (紫式部, 2013, п. 68) – “Тихий вечір, осінні трави в саду вже зів’яли, голоси комах ледь чутні, але багряне листя кленів на деревах прекрасне, а голубине воркування додає настрою пізньої осені”. Архаїзмом тут є слово 晩秋 (bansyuu), яке у сучасній мові означає “пізня осінь”. У контексті твору воно використовується у значенні “дев’ятий місяць за місячним календарем”, що вказує на завершення життєвого циклу, викликаючи відчуття меланхолії та спокою. Опис природи у романі виконує функцію емоційного тла та підкреслює символізм подій у житті персонажів.

Отже, аналіз застарілої лексики, зокрема лексики роману “Повість про Генджі” підкреслює її важливу роль у створенні історичного та культурного контексту. Вживання архаїзмів не лише надає історичного колориту, а й дозволяє сучасному читачеві краще зрозуміти світогляд і культуру історичної Японії. Подальше дослідження цієї теми сприятиме глибшому розумінню японської мови, традицій та культурної спадщини країни.

ЛІТЕРАТУРА

- Єрмоленко, С. Я., Биби́к, & С. П., Тодор, О. Г. (2001). *Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів*. Либідь.
- Комарницька, Т. К., & Комісаров, К. Ю. (2012). *Сучасна японська літературна мова* (Т. 1). Видавничий дім Бураго.
- Рябоволенко, І. В. (2009). *Функціональні особливості застарілої лексики японської мови* [Дис. канд. філол. наук, Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка]. Реферативна база даних “Україніка наукова”.
<http://search.nbuv.gov.ua/aref/20110730000092>
- 紫式部. (2013). 源氏物語. (高木卓. 訳). 講談社.

ОФІЦІЙНО-ДІЛОВІ ЖАНРИ ТУРЕЦЬКОМОВНОГО ВОЄННОГО ДИСКУРСУ ХХІ СТ.

Сачко А. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Сорокін С. В.**

Кандидат філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

У турецькій мові, як і в інших мовах, існує система офіційно-ділових жанрів, які використовуються у воєнному дискурсі для регулювання,

координації та інформаційного забезпечення військової діяльності. Турецькомовний військовий дискурс охоплює заяви, пресрелізи, міжнародні договори та угоди, звіти та доповіді військових аналітичних центрів, які відіграють важливу роль у функціонуванні збройних сил Туреччини.

Основними джерелами інформації про дискурсивні події сучасного турецькомовного воєнного дискурсу є державні органи, що відповідають за оборонну політику та стратегічне планування. Ключовими джерелами є Міністерство національної оборони Туреччини (*T.C. Milli Savunma Bakanlığı*), Генеральний штаб Збройних сил Туреччини (*Türk Silahlı Kuvvetleri Genelkurmay Başkanlığı*), Управління комунікацій при Адміністрації Президента Туреччини (*T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı*).

Офіційні заяви та пресрелізи. Ці документи інформують громадськість про важливі події, операції та політику Міністерства. Для прикладу спробуємо зробити аналіз цього субжанру на матеріалі офіційної заяви “Операція “Весняний щит”” (*Milli Savunma Bakanlığı*, 2020), яка надана Міністерством національної оборони Туреччини. У заголовку чітко вказується тема наданої заяви, може міститися номер документу та зазначатися дата. Перша, вступна частина формулюється стисло і конкретно, пояснюючи причину заяви, вказується посилання на офіційні правові документи. Якщо заява стосується військової операції, згадуються дата її початку та правові підстави: *TSK tarafından uluslararası hukuk ve BM Sözleşmesi 51'inci maddesinde düzenlenen meşru müdafaa hakkı çerçevesinde, 10 Şubat 2020 tarihinde başlatılmıştır* – Вона була ініційована турецькими збройними силами 10 лютого 2020 року в рамках міжнародного права та права на самооборону, що регулюється статтею 51 Статуту Організації Об'єднаних Націй. В основній частині викладаються факти, пов'язані з операцією, подією чи військовою ситуацією, використовуються формулювання, що підкреслюють професіоналізм, військові дії описуються через офіційні терміни (наприклад, *etkisiz hale getirilmiştir* – було нейтралізовано), можуть міститися дані про кількість нейтралізованих об'єктів, втрат противника, застосовану техніку тощо, встановлюється мета: *Rejimin yayılmasını önlemek ve bölgedeki birliklerimizin güvenliğini sağlamak, Rejim saldırılarıyla sınırlarımıza yönelecek göçü önlemek, bölge halkının güvenliği ile güvenli, gönüllü ve saygın bir şekilde geri dönüşlerini sağlamak amaçlanmıştır* – Запобігти поширенню режиму та забезпечити захист наших військ у регіоні, запобігти міграції до наших кордонів через напади режиму, гарантувати безпеку мешканців регіону та їхнє спокійне, добровільне та гідне повернення. У заключній частині підкреслюється успішність операції або заходу, виражається готовність продовжувати дії в межах законодавства та міжнародних норм, може містити звернення до міжнародної спільноти, союзників чи громадян: *Etkin, Caydırıcı ve Saygın! Kahraman Türk Silahlı Kuvvetlerimiz her zaman ve her yerde* – Ефективні, стримуючі і гідні поваги! Наші героїчні турецькі збройні сили завжди і всюди. Наприкінці заяви зазначається офіційний підпис установи (наприклад, *Milli Savunma Bakanlığı* – Міністерство національної оборони) та контактна інформація або джерело публікації (вебсайт, пресслужба).

Міжнародні договори та угоди. Документи, що регулюють військове співробітництво між Туреччиною та іншими державами. Для прикладу оберемо угоду “*Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Ukrayna Bakanlar Kurulu arasında askeri çerçeve anlaşması*” (Milli Savunma Bakanlığı, 2020) – “Військова угода між урядом Турецької Республіки та Кабінетом Міністрів України про співробітництво у сфері оборони”, що опублікована Міністерством національної оборони Туреччини. Назва документу вказує на тип угоди та сторони, які її уклали. Преамбула містить вступні положення, де сторони висловлюють бажання зміцнювати співробітництво в оборонній сфері, підтверджують свою прихильність до цілей і принципів Статуту ООН та: *Birleşmiş Milletler Şartı’nın amaç ve ilkelerine bağlılıklarını teyit ederek...* – підтверджуючи свою відданість цілям і принципам Статуту Організації Об’єднаних Націй... Основна частина документа складається з кількох статей, що визначають конкретні аспекти співробітництва: мета, галузі, форми співробітництва, фінансові аспекти, захист інформації, вирішення конфліктних ситуацій, набуття чинності, зміни та припинення дії угоди тощо. Заключні положення містять підписи уповноважених представників сторін, дату та місце підписання угоди.

Звіти та доповіді військових аналітичних центрів. Аналітичні документи, що оцінюють військові стратегії, операції та політику, є ключовими інструментами для прийняття рішень у сфері оборони та безпеки. Пропонований субжанр розглянемо на прикладі звіту “*Haftalık Basın Bilgilendirme Toplantısı Gerçekleştirildi*” (Milli Savunma Bakanlığı, 2025) – “Відбувся щотижневий пресбрифінг”. Стаття починається з повідомлення про проведення щотижневої пресконференції в Міністерстві національної оборони Туреччини”. Вказується, що під час заходу обговорювалися діяльність міністерства та актуальні питання: *Basın ve Halkla İlişkiler Müşaviri ve Bakanlık Sözcüsü Tuğamiral Zeki Aktürk tarafından icra edilen toplantıda şu bilgiler paylaşıldı* – Під час зустрічі, яку провів радник з питань преси та зв’язків з громадськістю і речник Міністерства контрадмірал Зекі Актюрк, була представлена наступна інформація. У цій частині наводяться конкретні дані та заяви, зроблені під час пресконференції. Зокрема, зазначається, що за останній тиждень було нейтралізовано 62 терористи: *Son 1 haftada 62 terörist etkisiz hâle getirildi* – За тиждень знешкодили 62 терористи. Стаття завершується загальною інформацією про діяльність міністерства та його підрозділів, зазначаються результати роботи та професійність Збройних сил Туреччини: *Sahip olduğu güçlü imkân kabiliyetleri ve nitelikli personeliyle her türlü tehdit ve tehlikeyi bertaraf etmeye* – Усувати всі види загроз і небезпек завдяки своїм потужним можливостям і кваліфікованому персоналу. Ця структура забезпечує чітке та послідовне представлення інформації, починаючи з оголошення про подію, надання конкретних даних та завершуючи загальними підсумками.

Згідно з дослідженням нами матеріалом турецькомовний воєнний дискурс представлений системою офіційно-ділових жанрів, які регулюють інформаційний обмін, координацію та стратегічне планування у сфері

оборони. Офіційні заяви та пресрелізи, міжнародні угоди та аналітичні звіти відображають формальні особливості жанру, такі як чітка структура, використання термінології та правових посилань. Аналіз запропонованих документів демонструє характерну стилістику та прагматичну спрямованість турецькомовного воєнного дискурсу.

ЛІТЕРАТУРА

- Bakanlığı, T. M. S. (2020). Bahar Kalkanı MSB | T.C. Millî Savunma Bakanlığı. T.C. Milli Savunma Bakanlığı.
<https://www.msb.gov.tr/BaharKalkani#:~:text=Bahar%20Kalkan%C4%B1%20Harek%C3%A2t%C4%B1,Mart%202020%20tarihinde%20ba%C5%9Far%C4%B1yla%20tamamlanm%C4%B1%C5%9Ft%C4%B1r>
- T.C. Millî Savunma Bakanlığı. (2020). Ukrayna çerçeve anlaşması. [PDF-файл]. Отримано з
[https://www.msb.gov.tr/Content/Upload/Docs/Ukrayna%20%C3%87er%C3%A7eve%20Anla%C5%9Fmas%C4%B1\(1\).pdf](https://www.msb.gov.tr/Content/Upload/Docs/Ukrayna%20%C3%87er%C3%A7eve%20Anla%C5%9Fmas%C4%B1(1).pdf)
- Bakanlığı, T. M. S. (2025). Millî Savunma Bakanlığında haftalık basın bilgilendirme toplantısı gerçekleştirildi MSB | T.C. Millî Savunma Bakanlığı. T.C. Milli Savunma Bakanlığı.
<https://www.msb.gov.tr/SlaytHaber/303fd39922d34c199b9bb4c448771a23>

СКОРОЧЕННЯ У ЯПОНСЬКІЙ МЕДИЧНІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ. АНАТОМІЧНІ СКОРОЧЕННЯ.

Семиконь О. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Пророченко Н.О.**

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Термінологічна лексика дає змогу чітко передавати важливу наукову інформацію, тому вона має важливе місце у лексико-семантичних засобах зв'язку фахових текстів.

До скорочень можна віднести декілька видів: аббревіатури; акроніми; усічення; злиття (Пріт, 2019). Аббревіатуру можна виділити одним з найбільш поширених скорочень. Аббревіатура – це складноскорочені слова які утворені з початкових звуків чи літер (Парсамян, 2022). Наприклад, можна віднести:

ピーティーエスディー (PTSD, Post Traumatic Stress Disorder) – посттравматичний синдром; エスアイディーエス (SIDS, Sudden Infant Death Syndrome) – синдром раптової дитячої смерті; シーオーピーディー (COPD, Chronic Obstructive Pulmonary Disease) – хронічне обструктивне захворювання легень.

Іншим видом скорочень є акронім. Це скорочення, фонетична структура якого збігається із фонетичною структурою загальноновживаних слів. Це слова,

утворені від початкових літер чи складів інших слів і які вимовляються як єдині слова, а не як послідовність окремих літер (Яхненко, 2022). До акронімів можна віднести: ゴーマー (GOMER, “Get out of my emergency room”) – сленговий вислів “забирайся з невідкладної допомоги”, часто використовується лікарями та медсестрами до пацієнтів, які не мають ознак серйозних захворювань, проте все одно доставляються до кімнат невідкладної допомоги; アドリブ (Ad lib, at liberty) – на волі. エーニド (ANED, Alive no evidence of disease) – живий, без ознак хвороб (William C. Shiel Jr.). Усічення (термінологічні скорочення) – це загальноновживані (іноді стандартні) синонімічні короткі варіанти стандартних термінів. Термінологічні скорочення зазвичай зрозумілі фахівцям без пояснень (Яхненко, 2022, 14–15). До усічень можна віднести: Fx (骨折/kossetsu/fracture) – перелом; Dx (診断/ shindan/diagnosis) – діагноз; Hx (病歴/ byo:reki/history) – медична історія (пацієнта). З’єднання декількох слів в одне для створення нового терміну ми називаємо злиттям. До злиття можна віднести: 皮下 (ひか/ hika) – підшкірний. 皮 (ひ/hi) – шкіра, 下 (か/ ka) – під; 血管 (けっかん/ kekkan) – кровоносна судина. 血 (血/ketsu) – кров, 管 (かん/ kan) – судина.

Окрім вищезазначених скорочень, також існують псевдоаббревіатури. Це слова, які виглядають як аббревіатура, проте літери якого насправді не відображають повне слово. Такі скорочення використовуються для зручності у розмовній мові. До псевдоаббревіатур можна віднести: ノロ (noro) – носовірусна інфекція; セパ (sepa) – сепсис; ドパ (dopa) – дофамін. Анатомічні скорочення у японській мові часто утворюються шляхом запозичення з латини та англійської мови, а також шляхом утворення з японських слів. Загально анатомічні терміни можна поділити на: а) терміни на позначення ділянок тіла людини; б) терміни на позначення органів та їх частин; в) терміни, що описують положення щодо центру мас і поздовжньої осі тіла або виросту тіла; г) терміни, що описують положення щодо основних частин тіла; д) терміни на позначення площин; е) терміни на позначення руху (Краєвська та ін., 2013). До загальних анатомічних скорочень можна віднести: UA(Ulnar artery) – ліктьова артерія; CCA (Common carotid artery)- загальна сонна артерія; ECA (External carotid artery); ICA (Internal carotid artery)- внутрішня сонна артерія. До анатомічних скорочень для кісток можна віднести: S1-S5 (Sacrum) – крижові хребці; T1-T12 (Thoracic vertebrae) – грудні хребці; TMJ (Temporomandibular joint) – скронево-нижньощелепний суглоб. До анатомічних скорочень для м’язів можна віднести: BB (Biceps brachii)- двоголовий м’яз плеча; TB (Triceps brachii)- триголовий м’яз плеча; RF (Rectus femoris) – прямий м’яз стегна; TA (Tibialis anterior)- передній великогомілковий м’яз. До скорочень для нервової системи можна віднести: CNS (Central Nervous System) – центральна нервова система; PNS (Peripheral Nervous System) – периферична нервова система; SNS (Sympathetic Nervous System) – симпатична нервова система; PNS (Parasympathetic Nervous System)- парасимпатична нервова система. До скорочень для внутрішніх органів можна віднести: HT (Heart)- серце; L (Liver) – печінка; S (Stomach) – шлунок; P (Pancreas) – підшлункова залоза; K (Kidney) – нирка; SI (Small

InteStine) – тонкий кишківник; LI (Large InteStine) – товстий кишківник; R (Rectum) – пряма кишка.

ЛІТЕРАТУРА

- Пріт П. А. (2019). *Абревіатури, акроніми, усичення, злиття – 4 основні види скорочення*.
<https://naurok.com.ua/abreviaturi-akronimi-usichennya-zlittya-4-osnovni-vidi-skorochennya-94523.html>
- Парсамян А. А. (2022). *Абревіатури. Складноскорочені слова. Правопис слів разом, окремо, через дефіс. Тренувальні вправи*. Naurok.
<https://naurok.com.ua/abreviaturi-skladnoskorocheni-slova-pravopis-sliv-razom-okremo-cherez-defis-trenuvalni-vpravi-313221.html>
- Яхненко О. О. (2022). *Особливості перекладу абревіатур в англomовній політичній термінології*. [Кваліфікаційна робота магістра. Сумський державний університет]. Інституційний репозитарій Сумського державного університету.
https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/90325/1/Yahnenko_Masters_thesis.pdf;jsessionid=A6A65643442FFCC5AB75504ED186C392
- William C. Shiel Jr. (б.д.). *Common Medical Abbreviations & Terms*. Medicine Net.
https://www.medicinenet.com/common_medical_abbreviations_and_terms/article.htm
- Краєвська Г. П., Кукуруза Ю. В. & Дудник О. М. (2013). *Основи медичної термінології*. Посібник з української мови для студентів-іноземців.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ “FREEDOM” В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Сердега І. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Шкута О.Г.**

Викладач

Київський національний лінгвістичний університет

У нашій статті досліджено особливості використання елементів лексико-семантичного поля “FREEDOM” в англійській та українській мовах.

Предметом нашого дослідження є зіставний аналіз специфіки лексико-семантичного поля “FREEDOM” в англійській та українській мовах.

Завданням нашого дослідження є встановлення у зіставному аналізі культурно-специфічних розбіжностей використання елементів лексико-семантичного поля “FREEDOM” в англійській та українській мовах.

Український науковець М. Кочерган визначав поняття лексико-семантичного поля наступним чином: “Лексико-семантичне поле - це

сукупність парадигматично пов'язаних лексичних одиниць, які об'єднані спільним змістом і відображають поняттєву, предметну та функціональну подібність позначуваних явищ” (Кочерган, 2001: 211).

Кожне лексико-семантичне поле складається з ядра, приядерної зони, напівпериферії та периферії. До ядра відносяться ті лексеми, які є найближчими та найчастотнішими до досліджуваного концепту. А периферія, за Н. Гешко, “включає в себе ті елементи, які є найвіддаленішими за своїми значеннями від ядра. Зазвичай вони відповідають за зв'язок та перетин з іншими семантичними полями: так утворюється лексико-семантична цілісність мовної системи” (Гешко, 2014: 76).

Варто також зазначити, що багато лінгвістів дійшли висновку, що лексико-семантичні поля відрізняються в залежності від мови: до лексико-семантичного поля одного і того самого об'єкта дослідження можуть входити різні семи та лексеми. Відтак, можна стверджувати, що рідна мова задає рамки нашого світосприйняття (Кочерган, 2014).

Структура лексико-семантичного поля “FREEDOM” в англійській та українській мовах дещо схожа, проте все таки є певні розбіжності, спричинені різними історично-культурними факторами.

Розглянемо лексеми, які утворюють ядро лексико-семантичного поля “FREEDOM” в українській мові. За словником української мови у 20 томах (2010), сюди належать наступні: воля, незалежність, автономія, самостійність, рівність. Ці одиниці входять до ядра, тому що вони є нейтральними, часто вживаними та мають найбільшу кількість сем у своїх значеннях.

Далі, за допомогою Collins Essential Dictionary (2004), визначимо лексеми, що знаходяться в межах лексико-семантичного поля “FREEDOM” та утворюють його ядро: *liberty, independence, autonomy, emancipation, sovereignty*.

Відтак, можемо помітити, що в обидвох мовах лексеми, що знаходяться в ядрах полів, подібні за своїм значенням та відтворюють основні аспекти досліджуваного концепту, оскільки виражають найбільш наближені, фундаментальні поняття, які є універсальними для різних народів.

Варто також розглянути та проаналізувати лексеми, що входять до периферії лексико-семантичного поля у двох мовах.

Відповідно великому тлумачному словнику сучасної української мови (2005), в цій мові сюди належать наступні лексеми: *вольниця (селяни-кріпаки, ремісники і т. ін., що тікали від поміщиків та поселялися на окраїнах Московської держави й Польщі, здобуваючи таким чином певну незалежність), безмежжя, анархія, простір, неозорість, привілля, роздолля, невимушеність*.

Знову звернемося до Collins Essential Dictionary (2004), щоб визначити лексеми, які утворюють периферію лексико-семантичного поля “FREEDOM” в англійській мові: *manumission, boundlessness, anarchy, equality, justice, relief, release, permissiveness, libertarianism*.

Аналізуючи периферію лексико-семантичного поля в двох досліджуваних мовах можна помітити ті відмінності, що не були очевидними на рівні аналізу

складових ядер: в периферію лексико-семантичного поля “FREEDOM” в українській мові переважно входять слова, пов’язані з історичними подіями, архаїзмами або поетизмами. Ці слова мають певний семантичний зв’язок із досліджуваним нами концептом та в загальному відображають нашу культуру, минуле, боротьбу за незалежність та уявлення про вільне життя. Лексеми, що утворюють периферію поля в англійській мові – це здебільшого політичні слова та терміни, які висвітлюють концепт “FREEDOM” як загальне людське право.

Отже, підсумовуючи вищезгадане, можна сказати, що лексико-семантичні поля в англійській та українській мовах мають як спільні, так і відмінні риси, які відображають не лише історичний та культурний розвиток, а й мовну картину світу. Відтак, кожна сема та лексема розкриває як структуру мови, так і світосприйняття етносу, мови яких порівнюються.

ЛІТЕРАТУРА

- Бусел В. Т. (2005). *Великий тлумачний словник сучасної української мови: 250000*. Перун.
- Гешко Н. (2014). Лексико-семантичне поле як системно структурне утворення та методи його дослідження. *Актуальні питання суспільних наук та історії медицини*, № 2 (с. 73–78). Видавництво Буковинського державного медичного університету.
- Кочерган М. П. (2014). *Вступ до мовознавства*. Видавничий центр “Академія”.
- Кочерган М.П. (2001). М. П. *Вступ до мовознавства: підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів*. Видавничий центр “Академія”.
- Словник української мови : у 20 т. (2010). Національна академія наук України, Український мовно-інформаційний фонд. Наукова думка.
- Collins Essential Dictionary (2004). *Collins Essential Dictionary* (2nd Edition). HarperCollins Publishers.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ БЕЗЕКВІВАЛЕНТНОЇ ЛЕКСИКИ З КОРЕЙСЬКОЇ

Серпокрил Ю. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Тогобицька А. І.

Старший викладач

Київський національний лінгвістичний університет

Основні труднощі неперекладності пов’язані з самою суттю перекладу – передачею змісту, сенсу та емоційного наповнення з однієї мови на іншу, зберігаючи його цілісність і автентичність. В даному випадку, переклад безеквівалентної лексики (БЛ) стає перешкодою для перекладача, завдання

якого – точно відтворити мовні засоби автора, забезпечуючи при цьому зрозумілість та адекватність тексту у перекладній мові.

Мона Бейкер (2011) так описує це поняття неперекладності: “безеквівалентність на лексичному рівні означає, що мова перекладу не здатна знайти та надати прямий еквівалент з тексту джерела” (с. 19).

Для вибору стратегії перекладу БЛ варто розрізнявати види безеквівалентності. Багато дослідників, мовознавців та лінгвістів робили спроби класифікувати безеквівалентну лексику, виділяючи в ній кілька підгруп. Водночас більшість мовознавців (Манакін, Чернікова, Зубкова та ін.) виділяють дві умовні групи поділу для безеквівалентної лексики: 1) власне безеквівалентна лексика (або власні імена, до яких входять особові імена, географічні назви, назви установ тощо); 2) слова-реалії – “це частина безеквівалентної лексики, що служить для позначення відсутніх в інших національних культурах предметів, а також понять, з ними пов’язаних” (Манакін, 2012).

Чернікова та Зубкова (2011) зазначають, що безеквівалентні слова у кожного народу виникають мимоволі, оскільки “відображають національну специфіку” (с. 172–173). Отже, при перекладі БЛ завжди враховуються культурні особливості мови-оригіналу, що водночас викликає труднощі через можливість відсутності точного еквіваленту у перекладній мові.

Поширеною є думка, що безеквівалентна лексика, зокрема власні імена та слова-реалії, є неперекладною, оскільки переклад як особлива форма міжмовної комунікації поєднує лінгвістичні, етнічні та соціокультурні аспекти мовної реальності. Стосовно цього твердження, Бейкер (2011) зазначає, що важливо спершу оцінити значення нееквівалентності; вона вважає, що перекладач має розуміти, що не кожен випадок БЛ є значущим, тож неможливо та не бажано відтворювати кожен аспект значення для кожного слова у перекладеному тексті (с. 21–22).

Корейська культура має унікальні та специфічні для неї явища, що також відобразились у мові у якості безеквівалентних понять. За класифікацією Бейкер (2011) для корейської неперекладної лексики можна виділити такі категорії: культурно-специфічні поняття (сюди відносять матеріальну культуру, екологічні або біологічні поняття, соціокультурні та релігійні терміни), не лексикалізовані у мові перекладу поняття вихідної мови, специфічні гіпоніми та гіпероніми, відмінності міжособистісної перспективи (ієрархічні взаємовідносини), відмінності у фізичній перспективі та запозичення, що змінили значення при входженні в мову.

Оптимальний спосіб перекладу визначається на основі категорії, до якої можна віднести безеквівалентну одиницю. Вибір конкретного методу залежить від контексту, стилістичних особливостей тексту, а також від рівня обізнаності цільової аудиторії з культурними реаліями вихідної мови. У деяких випадках для досягнення максимальної зрозумілості перекладу може використовуватися комбінація кількох методів. Г.Е. Мірам (2005) визначає чотири найпоширеніші методи перекладу безеквівалентної лексики: транскодування, описовий переклад, калькування, аналогія.

Транскодування – спосіб передачі графічної або звукової форми слова засобами абетки мови перекладу. Найчастіше використовується для передачі власне безеквівалентної лексики.

Описовий переклад полягає в заміні слововихідної мови словосполученням або описом, яке у перекладі адекватно передає та пояснює значення (зазвичай застосовують для перекладу неологізмів та реалій).

Калькування (або дослівний переклад) – прийом перекладу слів, коли імітується структура одиниці мови оригіналу (морфеми чи слова) із використанням, як правило, першого за порядком відповідника у словнику. Використовується, як правило, при перекладі складних слів або словосполучень.

Аналогії – це одиниці близькі за значенням, але не ідентичні значенню одиниці мови оригіналу. При наявності в мові перекладу схожих понять застосовується метод аналогії для спрощення сприйняття невідомого поняття.

На основі цієї інформації можна зробити висновок, що безеквівалентна лексика є важливою складовою мовної системи, яка відображає специфіку культури та соціуму у мові. Дослідження корейської безеквівалентної лексики дозволяє краще зрозуміти особливості корейсько-української міжкультурної комунікації та визначити оптимальні методи передачі неперекладних понять з вихідної мови на перекладну.

ЛІТЕРАТУРА

Манакін, В. (2012). *Мова і міжкультурна комунікація*. Академія.

Мірам, Г. (2005). *Практичний переклад: нотатки до лекцій*. Ніка-Центр.

Чернікова, Л. Ф., & Зубкова, Л. (2011). Мовні реалії та проблеми їх перекладу. *Культура народів Причорномор'я*, (216), 172–177.

<http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/65152/49-Chernikova.pdf>

Baker, M. (2011). *In other words: A Coursebook on Translation* (2-ге вид.). Routledge.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФРАНЦУЗЬКОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО РЕКЛАМНИХ ДИСКУРСІВ У ПОРІВНЯЛЬНОМУ АСПЕКТІ

Сидоренко М. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Вивчення та дослідження особливостей рекламного дискурсу є одним із актуальних питань у сучасній лінгвістиці. Створення рекламних текстів стає дедалі складнішим питанням, тому що споживачі набагато прискіпливіше ставляться до реклами. Відповідно, генерація реклами вимагає більш витонченого та креативного підходу з боку маркетологів.

Вивченням рекламного дискурсу займалися такі українські науковці як О. Ю. Арешенкова, С. В. Гузенко, В. Ю. Зварич, А. М. Кліменкова,

Л. М'яснянікіна, О. І. Єгорова, О. Д. Бикова, К. В. Бажеріна тощо. Під час проведення дослідження на вищезгадану тему, було виявлено, що вивчення саме телевізійного дискурсу залишається поза полем зору дослідників. Станом на 2021 рік, у середньому 25,1 мільйон французів проводять кожного дня за переглядом французьких телеканалів M6, W9, 6ter та Gulli, що актуалізує мету нашого дослідження.

Переаналізом рекламного дискурсу, слід звернутися до основоположника теорії мовленнєвих актів Дж. Остіна (1962), який у своїх лекціях заклад поняття мовленнєвого акту – мінімальної одиниці мовного спілкування. У свою чергу, мовленнєвий акт поділяється на три рівні: локуція (звуки та слова, які формують певну конструкцію та яким притаманний зміст), ілокуція (мета, засоби її досягнення; творча, цілеспрямована та усвідомлена мовленнєва діяльність) та перлокуція (мовленнєвий вплив мовця на почуття, думки й дії реципієнта) (Остін, 1962). Зазвичай, у рекламному дискурсі використовуються акти ілокутивних типів. Тут ми звертаємося до праці американського філософа Дж. Серля (1985), який запропонував класифікацію ілокутивних типів на **асертиви** (опис стану речей і факти): *Vous méritez un canapé avec un confortable lit coulissant / Ви заслуговуєте на диван зі зручним висувним ліжком*, **директиви** (примус до виконання певної дії): *Variez les plaisirs entre un délicieux café long et l'intensité d'un espresso corsé / Урізноманітніть задоволення між смачною кавою-Лунго та насиченим міцним еспресо*, *Savourez les nouveaux cafés Senseo Brésil et Colombie 100 % Arabica / Смакуйте нові смаки кави Сенсео Бразилія та Колумбія 100 % Арабіка.* ; **комісиви** (обіцянки, пропозиції, погрози): *En cas d'urgence, nous vous assistons et verrouillons votre porte à distance pour une intervention rapide du secours / У разі надзвичайної ситуації ми вам допомагаємо та дистанційно замикаємо ваші двері для швидкого втручання рятувальних служб*; **експресиви** (емоції, почуття чи ставлення мовця): *Tout comme chacun mérite d'être choyé dans un magasin Poltronosofà / Абсолютно кожен заслуговує на турботу в магазині Poltronosofà* та **декларації** (мовленнєві акти, що змінюють стан речей за допомогою мовлення) (Серля, 1985). У рекламному дискурсі автори часто використовують директиви, асертиви, комісиви та експресиви. Що стосується декларацій, то вони вважаються первинними у рекламному дискурсі та присутні в усіх рекламних текстах без винятку (Пархоменко & Наумець 2016).

Під час порівняння французьких телевізійних реклам з українськими, ми помітили, що для французької реклами інтонації, голос озвучування є більш спокійним і мрійливим, на відміну від української реклами. Найчастіше, французів використовують саме жіночі голоси для озвучування реклам продуктів харчування та фармацевтичних виробів.

Також, попри закон Тубона, який був прийнятий ще у 1994 році і значно обмежує використання англійзмів у публічному просторі, французи змогли обійти це обмеження, і під час використання англійських слів чи виразів обов'язково показують французький відповідник на екрані. Наприклад,

у рекламі мобільного застосунку Harpp використано вираз *It's a crush !* і надано переклад французькою *C'est un coup de cœur !*

Важливим впливом на французьку рекламу є також культура харчування і споживання у Франції. У нижній частині реклам фастфуду, супер- та гіпермаркетів або інших продуктів харчування (наприклад, EntreMont, Sojasun, LeClerc, Domino's тощо) завжди є дисклеймери *Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé* / Для вашого здоров'я уникайте надмірно жирної, солодкої та солоної їжі, *Pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière* / Для вашого здоров'я займайтеся фізичною активністю регулярно, *Pour votre santé, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour* / Для вашого здоров'я споживайте щонайменше п'ять фруктів і овочів на день, що підтверджує особливе ставлення французів до культури харчування та піклування про здоров'я. Це стосується також реклами автомобілів або їх оренди (як у рекламах автомобільних марок Suzuki та Huindai): *Pour les trajets courts, privilégiez la marche ou le vélo* / Для коротких поїздок надавайте перевагу ходьбі або велосипеді, що вказує на усвідомлене розуміння екологічних проблем у світі, тому французи максимально намагаються уникати викиду вуглекислого газу.

Отже, під час аналізу французьких реклам ми виявили випадки використання асертивів, директивів, комісивів і експресивів. Найчастіше, у французьких рекламах маркетологи намагаються переконати споживача за допомогою наведення фактів про свій продукт. Також, ми виявили різницю щодо ставлення до здоров'я та екології у рекламах Франції та України.

ЛІТЕРАТУРА

- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford University Press.
- Searle, J. R. (1985) *Expression and meaning. Studies in the Theory of Speech Acts*. Cambridge University Press.
- Пархоменко, О. М., & Наумець, А. А. (2016). Передача імплікатур прагматичного впливу під час перекладу французьких рекламних текстів українською мовою. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка*, 2(5), 46–48.

ЛЕКСИЧНІ ТРУДНОЩІ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ З ТА НА КОРЕЙСЬКУ МОВУ

Сімохіна М. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Тогобицька А. І.**

Старший викладач

Київський національний лінгвістичний університет

У процесі перекладу з або на корейську мову перекладач зазнає деяких лексичних труднощів. Можна виділити п'ять таких ключових складностей, які потребують особливої уваги перекладача.

Перша складність – велика кількість іншомовних запозичень.

Словниковий склад корейської мови можна поділити на:

1. власне корейську лексику;
2. запозичення з китайської мови;
3. запозичення з інших мов.

У словниковому складі корейської мови найбільшу частку становлять запозичення з китайської мови (приблизно 75 %). Основна причина такої кількості запозичень полягає в тривалих історичних зв'язках між Кореєю та Китаєм, а також у тому, що до XV століття в Кореї використовували виключно китайські ієрогліфи. До прикладу слів китайського походження можна навести такі: 신랑 “наречений”, 신부 “наречена”, 상추 “лист салату”, 배추 “пекінська капуста” та інші. Деякі китайські запозичення в корейській мові з часом набули додаткових або трохи змінених значень, що є природним процесом у мовних запозиченнях: 약속 (у китайській 约束 означає “обмеження” або “стримування”, в той час у корейській 약속 означає “обіцянка” або “домовленість”).

На лексику також вплинули запозичення з японської мови, що з'явилися під час японської окупації у 1910–1945 роках (наприклад 잇쇼드리 – японське слово, що означає “одразу весь” або “цілу пляшку”, коли говорили, наприклад, про замовлення великої кількості алкоголю). Хоча частина японських слів вийшла з ужитку, їх сліди залишаються в мові.

Значна кількість запозичень простежується й з англійської мови, що пов'язано з зв'язками між Південною Кореєю та США: 컴퓨터 “комп'ютер”, 프로그램 “програма” та інші. Менше слів прийшло з німецької, грецької, французької та інших мов: 두랄루민 “дюраль” (нім.), 샹송 “шансон” (франц.).

Другою складністю є діалектні відмінності. У корейській мові існує кілька регіональних діалектів (사투리), серед яких найбільш відомими є Сеульський (столичний) діалект, який вважається офіційною літературною мовою, діалект Кьонсан та діалект Чеджу. Діалектні особливості можуть проявлятися на рівні лексики і фонетики. На практиці це проявляється в повсякденному мовленні: наприклад, звичне у столичному діалекті “밥 먹었어?” (ти їв?) на Кьонсанському звучить як “밥 못나?”. Ізоляція острова Чеджу призвела до значних відмінностей у лексиці й граматиці чеджуського діалекту настільки, що деякі лінгвісти навіть розглядають його як окрему мову.

Третьою складністю є наявність ідіом, сленгу, спеціальної лексики та архаїзмів. Корейські ідіоми можуть бути власне корейського (국수를 먹다 “одружитися”) або іншомовного походження (전화위복 “не було б щастя, так нещастя допомогло”). Сленг включає скорочені форми: 쌤 – від 선생님 “вчитель”, а також варіанти написання слів у соцмережах: 샵 “хештер”. Спеціальна лексика характерна для окремих сфер, наприклад: корейська преса, медична лексика, автомобільна лексика, юридична лексика (포결 “голосування”, 판사 “суддя”, 대법원 “верховний суд”, 민주주의 “демократична партія”). Архаїзми, застарілі слова, які вийшли з активного

ужитку, виникли через витіснення китайських запозичень або через зміни власне корейської лексики. Наприклад **천 (돈)**.

Четвертою складністю є розвинена система ввічливості. У корейській мові рівень поваги передається через суфікси, наприклад, **시** та **께서**, які використовуються при зверненні до старших або осіб із вищим соціальним статусом. Також існують спеціальні ввічливі форми слів, наприклад, **자다 – 주무시다** (“спати”) або **집 – 댁** (“дім”). Переклад такої лексики вимагає від перекладача високої лінгвістичної та культурної компетенції.

П'ятою складністю є велика кількість звуконаслідувальної лексики, яка відображає специфіку корейської культури. Такі слова часто зустрічаються в фольклорі, дитячій літературі та розмовному мовленні. Наприклад, **벌컥벌컥** передає звук ковтання води, **또각또각** – гучне тупотіння, а **땡땡땡** – дзвіночок.

ЛІТЕРАТУРА

Кан Д. С., Микитюк А. В., Пешкова І. С., Кан В. Д. (2006). *Особливості перекладу з корейської мови*. Ленвіт

Кочерган М. П. (2000) *Вступ до мовознавства*. Академія Mandarin Temple. (2022).

https://mandarintemple.com/dictionary/chinese-to-english/hsk-6/%E7%BA%A6%E6%9D%9F-yuel-shu4/?utm_source

Wikipedia. *Gyeongsang dialect*. Взято 16 березня 2025 року з

https://en.wikipedia.org/wiki/Gyeongsang_dialect

ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ СОМАТИЗМІВ В СУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ РОЗВІДКАХ

Скачкова А. П.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Любимова Ю. С.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Перш ніж розглядати особливості дослідження соматизмів, варто звернутися до поняття соматизм. В своїй роботі Добролюбова Г. М. і Артемчук В. (2011, с. 18) зазначають, що термін “соматичний” був вперше використаний Ф. Вакком під час дослідження фразеологізмів естонської мови зі складовими на позначення частин тіла. Вчений зазначав, що соматичні фразеологізми є здебільшого метафоричними і в їх основі лежать спостереження за поведінкою, психічною діяльністю людини чи тварини. Соматичні фразеологізми, на думку дослідника, є важливою складовою всієї фразеології естонської мови.

Актуальність досліджень соматизмів збільшувалася з кожним роком, оскільки людина усвідомлює себе та навколишній світ через органи чуття й частини власного тіла (Романюк, 2019). Вчена спільнота (Daulet et al, с. 708)

вважає, що однією з особливостей дослідження даної лексики є велика кількість значень, які стосуються певного соматизма. У своїй роботі вони дослідили, що найпопулярніші соматизми китайської мови “обличчя” (脸, liǎn) та “серце” (心, xīn) мають декілька значень в залежності від контексту та культурних особливостей. Так, “обличчя” (脸, liǎn) має значення статусу, репутації, престижу і важливості. “Серце” (心, xīn), в свою чергу, є центральним поняттям, яке пов’язується з емоціями, духовністю та розумом. Наприклад, вираз “心里有数” (xīnlǐ yǒu shù, “мати чітке розуміння”) показує, що серце асоціюється з розумінням та інтуїцією. Автори підкреслюють, що соматизми в китайській мові мають метафоричне значення та зазвичай використовуються у фразеологізмах, передаючи глибоке культурне значення.

Лі Сюанью (2003, с. 1) у своїй роботі визначила ряд особливостей соматичної лексики китайської мови, які впливають на точність досліджень з цієї теми. Вона зазначає, що органи і частини тіла є закритою системою, оскільки їх кількість не змінюється з часом, проте слова на позначення органів утворюють відкриту систему, яка постійно змінюється та розвивається. На це також впливають історичні зміни, оскільки назви частин тіла змінювалися з часом. Наприклад в давньокитайській мові використовувалися здебільшого односкладові слова, наприклад 目 (mù) на позначення “ока”, тоді як у сучасній китайській мові використовують 眼睛 (yǎn jīng).

Окрім історичних змін на дослідження соматизмів впливають і регіональні відмінності. Лі Сюанью (2003, с. 1) пояснює, що в різних діалектах китайської мови існують різні назви для позначення одних і тих самих частин тіла. Наприклад слово “шия” (脖子 bó zi) в різних частинах Китаю має різні ієрогліфи для позначення: 颈筋 (jǐng jīn), 颈椎 (jǐng gǔ), 关项 (guān xiàng), 头颈 (tóu jǐng), 颈房 (jǐng fáng) та інші. Ще один важливий аспект: специфіка використання. Не вся соматична лексика є універсальною у застосуванні. Одним з прикладів є слово “шкіра”, оскільки до людей використовується лише ієрогліф 皮肤 (pí fū), а до тварин 皮 (pí). Автор вказує, що це свідчить про певні обмеження щодо контексту живання.

Лі Сюанью (2003, с. 1) також зазначає, що культурні особливості впливають на розвиток і дослідження соматичної лексики. В китайській мові існує чимало слів пов’язаних з “бровами”, “очима” та “серцем”, тоді як слова, що стосуються “грудей” менш поширені, що відображає різницю між культурними відмінностями Китаю та Заходу.

Дослідження соматизмів та їх особливостей є важливим напрямком у лінгвістиці, оскільки вони відображають не лише фізичні аспекти, але й культурні, історичні та психологічні особливості мови. Спираючись на зазначені дослідження можна зробити висновки, що соматизми є важливою складовою кожної мови, зокрема китайської, не лише через теоретичне значення для розуміння семантики та фразеології, але й практичне застосування в перекладі, викладанні мови та міжкультурної комунікації. Дослідження соматизмів дозволяють зрозуміти, як мова відображає культурні цінності та світогляди носіїв мови, що робить цю тему актуальною для сучасних лінгвістичних досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

- Daulet, F., et al. (2019). Somatic cultural code and its role in the Chinese linguistic worldview (based on the concepts of “face” and “heart”). *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(4), 703–710.
<https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7490>
- Добролюбова, Г. М., & Артемчук, В. (2011). Соматизми (назви частин тіла людини) в українській фразеології. *Студентські лінгвістичні студії*, (2), 18–23.
- Romaniuk, V. (2019). The functional paradigm of somatic vocabulary. *International Humanitarian University Herald. Philology*, 1(43), 88–91.
<https://doi.org/10.32841/2409-1154.2019.43.1.21>
- 李, 玄玉. (2003). 汉语人体词语研究. 中国工人出版社.

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ З КОРЕЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ

Скорик В. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Урядова В. Д**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Корейська культура з кожним роком невідмінно розвивається. Спочатку Корея стала популярною через південнокорейську хвилю Халлю (한류), яка показала світові цікаву та незвичну культуру, пісні, мову та традиції країни. Ця зацікавленість зростає, тому все більше людей починає вивчати корейську мову і літературу. Як і в кожній країні, південнокорейські письменники мають свій унікальний стиль написання, який за останні декілька років користується великою популярністю серед іноземців.

К. О. Цирульник (2019) зазначає, що специфіка художнього перекладу зумовлена художньо-естетичною метою текстів, а також співвідношенням перекладу з літературною творчістю. Художня мова – особливий стиль мови, складна єдність різнорідних рис, що використовує елементи інших стилів та дозволяє вживання таких елементів мови, які на даному етапі розвитку літературної норми є неприпустимі (Polyuk, 2006).

Корейська мова багата на граматичні структури, ідіоми та культурні особливості, які можуть бути важко передати на українську мову. Наприклад, вживання ввічливих форм та часточок. “날씨가 좋아요?” Можна перекласти: “Вам подобається погода?” або “Тобі подобається погода?”. Переклад буде залежати від контексту і від того в яких стосунках співрозмовники. В українській мові таких складнощів немає, бо є тільки “Ви” і “ти”.

Культурний контекст має велике значення у перекладі корейських текстів. Перекладач повинен не лише передати текст, а й зміст, який за ним стоїть. Адаптація культурного контексту є терміном Клінгберга, яким

позначаються модифікації, скеровані на те, аби пристосувати текст до особливостей референції потенційних читачів. Вона охоплює використання літературних посилань, іноземних мов, історичного контексту, флори і фауни, власних назв, одиниць ваги та вимірювання та інших культурно-специфічних феноменів (Енциклопедія перекладознавства, 2020).

Корейські імена, які утворюються з декількох складів. Кожний склад може означати власний переклад і може створювати особливий підтекст, який хотів передати автор. Наприклад 김 하나, в українській мові ми просто перекладемо як Кім Хана, проте в корейській мові 하나 перекладається як “одна, єдина” або “квітка”, що надає більшого шарму тексту та показує унікальність героїні у творі.

Також яскравим прикладом може стати цікава корейська весільна традиція – пхальдак (팔닥), що перекладається як “удар по ногах”. Це весела та жартівлива весільна традиція, де друзі нареченого б’ють його по ногах палицею або рибою. Таким чином вони перевіряють витривалість майбутнього чоловіка та підготовлюють його до подружнього життя.

І. С. Полук (2006) поділяє переклад на декілька етапів. Першим етапом процесу перекладу є сприйняття тексту, що являє собою складний процес розумової діяльності, процес аналізу та синтезу інформації. Де потрібне не тільки повне розуміння оригінального тексту, а й відчуття його образного та емоційального впливу. Другим етапом є відтворення тексту іншою мовою, що є також складним процесом аналізу та синтезу, який відбувається у свідомості перекладача.

Мета будь-якого перекладу – донести до читача, який не володіє мовою оригіналу, певну інформацію, ближче ознайомити його з відповідним текстом. Перекласти означає адекватно висловити засобами однієї мови те, що вже зафіксовано засобами іншої мови (Kirichenko, Sibirtseva, Plokhuta, 2014).

Тож, підсумовуючи, можемо зазначити, що переклад з корейської на українську мову потребує не тільки гарне знання іноземної мови, а і обізнаність в традиціях та культурі, щоб правильно перекласти та донести текст читачеві. Також перекладач повинен чудово володіти мовою, на яку перекладає та мати вміння у написанні художніх текстів, щоб переклад виглядав гармонійно, читабельно та зрозуміло.

ЛІТЕРАТУРА

- Полук, І. С., Бондар, Л. В. (2006). Закономірності та особливості процесу письмового перекладу текстів різних жанрів. *Вісник НТУУ «КПІ». Філологія. Психологія. Педагогіка*.
- Кириченко, О. А., Сибірцева, Ю. С., Плохута, С. О. (2014). Особливості науково-технічних текстів, типові труднощі перекладу та шляхи їх подолання. *Філологічні трактати*. 6(1), 85–90.
- Гамбієр, І., Люка ван Дорслар, (2020). *Енциклопедія перекладознавства: у 4 томах*. Том. 1: пер. з англ. (О. А. Кальниченко, Л. М. Черноватий, заг. ред.). Нова Книга.

Цирульник, К. О. (2019). *Загальні особливості перекладу художнього тексту*. Н. Л. Замкова (Ред.). Світоглядні трансформації особистості студента ЗВО: історично-філософські, соціально-правові, мовознавчі та здоров'яформуючі аспекти (с. 157–159). Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ.

ІНТЕРМЕДІАЛЬНІСТЬ У СУЧАСНІЙ ЛІТЕРАТУРІ: ВЗАЄМОДІЯ ТЕКСТУ ТА ВІЗУАЛЬНИХ МИСТЕЦТВ У РОМАНІ ДЕНА БРАУНА “ДЖЕРЕЛО”

Смук Б. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Рикова Г. С.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Поняття інтермедіальності широко використовується в літературознавстві для позначення взаємодії різних мистецьких медіа у творчому процесі. Воно охоплює літературу, живопис, музику, кіно, театр та інші форми мистецтва, що дозволяє створювати нові засоби вираження й поглиблювати сприйняття творів (Савчук, 2019). Термін “інтермедіальність” уперше з’явився ще в 1812 році завдяки англійському філософу С. Колріджу, який використав слово “intermedium” для характеристики наративної функції алегорії (Просалова, 2010).

У сучасній художній літературі інтермедіальність набуває дедалі більшого значення. Поєднання тексту з іншими мистецькими медіа дає авторам можливість розширювати межі традиційного літературного дискурсу й пропонувати читачам нові способи взаємодії з твором. Наприклад, у романі “Джерело” Ден Браун активно використовує інтермедіальні засоби для побудови багаторівневої оповіді, що поєднує текстові та візуальні елементи. Це дозволяє читачам не лише стежити за розвитком сюжету, а й занурюватися в історичний і мистецький контексти. Усе це створює ефект співучасті у розгадці глобальних таємниць, що лежать в основі твору.

Сучасні дослідження інтермедіальності зосереджені на взаємодії літератури з іншими видами мистецтва, зокрема архітектурою, живописом, музикою та кінематографом. (Reijnders, 2016). У цьому контексті твори Дена Брауна є показовими, адже він не просто відсилає до відомих культурних феноменів, а інтегрує їх у саму структуру наративу, створюючи багатовимірний художній простір.

Значний внесок у вивчення інтермедіальності зробила українська дослідниця Валентина Фесенко. У своїй праці “Література і живопис: інтермедіальний дискурс” вона аналізує діалог між літературою та образотворчим мистецтвом, підкреслюючи їхню взаємодію та взаємовплив (Фесенко, 2014). Такий підхід дозволяє глибше зрозуміти, яким чином

візуальні елементи інтегруються в літературні тексти, створюючи нові смислові рівні й посилюючи художню виразність.

У романі Дена Брауна “Джерело” інтермедіальні зв’язки найбільш виразні у використанні архітектури та живопису. Наприклад, музей Гуггенхайма в Більбао стає не просто тлом подій, а важливим складником сюжету, що впливає на розвиток історії. Браун майстерно залучає реальні мистецькі об’єкти та архітектурні простори як елементи наративу, які не лише визначають дії персонажів, а й допомагають створити у читача ефект присутності. Також часті відсилення до творінь Гауді та інших іспанських митців додають історичної глибини й роблять місто не просто декорацією, а активним учасником розповіді.

Важливим аспектом сучасних літературознавчих досліджень є кореляція між інтертекстуальністю та інтермедіальністю. Якщо інтертекстуальність визначає взаємодію між текстами, то інтермедіальність охоплює зв’язок між літературою та іншими видами мистецтва (Кочерга, 2023). У “Джерелі” інтертекст виходить за межі текстуального простору, перетворюючись на міжмедійний діалог із культурною спадщиною. Це розширює межі художнього світу роману та відкриває перед читачем нові можливості для інтерпретації.

Ще один цікавий аспект – вплив інтермедіальності на туристичну індустрію. Локації, описані в книгах Дена Брауна, стають популярними туристичними об’єктами, стимулюючи розвиток так званого “літературного туризму” (Reijnders, 2016). Читачі прагнуть побачити на власні очі місця, що фігурують у сюжеті, що, у свою чергу, сприяє комерціалізації літератури й формуванню навколотекстової парадигми. В рамках якої, інтермедіальність виходить за межі самої літератури, перетворюючи її на частину більш широкого культурного простору.

Окремої уваги заслуговує використання штучного інтелекту як інтермедіального елемента. У “Джерелі” Браун вводить персонажа Уінстона – суперкомп’ютер, який виступає не просто як технічний засіб, а як інтерактивний співрозмовник головного героя. Це демонструє, як сучасні цифрові технології змінюють не лише форму оповіді, а й спосіб взаємодії читача з текстом. Автор відкриває нову парадигму взаємодії між мистецтвом та технологіями, акцентуючи на ролі цифрових медіа в сучасному культурному контексті. Таким чином, роман виходить за межі традиційного літературного простору, взаємодіючи не тільки з іншими видами мистецтва, а й з новими технологіями, що змінюють сприйняття літератури загалом.

На завершення варто зазначити, що інтермедіальність є важливим феноменом сучасної літератури, оскільки розширює межі художнього тексту та забезпечує його взаємодію з іншими видами мистецтва і технологіями. Ден Браун, своєю чергою, є одним з авторів, які послідовно інтегрують візуальні та цифрові компоненти у свої книги, що робить їх не лише літературними, а й мультимедійними явищами. Перспективні дослідження в цьому напрямі можуть охоплювати аналіз впливу розвитку цифрових технологій на літературний процес та зміни читачьких стратегій у контексті медіації художнього тексту.

ЛІТЕРАТУРА:

- Савчук, Г. О. (2019). “Інтермедіальність” як категорія літературознавства й медіології. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія “Філологія”*, 81, 15–18.
- Просалова В. А. (2010). Інтермедіальність у системі інтертекстуальних зв’язків. *Актуальні проблеми української літератури і фольклору*, 15, 12–18.
- Reijnders, S. (2016). *Places of the Imagination Media, Tourism, Culture*. Routledge.
- Фесенко В. І. (2014). *Література і живопис: інтермедіальний дискурс*. КНЛУ.
- Кочерга С & Вісич О. (2023). *Літературознавча інтермедіальність: генеза і сучасні горизонти*. НУОА.

ПРОБЛЕМАТИКА ДИСКУРСИВНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЧНІЙ ПАРАДИГМІ

Соболев О. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Єсипович К. П.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

З часів появи людства питання дискурсу завжди цікавило його представників, а з виникненням писемності це стало також можливо передавати нащадкам. Таким чином, науковці дізналися, що з часів античності філософи першопрохідці ставили перед собою питання комунікації, патетики, софістики, та таким чином розвивали це питання під впливом різноманітних факторів.

Загалом, дискурс і дія є двома компонентами соціального обміну, які мають власну автономію. Саме з їх поєднання народжується сенс мовного обміну (Шародо, 2002). Як відомо, поняття “дискурс” існувало з давніх часів. Згадки про поняття “логос”, близьке за своєю суттю до поняття “дискурс”, можна знайти ще у Платона. Дуже показово це описав Жак Дерріда у своїй праці “Фармація Платона”.

Р. Декарт (1902) обговорював цю промову у своїй відомій праці “Дискурсія про метод” і сказав: “Якщо цей дискурс здається надто довгим, щоб його можна було прочитати за один подих, його можна розділити на шість частин”, де дискурс використовується як процес мислення, або, як засіб оповідання, подання інформації.

Величезний внесок у розвиток дискурсу вносить Михайло Бахтін у своїх працях “Проблеми творчості Достоєвського” та “Франсуа Рабле в історії реалізму”. Принцип поліфонії та інтертекстуальності був дуже корисним при аналізі романів Рабле та інших. Оскільки романтизм багатомовний, сферою його впливу стали не тільки французькі романи, а й загалом дуже багато літературних надбань світу.

Д. Десанті (1970) вже прямо говорив про дискурс у творчості Бахтіна: з точки зору структураліста, тільки “дискурс” повинен приваблювати дослідників. За словами Д. Десанті (1970), саме це робить “формаліст Бахтін”: “Саме в дискурс, в “поетиці” Бахтін і занурюється”.

Альтернативною, суттєвою точкою зору є точка зору П. Шародо (2002)., який пише: “Аналіз дискурсу у Франції, як ми знаємо, розвивався на основі специфічно політичного корпусу. Нові поняття, такі як “висловлювання”, “корпус текстів” (а не просто речень), “контексти”, “умови висловлювання” дозволили лінгвістичним дослідженням відкрити та визначити нову сферу аналізу мови, яка більше стосується не мови, вивчення мовних систем, а дискурсу, тобто дискурсів, які циркулюють у соціальному світі...”.

Франція широко відома як одна з провідних країн, з актуальними проблемами дискурсивних досліджень, зокрема політичного та соціального дискурсу, і, будучи багатонаціональною країною, вона постійно стає ареною для дебатів з таких питань, як міграція, секуляризм, пенсійна та екологічна політика, і навіть вихід з ЄС, як це має місце у Великобританії. Ораторське мистецтво, яке є невід’ємною частиною дискурсу, відіграє вирішальну роль у просуванні ідей та пропаганді, саме тому аналіз політичного дискурсу (і, відповідно, соціального дискурсу) є актуальною темою не тільки для французів, але й для всього світу.

Перейдемо від загальної історії до більш вузькоспрямованих напрямків розвитку дискурсу в сучасному романтизмі, зокрема у Франції. Ні для кого не секрет, що Франція є постколоніальною державою, і це не могло не позначитися на розвитку її літературних течій. Отже, в літературі постколоніалізму ключовими постатями можна назвати Едварда Саїда, який критикував Захід за його ставлення до Сходу, серед франкомовних – Ахілла Мбембе з його концепцією некрополітики (влада білої людини над життям чорного), Франса Фанона, який піднімав питання расизму та психологічних наслідків колоніалізму для країн (на той момент ще колоній). Сьогодні Україна також стоїть перед подібними викликами відкритої агресії та проголошенням своєї колоніальної лояльності до росії. Тому неможливо не помітити, наскільки важливим був і є постколоніальний дискурс не лише для романських країн, але й для всього світу загалом.

Крім того, ми не можемо ігнорувати питання гендерної нерівності, яке є не менш важливим для людства, ніж питання расової нерівності. Ми знаємо, що Франція була країною з потужним феміністичним рухом, однією з найвідоміших представниць якого була екзистенціалістка Сімона де Бовуар. Її праця “*Le Deuxième Sexe*” та знаменита фраза “*On ne naît pas, mais on devient femme*” дали потужне друге дихання феміністичному руху не лише у Франції, а й у всьому світі. Різноманітність та ерудиція феміністичного дискурсу, безумовно, пішли на користь у просуванні їхніх ідей.

Як і питання расової сегрегації, сексизм також є невід’ємною частиною глобального дискурсу. Франція також не залишилася осторонь світового тренду і стала потужним гравцем у боротьбі з гендерною нерівністю.

Загалом мовлення є сполучною ланкою між мовленням і адекватною ситуацією, тому не дивно, що люди цікавилися цим питанням з давніх часів. З давніх часів і до наших днів цим питанням займалися багато відомих вчених, серед яких Бахтін, Фуко, де Сосюр, Якобсон та багато інших. У цій галузі проведено багато роботи, і багато тез, висунутих десятиліття тому, актуальні й сьогодні або є прикладами активних досліджень. Ми обговорювали важливість вивчення дискурсу в романах, від літературного аналізу до політичних дебатів, оскільки це все інструменти впливу на людську свідомість, а тому, невід’ємна частина нашого існування.

ЛІТЕРАТУРА

Charaudeau, P. (2002). *À quoi sert d'analyser le discours politique ?*

<https://www.patrick-charaudeau.com/A-quoi-sert-d-analyse-le-discours,161.html>

Descartes, R. (1902). *Discours de la méthode*.

Desanti, D. (1970). *Poésie et mystique de Dostoïevski : un discours polyphonique*.
Le Monde.

СЕМАНТИКА ХУДОЖНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОРЕЙСЬКОЇ МОВИ

Соловйова А. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Урядова В. Д.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Художній переклад є одним із найскладніших видів перекладу, оскільки він передбачає не лише точну передачу змісту, а й збереження стилістики, емоційного забарвлення та художньої образності оригінального тексту. Однак цей процес супроводжується численними труднощами, зокрема при перекладі фразеологізмів, які є важливим елементом художнього мовлення. Вони часто мають яскраво виражене національне забарвлення, а їхнє значення не завжди можна зрозуміти через буквальний переклад. Це створює значні труднощі для перекладачів, адже їм доводиться шукати відповідники, які не лише передають зміст, а й зберігають стилістичні та емоційні особливості виразів.

Проблема перекладу корейських фразеологізмів у художньому тексті вимагає від перекладача не лише глибокого знання мов, а й розуміння культурних особливостей обох народів та творчого підходу до передачі змісту. Ми розглядаємо фразеологізми як одиниці мови, що несуть у собі культурну інформацію. Цю інформацію можна отримати через внутрішню структуру фразеологізмів, оскільки вона містить “сліди” культури – міфи, звичаї, традиції, важливі історичні події та аспекти матеріальної культури. Фразеологізми як специфічні мовні знаки виконують не лише мовну, але й культурну функцію,

передаючи образне уявлення про навколишній світ і одночасно передаючи культурні смисли, стереотипні уявлення та інше (Галинська, 2011, с. 74).

Семантика корейських фразеологізмів тісно пов'язана з традиціями, звичаями та світоглядом корейського народу. Вона відображає культурну специфіку та важливі елементи національної свідомості. Велика кількість фразеологізмів мають зв'язок із традиційними уявленнями, міфами та легендами. Вираз “호랑이도 제 말하면 온다” (“Навіть тигр приходить, коли про нього говорять”) є корейським аналогом українського “Про вовка промовка”. Крім того, вагоме значення в корейській культурі мають числа, наприклад, число “три”, яке часто символізує завершеність або навпаки число “чотири”, що має негативне значення, так як звучить ідентично з китайським ієрогліфом, що позначає “смерть”. Також багато корейських фразеологізмів стосуються природних явищ та тварин, що свідчить про тісний зв'язок корейців з природою. Наприклад, вираз “꿩 대신 닭” (“Курка замість фазана”) використовується, коли необхідно задовольнитися менш бажаним варіантом.

Перекладаючи корейські фразеологізми в художньому тексті, перекладач зіштовхується з численними труднощами, серед яких: відсутність спільної культурної основи між двома народами, екзотичні реалії (звичаї, одяг, їжа, напої, житло, посуд), значна граматична різниця між мовою оригіналу та мовою перекладу, а також відмінні соціальні взаємини між людьми (Фоміна, 2015, с. 31–32).

Проблеми перекладу корейських фразеологізмів у художніх текстах часто виникають через відсутність прямих еквівалентів, оскільки багато з них містять специфічні культурні елементи, які не мають точних відповідників в інших мовах. Зазвичай фразеологізм є більш експресивним порівняно з його словниковим еквівалентом. Досвід показує, що намагання знайти універсальний переклад фразеологізму, який би підходив для всіх ситуацій, не завжди дає бажаний результат. Іноді навіть найпоширеніший український відповідник виявляється зовсім непридатним для точного перекладу (Венжинович, 2021, с. 75). Це пов'язано з тим, що фразеологізми часто відображають національні особливості, міфи, традиції та реалії, які є унікальними для корейської культури. Окрім того, різниця в образності може значно ускладнювати процес перекладу, адже образи, що використовуються в корейських фразеологізмах, можуть бути незрозумілими для носіїв іншої мови або не мати аналогів у їхній культурі. Це ставить перекладача перед необхідністю або адаптувати образи, або шукати інші способи передачі сенсу, що вимагає великої творчої роботи та глибокого розуміння як оригіналу, так і мови перекладу.

Перекладати корейські фразеологізми можна по-різному. Якщо в мові перекладу є фразеологізм з подібним значенням, можна використовувати його як функціональний еквівалент. Наприклад, вираз “꿩 먹고 알 먹고” (З'їсти птицю з яйцем в животі) має український еквівалент “Вбити двох зайців одним пострілом”. У випадку відсутності такого відповідника, значення фразеологізму можна передати описовим методом, пояснюючи його зміст. Ще один спосіб – калькування, коли здійснюється дослівний

переклад компонентів фразеологізму, з одночасною адаптацією до норм мови перекладу, що дозволяє зберегти структуру та частково значення оригіналу.

Отже, переклад фразеологічних одиниць є важливим аспектом сучасного перекладознавства, оскільки ці одиниці є невід'ємною частиною кожної мови. Знання та правильна інтерпретація фразеологізмів є основою для точного перекладу, що забезпечує адекватне передавання змісту художніх творів та виразів. Герасименко та Уголькова (2022) зазначають що, у цьому контексті важливо, щоб перекладачі дотримувалися норм та вживання цільової мови, враховували культурний контекст і зберігали образність фразеологізмів, щоб зробити їх зрозумілими для читачів. Це потребує глибокого розуміння обох культур і творчого підходу до перекладу.

ЛІТЕРАТУРА

- Венжинович, Н. Ф. (2021). *Особливості перекладу фразеологізмів з української мови англійською : навчально-методичний посібник для студентів філологічного факультету ОП “Українська мова та література. Англійська мова та література”*. ПП Данило С. І.
<https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/49230>
- Галинська, О. М. (2011). Фразеологізми як знаки культурної інформації. *Проблеми зіставної семантики*, 10(2), 72–77.
http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pzs_2011_10%282%29_16
- Герасименко, О. Ю., & Уголькова, М. І. (2022). Особливості перекладу фразеологізмів та стійких виразів у роботі усного перекладача. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 2(5), 13–18.
<https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.2/03>
- Фоміна, Л. В. (2015). *Методичні рекомендації з дисципліни “Особливості перекладу художніх творів” для студентів заочно-дистанційної освіти спеціальності “Переклад”*. Державний ВНЗ “Національний гірничий університет.”
<http://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/153005>

ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ ГАСТРОНОМІЧНИХ РЕАЛІЙ ІСПАНОМОВНОГО СВІТУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Строменко М. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Бокова П. М.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Лінгвокультурологічний підхід до гастрономічних реалій в іспанській мові є важливою темою дослідження, оскільки гастрономічні реалії становлять невід'ємну частину культури кожного народу. Вони

відображають історичний розвиток, традиції, побутові звички та соціальні аспекти життя суспільства. Дослідження гастрономічної лексики дозволяє простежити міжкультурні зв'язки, соціокультурні впливи та особливості мовної картини світу.

Термін “гастрономічна реалія” у лінгвокультурології визначається як мовна одиниця, що позначає специфічні страви, продукти харчування, напої, кухонні інструменти, традиції приготування та споживання їжі, характерні для певної етнокультурної спільноти. Ці реалії не мають точних відповідників в інших мовах через їхній тісний зв'язок із культурним контекстом. Гастрономічні реалії можуть бути матеріальними, коли вони позначають конкретні продукти, або символічними, коли їх значення виявляється через фразеологізми, метафори та культурні коди.

Класифікація гастрономічних реалій базується на кількох критеріях. За походженням виділяють автохтонні гастрономічні реалії, які сформувалися в межах певної культури (наприклад, “paella” в Іспанії), та запозичені реалії, що виникли внаслідок міжкультурної взаємодії (наприклад, “pizza” в іспаномовних країнах). За регіональною специфікою гастрономічні реалії можуть мати варіативність у межах однієї мовної групи (наприклад, “empanadas” у різних країнах Латинської Америки). За функціями гастрономічні реалії поділяються на ті, що використовуються у повсякденному харчуванні, святкові або ритуальні (наприклад, “rosca de reyes”, яка є символом свята Трьох Королів).

Гастрономічна лексика виконує функцію культурного маркера, відображаючи історичні та соціальні зміни у суспільстві. Вона слугує засобом ідентифікації нації та її культурної спадщини. Запозичені гастрономічні терміни можуть вказувати на вплив інших мов та культур, як, наприклад, слова “chocolate”, “tomate”, “maíz”, що походять із мов доколумбових цивілізацій. Символічне значення гастрономічних реалій проявляється через фразеологізми та сталі вирази, які закріплюються у мові й культурі (наприклад, “mate” в Аргентині як символ гостинності та дружнього спілкування, “tapas” в Іспанії як прояв соціальної взаємодії). (Díaz Yubero, 1984).

Формування гастрономічних реалій відбувалося під впливом історичних та соціальних факторів. Колоніальна експансія спричинила змішування європейських, корінних та африканських традицій, що знайшло відображення в кухнях Латинської Америки. Соціальні фактори, зокрема релігія, значно вплинули на харчові звички населення. Католицька традиція передбачає періодичні пости, що сприяло розвитку пісної кухні. Соціальний статус також визначав доступ до певних продуктів, коли дорогі інгредієнти асоціювалися з елітою, а народна кухня базувалася на доступних місцевих ресурсах. Урбанізація сприяла трансформації гастрономічних традицій, появі вуличної їжі та спрощенню технологій приготування.

Глобалізація справляє значний вплив на гастрономічну лексику та традиції, сприяючи поширенню міжнародних страв і стандартизації харчових звичок. Водночас вона стимулює інтерес до збереження локальних

кулінарних традицій. Запозичення гастрономічної лексики відбувається через медіа, міжнародну торгівлю та міграційні процеси. Наприклад, у багатьох мовах закріпилися іспанські терміни “paella”, “gazpacho”, “tapas”, які не мають аналогів і зберігають оригінальне написання (Martín Rodríguez & Díaz Rojas Yokoyama, 2009).

А масова культура та медіа відіграють ключову роль у формуванні гастрономічного дискурсу, популяризуючи національні кухні та стандартизуючи гастрономічні уподобання. Телебачення, кіно, соціальні мережі та кулінарні шоу сприяють поширенню гастрономічної термінології та створюють нові мовні одиниці. Рекламна індустрія також впливає на популярність певних страв, формуючи харчові тренди та змінюючи уявлення про гастрономічну культуру.

Загалом, гастрономічні реалії – важливий елемент мовної картини світу, оскільки вони відображають національну ідентичність, культурні традиції та соціальні процеси. Вивчення гастрономічної лексики дозволяє краще зрозуміти міжкультурні зв'язки, адаптацію мовних запозичень і трансформацію культурних кодів. Подальші дослідження у цій сфері можуть сприяти глибшому аналізу міжкультурної комунікації, перекладознавства та формування глобального гастрономічного дискурсу.

Гастрономічні реалії також активно впливають на мовну гру та створення нових лексичних одиниць, зокрема в рекламній сфері, маркетингу та неологізації. Бренди часто використовують назви традиційних страв або інгредієнтів у назвах своїх продуктів для створення асоціативного зв'язку з певною культурою, що робить їх привабливішими для споживачів. Наприклад, такі назви, як “Churros Mix” чи “Salsa Fiesta”, викликають уявлення про автентичність та смакову унікальність. Крім того, гастрономічні метафори широко застосовуються в розмовній мові, рекламі та навіть політичному дискурсі, створюючи образні вирази, що полегшують сприйняття інформації та підкреслюють культурну ідентичність мовців.

Крім зазначених аспектів, важливу роль у збереженні та передачі гастрономічних реалій відіграє усна народна творчість та література. Казки, прислів'я, анекдоти та художні твори містять численні згадки про традиційні страви та кулінарні звичаї, що дозволяє відтворити гастрономічну картину минулих епох. Літературні описи трапез, звичаїв і рецептур надають змогу глибше зрозуміти культурні особливості певного народу, його уявлення про гостинність, достаток і соціальну ієрархію. Таким чином, гастрономічні реалії не лише є частиною матеріальної культури, але й відіграють значну роль у символічному вимірі, формуючи культурну пам'ять та спадщину народу.

ЛІТЕРАТУРА

- Martín Rodríguez, D., & Díaz Rojas Yokoyama, M. P. (2009) *La gastronomía española e hispanoamericana: patrimonio cultural en las clases de ELE*. Instituto Cervantes de São Paulo.
- Díaz Yubero, I. (1984) *La evolución de la alimentación y la gastronomía en España*. Real Academia de Gastronomía.

СТРАТЕГІЇ ВІДТВОРЕННЯ ГЕНДЕРНИХ МАРКЕРІВ В ІТАЛІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОГО ДИСКУРСУ

Сушинська К. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Філоненко Н. Г.**

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Питання відтворення гендерних маркерів в італійсько-українському перекладі офіційно-ділового дискурсу набуло актуальності відносно нещодавно. Мовознавці звернули увагу на аспект гендерної маркованості лише із значною актуалізацією гендерного питання в соціальному просторі за останні 70 років у Європі та 30 років в Україні. Це значною мірою зумовлено розвитком соціолінгвістичита комунікативної семантики, що почався наприкінці 1960-х років (Garbar, 2021).

Гендерною лінгвістикою як повноцінним науковим сектором займалися такі дослідники: Ю.П. Маслова, Н.Д. Борисенко, А.П. Мартинюк. Їхні праці формують методологічну основу нашого дослідження та дозволяють розглядати гендерні маркери як багатоаспектне мовне явище.

Забезпечення гендерної еквівалентності при перекладі – це важливе завдання для сучасних перекладачів, особливо у розрізі офіційно-ділового дискурсу, який характеризується консервативністю та не терпить безпричинних нововведень.

Гендерний маркер як мовне явище є багатовимірним і може розглядатися з різних ракурсів залежно від дослідницької мети:

1. У лексико-семантичному аспекті – це аналіз гендерно-маркованих слів, зокрема назв професій, посад, титулів та звертань.

2. Синтаксичний аспект охоплює особливості узгодження, утворення фемінітивів і використання нейтральних конструкцій.

3. Прагматика вивчає їхню роль у комунікації, стилістичну доречність і вплив на взаємодію мовців.

4. Соціолінгвістика досліджує мовні зміни у зв'язку з гендерними уявленнями в суспільстві.

5. Дискурсивний підхід фокусується на особливостях уживання в різних сферах спілкування (офіційно-діловий, науковий, художній, медіа).

6. Когнітивістика аналізує вплив на формування уявлень про чоловіче та жіноче в мовній картині світу.

На загальномовному рівні актуально розглядати гендерні маркери в розрізі усіх аспектів, а вже ураховуючи стилістичні особливості офіційно-ділового дискурсу, варто більше зосередитися на пізнання цієї характеристики через аспекти які допоможуть дослідити різницю між чоловічим та жіночим мовленням: соціолінгвістика, дискурсивістика, когнітивістика та гендерна лінгвістика.

Як наслідок, гендерні маркери можуть реалізовуватися на різних мовних рівнях. Однак, зважаючи на те, що предметом цього дослідження є гендерні маркери в офіційно-діловому дискурсі, варто враховувати його високий ступінь регламентованості, що сприяє дотриманню нейтральності та чіткої структурованості мовлення незалежно від статі мовця. Водночас це не виключає можливості прояву гендерних особливостей у дипломатичному та офіційно-риторичному мовленні, оскільки політичні та дипломатичні діячі, попри формальні обмеження, можуть відтворювати стилістичні й прагматичні характеристики, притаманні мовленню представників певного гендеру.

Чоловіки та жінки використовують різні стратегії мовлення в межах офіційно-ділового спілкування. У дипломатичних та офіційно-риторичних промовах гендерні особливості мови проявляються на рівні на структурі побудови мови та риторичній стратегії мовлення. Наприклад, мова жінок відрізняється розміреним темпом та гучністю голова, в той час як чоловіки часто можуть переходити на підвищений тон або на крик, і загалом відчують більшу свободу дій. На це значним чином вплинула традиційна патріархальна модель італійського суспільства, що тривалий час виділяла роль чоловіка в офіційному мовленні.

Важливо зазначити, що з початком активної інтеграції жінок у політичну сферу та через поширення феміністичних наративів, сучасні жінки-політики й дипломати Італії активно урізноманітнюють дискурс та впроваджують нові, більш фемінні мовні моделі. Досліджуючи стратегії передачі гендерних маркерів у перекладі офіційно-ділових текстів, основною метою є поглиблення розуміння міжкультурної комунікації у сфері ділового спілкування та внесення вагомого внеску галузь гендерної лінгвістики з точки зору перекладознавства. Також дослідження таких відмінностей допоможе зрозуміти, як гендерні особливості проявляються навіть у стандартному, регламентованому мовленні та як в подальшому трансформуються при перекладі.

З огляду на загальну тенденцію до антропоцентризму в мові, дослідження гендерної лінгвістики є актуальним, оскільки відображає взаємозалежність мови та суспільства та той факт, що мова та соціум у будь-яких своїх проявах є неподільними та глибоко взаємозалежними. Антропоцентричний характер мови означає, що мовні структури відображають людський досвід, розвиток, та тенденції життя, зокрема соціальні ролі та гендерні особливості (Тараненко, 2021).

Переклад гендерних маркерів офіційно-ділового дискурсу вимагає високої точності для збереження стилістичних особливостей вихідного тексту. Адекватний переклад цих елементів можливий лише за умови врахування: соціокультурного контексту обох мов, лінгвістичних особливостей мов оригіналу та перекладу, дискурсивних особливостей, граматичних і прагматичних характеристик італійської та української мов. Оскільки дискурс поєднує мову та контекст, перекладач має враховувати позамовні фактори, що впливають на наявність гендерних маркерів (Загнітко, 2008).

ЛІТЕРАТУРА

- Загнітко, А. (2008). *Основи дискурсології: Науково-навчальне видання*. Вид-во Донецького національного університету.
https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/697205/mod_resource/content/1/Основи%20дискурсології%20by%20Загнітко%20А.П..pdf
- Тараненко, О. О. (2021). *Андроцентризм у системі мовних координат і сучасний гендерний рух: Монографія*. Видавн. дім Д. Бурого.
<https://www.inmo.org.ua/assets/files/2021/тараненко-о.-о.-андроцен-тризм-2021.pdf>
- Garbar, A. (2021). Gender linguistics: History and contemporary stage of development. *International Humanitarian University Herald. Philology*, 1(52), 32–35.
<https://doi.org/10.32841/2409-1154.2021.52-1.8>

ОСОБЛИВОСТІ СЛОВОТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ЛЕКСИКИ В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

Сюй Мань

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Малинюк І.В.**

Кандидат філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

Інтернет-лексика є важливим компонентом сучасної китайської мови, що відображає швидкий розвиток цифрових технологій, соціальних мереж і віртуального спілкування. Нові слова та вирази, що з'являються в мережі, мають значний вплив на мовну норму, тим самим спричинюючи дискусії серед лінгвістів щодо їхньої кодифікації та інтеграції в офіційну лексику. У цій роботі розглядаються основні способи утворення інтернет-лексики китайської мови, а також їхній вплив на розвиток сучасного мовлення. Аналіз базується на дослідженнях таких авторів, як Лі Цзиці й Ван Лі (2024), Хе Яхуей (2024) та Лі Вейчен (2023), які детально розглядають мовні інновації в сучасній китайській мові.

Основні способи словотворення інтернет-лексики:

1. Компаундування (словоскладання) є одним із найпоширеніших способів утворення нових інтернет-термінів. Він передбачає об'єднання двох або більше морфем для створення нового значення. Прикладами компаундування в сучасній китайській мові є словосполучення 网民 wǎngmín, що означає “інтернет-користувач” (посєднання 网 wǎng “мережа” + 民 mín “народ”), 网红 wǎnghóng, що означає “інтернет-знаменитість” (网 wǎng “мережа” + 红 hóng “червоний”, що символізує популярність).

Згідно з дослідженням Хе Яхуея (2024, с. 2) “інтернет-лексика часто формує нові слова шляхом об'єднання коротких, легко запам'ятовуваних

елементів, що робить їх придатними для швидкого поширення в цифровому просторі”.

2. Афіксація у китайській мові відбувається шляхом додавання до основи певного афікса, найчастіше суфікса. В інтернет-лексиконі поширені такі суфікси: 族 zú “група людей”, 客 kè “користувач”, 党 dǎng “партія”. Розглянемо утворення наступних словосполучень утворених афіксацією: 低头族 dītóuzú “люди, що постійно дивляться в смартфон” (低头 dītóu “опустити голову” + 族 zú “група”) та 吃货族 chīhuòzú “гурмани” (吃货 chīhuò “любитель поїсти” + 族 zú “група”). Як зазначає Хе Яхуей (2024, с. 2): “використання таких суфіксів дозволяє швидко класифікувати нові соціальні групи та явища”.

3. Омофонічні заміни. Китайська мова багата на омофони, що дозволяє створювати нові слова шляхом заміни ієрогліфів, що звучать однаково, але мають різне значення та написання. Наприклад: 八八 bābā використовується на позначення “бувай”, оскільки звучить подібно до 拜拜 bàibai “бувай”, 三 Q sānQ використовується для вираження подяки, оскільки звучить схоже на “Thank you”.

Такі заміни “полегшують комунікацію та роблять письмову мову інтерактивною та неформальною” (Li, & Wang, 2024).

4. Числові аббревіатури. Числа в сучасній китайській мові використовуються для заміни слів через фонетичну подібність: число 520 wǔ èr líng використовується для заміни виразу 我爱你 wǒ ài nǐ “я кохаю тебе” через фонетичну подібність. Як зазначає Лі Вейчен (2023, с. 20), “числові скорочення є важливою частиною креативного мовлення в китайському інтернеті, оскільки вони роблять комунікацію швидшою та виразнішою”.

5. Запозичення та калькування. Запозичення з англійської мови або адаптація іншомовних слів також є джерелом нових інтернет-термінів. Яскравими прикладами запозичення є терміни: 粉丝 fěnsī “фанат” (з англ. fans) та 黑客 hēikè “хакер” (з англ. “hacker”). Дослідження Лі Цзиці й Ван Лі (2024, с. 5) показують, що “запозичення в китайській мові часто підлягають фонетичній адаптації, тим самим зберігаючи оригінальне звучання й записуються китайськими ієрогліфами”.

Інтернет-лексика значно впливає на розвиток сучасної китайської мови. Серед ключових змін можна виокремити збагачення словникового складу, оскільки нові слова відображають соціальні тенденції та технологічний розвиток; формування нових стилів комунікації, оскільки інтернет-слова часто неофіційні, що змінює структуру письмової та усної мови; генераційні розбіжності, бо молодь швидше адаптує нову лексику, тоді як старше покоління може її не розуміти. Як зазначає Лі Вейчен (2023, с. 19), “Інтернет-мова є потужним чинником мовної еволюції, що формує стиль сучасної комунікації”.

Словотворчі процеси в китайській інтернет-лексичі містять як традиційні механізми (компаундування, афіксацію), так і сучасні способи (числові аббревіатури, омофонічні заміни). Інтернет-лексика впливає на мовну норму, прискорює процес запозичення та сприяє появі нових стилів комунікації.

ЛІТЕРАТУРА

- He, Y. (2024). Exploring Linguistic Innovations Within Chinese Internet Slang in Language and Social Media. *Journal of Linguistics and Communication Studies*, 3(1), 29–34.
- Li, W. (2023). *The Integration of Chinese Internet Neologisms into Everyday Language: An Empirical Study Using Baidu Index and Online Surveys* [Masters dissertation, Lund University]. Retrieved from <https://lup.lub.lu.se/student-papers/search/publication/9130939>
- Li, Z. & Wang, L. (2024). Investigating translanguaging strategies and online self-presentation through internet slang on Douyin (Chinese TikTok). *Applied Linguistics Review*, 15(6), 2823–2855. <https://doi.org/10.1515/applirev-2023-0094>

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ПОЗИТИВНОЇ ЕМОЦІЇ “РАДІСТЬ” У СУЧАСНІЙ ТУРЕЦЬКІЙ МОВІ

Тепленко С. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Сорокін С. В.**

Кандидат філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Емоція – це складне явище, яке має нейрофізіологічний, нервово-м’язовий та феноменологічний аспекти. Вплив емоцій на людей може бути різним. Це виявляється, зокрема, у тому, що один об’єкт може викликати різні емоційні реакції не тільки в різних людей, а й в одній людині в різні періоди її життя (Кузьменко, 2019).

Науковці поділяють емоції на позитивні та негативні. Позитивні емоції відбивають сприятливий стан організму, тобто приємні почуття унаслідок задоволення біологічних або соціальних потреб.

Серед позитивних емоцій особливе місце займає емоція радості, яка виникає після виконання соціально значущої дії. Вона підтримує почуття впевненості в собі, що своєю чергою сприяє соціальному спілкуванню та посилює відчуття чужості (Кузьменко, 2019).

Кожен день люди відчувають значну кількість емоцій, які виникають через наші вчинки, реакції та взаємодії з навколишнім світом. Різні емоційні стани мають великий вплив не лише на наше сприйняття реальності, а ще проявляються у нашому мовленні. Фразеологізми, тобто стійкі словосполучення, чудово допомагають нам висловити емоцію радості.

Проаналізувавши дібрані фразеологізми сучасної турецької мови на позначення позитивної емоції людини “радість” ми визначили 3 групи, які мають дані значення:

1) Фразеологізми, які описують радість через фізіологічні вияви: *ağzı ağzına kavuşmak* (букв. дістатися ротом до рота, укр. екв. не чути землі під собою) – бути надзвичайно радісним, дуже сильно радіти; *ağzı kulaklarına varmak* (букв. тягнутися ротом до вух, укр. екв. ніби на світ народитися) – бути радісним, зрадіти; *gözlerinin içi gülmek* (букв. середина очей сміється, укр. екв. очі світяться від щастя) – з його очей видно, що він дуже щасливий; *gözleri parlamak (veya parıldamak)* (букв. очі сяють) – у його очах з'являється радість і бажання; *yüreği çarpmak* (букв. серце калатає) – прискорене або сильне серцебиття від хвилювання/ сильно хвилюватися, відчувати трепет від емоцій (страх, радість, збудження тощо); *yüzü gülmek* (букв. обличчя сміється, укр. екв. очі сяють) – відображення радості на обличчі; випромінювати радість, добро.

2) Фразеологізми, які виражають радість через святкові події: *bayram etmek (veya yapmak)* (букв. робити свято, укр. екв. серце співає) – дуже радіти; *düğün bayram etmek* (букв. робити весільне свято) – бути безмежно щасливим, радісним, тріумфувати; *düğününde kalburla (veya elekle) su taşımak* (букв. носити воду ситом на весіллі) – розділяти щастя, радіти за когось.

3) Фразеологізми, які відображають емоційний, або фізичний стан надзвичайної радості: *başığı yeri bilmemek* (букв. не знати де стоїш, укр. екв. бути на вершині щастя) – радіти, тішитися; *çalmadan oynamak* (букв. грати без інструменту, укр. екв. на сьомому небі) – перебувати в дуже приємному, радісному стані; *divane olmak* (букв. бути божевільним, укр. екв. серце радіє) – бути щасливим, сильно любити когось або щось; *zevkten dörtköşe olmak* (букв. стати квадратним від задоволення, укр. екв. ніби крила вирости) – бути неймовірно щасливим і задоволеним/ насолоджуватися моментом; *keyfi gelmek* (букв. настрій приходить, укр. екв. душа радіє) – бути веселим, раптом відчувати бажання щось зробити, мати гарний настрій для певної дії; *külahını havaya atmak* (букв. кидати ковпак у повітря, укр. екв. стрибати від щастя) – дуже щасливий/ радіти чомусь настільки, що хочеться святкувати; *dünyalar onun olmak* (букв. світи належать йому, укр. екв. серце танцює) – зрадіти; *etekleri zil (veya ıslık veya çalpara) çalmak* (букв. спідниці дзвенять, укр. екв. радіти, як дитина) – дуже сильно радіти/ відчувати захват і хвилювання, отримавши радісну звістку.

У дослідженому нами матеріалі зібрано і проаналізовано 17 фразеологізмів, які позначають позитивну емоцію людини “радість” у сучасній турецькій мові. Досліджуючи перелічені фразеологізми було виділено 3 групи: перша група містить 6 ідіом, друга група, яка є найменшою, – 3, а третя, яка є найбільшою, – 9. Це вказує на те, що фразеологізми є поширеним та влучним засобом вираження емоцій, зокрема, емоції радості у мовленні людей.

ЛІТЕРАТУРА:

- Кузьменко, В. (2019). Що таке емоція? Поняття емоційності та емотивності. *Матеріали VII Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів, викладачів та співробітників* (с. 228–232). СумДУ.
- Aksoy, Ö. A. (2017). *Deyimler Sözlüğü*. İstanbul: İnkılâp Kitabevi Yayın Sanayi ve Ticaret AŞ.

МЕТАМОДЕРНІСТСЬКЕ ПИСЬМО ДЕВІДА ФОСТЕРА ВОЛЕСА (ЗА РОМАНОМ “INFINITE JEST”)

Тригуб А. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Юрчук О. О.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Поява метамодернізму пов'язана зі стрімким розвитком науково-технічного прогресу: виникненням нових комп'ютерних технологій, медійних засобів комунікації да інформаційних джерел, які змінили життя сучасної людини, вплинули на розвиток сучасної культури.

Пошуки справжнього авторського Я залишилися провідною темою для сучасного експериментального письма. Зокрема, це стало помітно в останній час у зв'язку з активним поширенням інтернету та соціальних мереж, а разом і з тим – здатністю залишатися анонімом у мережі, що дає право індивіду безвідповідально поводитися у віртуальному просторі, почуватися вільним без будь-яких обмежень.

Прихильники метамодернізму Тімотеус Вермюлен та Робінаван ден вон Аккер (“Notes of Metamodernism”), Джозефсон Сторм (“Metamodernism: The future of theory”) вважають його образом мислення з позиції “ніби”, або філософським режимом, де хаос світу сприймається не як зло, якого потрібно негайно позбутися (або через чітке розділення на добро та зло, або через спробу висміяти все), а як кризовий стан речей, який все ж тяжіє до кращого. “We recognise oscillation to be the natural order of the world”, - пише в “The Metamodernist Manifesto” Люк Тернер.

Метамодерністський текст, в якому виявляється двоїстість позиції індивіда, тісно пов'язаний з концептом “нової щирості”. “Нова щирість” визначається через двоїстість позиції автора (бути водночас щирим і іронічним до себе і до інших), яка дозволяє йому уникнути власної відповідальності за текст.

Відтак текст прагне бути водночас щирим й іронічним, віддзеркалювати стан особистості, яка усвідомлює власні почуття і водночас припускає їх не усвідомлення іншими, тому й ставиться до них як до нісенітниць, або парадоксу.

Одним з показових метамодерністських текстів вважається роман Девіда Фостера Волеса “Infinite jest” (1996).

Події твору розгортаються в альтернативній реальності, де світ входить в еру “Subsidization”. Персонажі пов'язані з дивним фільмом “Infinite jest”. Коли його вмикають, глядач стає неначе загипнотизованим та відмовляється припиняти перегляд до своєї смерті.

Метамодерністська абсурдність письма зумовлена оповіддю про події, які ніби збивають з пантелику (наприклад, в певних регіонах народжуються

діти з м'яким черепом і зайвими очима, а назви років змінені на назви товарів як “YEAR OF THE DEPEND ADULT UNDERGARMENT”). Тим не менш, проблеми й почуття персонажів, а через них й автора, абсолютно серйозні та щирі.

Абсурдність метамодерністського письма часто зумовлена деформаціями у свідомості індивіда, які виникають внаслідок вживання штучних засобів (наркотиків). Так у романі Д. Волеса “Infinite jest” порушуються питання наркотичної залежності, депресії, абсурдності американських реалій.

Крім персонажа Маріо, який здебільшого відіграє роль стороннього спостерігача, можна виявити авторську присутність в персонажах Хела, Дж. О. Інканденци та Мадам Психоз. Що сам Волес, що герої його творів не можуть спокійно жити в цьому світі.

Культура вживання наркотиків серед учнів коледжів доволі поширена, а в “Infinite jest” більшість старших студентів тенісної академії хоча б раз куштували психоактивні речовини, про що йдеться в тексті (“Probably about a fourth of the ranking players over, say, fifteen at the Enfield Tennis Academy cannot pass a standard North American GC/MS[52] urine scan”).

Вирази “I’m stoned” чи “He gets high” є не лише властивими мові наркоманів, а й прагнуть до встановлення зв’язку з іншими культурними кодами. В тексті можна побачити світ очима персонажа, який знаходиться в зміненому стані свідомості, однак чудово бачимо його фізичний стан після вживання.

Отже, активне вживання низки кодів наркотичної культури, стильові конструкції тексту обумовлене потребою відповідати метамодерністській концепції.

На відміну від постмодернізму, де нічого не вирішується, а лише рефлексує і поширюється, метамодернізм, попри неможливості подолати суперечки, все ж пропонує досягнути успіху у вирішенні окремих питань.

Арки персонажів Кейт, Ердеді, Дж.О. Інканденци завершилася, але відповіді щодо майбутнього Хела чи канадських сепаратистів нема. Ще не пройшло достатньо часу, аби називати “Infinite jest” культовим романом, та неможливо ігнорувати його в контексті сучасної американської літератури.

ЛІТЕРАТУРА

Storm J. (2021). *Metamodernism: The future of theory*. University of Chicago Press

Turner.L.(2011) *The Metamodernist Manifesto*. <http://www.metamodernism.org>

Vermeulem T., Akker R. Notes on Metamodernism. *Notes on Metamodernism* <https://www.metamodernism.com/>

Wallace, D. F. (1993). *E Unibus Pluram*. Dalkey Archive Press.

Wallace, D. F. (2011). Infinite Jest. *Academic Medicine*, 86(8), 982.

<https://doi.org/10.1097/acm.0b013e31822238c4>

ОСНОВНІ МАРКЕРИ ПОСТІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: ДОСЛІДЖУЮЧИ СИМУЛЯКРИ І “КЛІПОВЕ МИСЛЕННЯ”

Тригуб А. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Комісар Л. П.**

Кандидат філософських наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Протягом середини ХХ – початку ХХІ століть науково-технічний прогрес зазнав значного розвитку, назавжди змінивши життя людства. З видання книги Ж. Бодріяра “Симулякри та симуляція” пройшло понад 50 років, але чи втратив термін “симулякр” свою актуальність? Зовсім ні. Симулякр еволюціонував і остаточно поринув у наш побут, ставши невід’ємною його частиною. Спочатку необхідно дати визначення симуляції та симулякру. Бодріяр пише: “Симулювати – це вдавати, що в тебе є те, чого ти не маєш. Одне відсилає до наявності, інше – до відсутності. Та справа складніша, адже симулювати не означає вдавати” (Бодріяр, 2004, с. 8). Тут варто зазначити, що, на відміну від вдавання, людина, яка симулює, може сама щиро повірити в правдивість симуляції. “Симуляція ж ставить під сумнів різницю між “істинним” і “хибним”, між “реальним” і “уявним” (Бодріяр, 2004, с. 9) Існує також дисимуляція. “Вдаватися до дисимуляції – це вдавати, що ти не маєш того, що в тебе є” (Бодріяр, 2004, с. 10), проте відмінність між симуляцією та дисимуляцією не є значною, оскільки що перше, що друге є брехнею. З розвитком інформаційних технологій симулякри почали з’являтися і в політиці, їх часто-густо використовують задля агітації чи пропаганди. Наприклад, ідеалізований образ країни, яка раніше існувала, може часто зустрічатися в промовах політичних діячів. Образ не є абсолютно тотожним справжній країні, тож є її симулякром. Також можна побачити символ держави майбутнього, що ґрунтується на викривленій існуючій державі. Усі fakenews побудовані на симуляції реальності з певним відсотком хибної інформації, що видана за істину. Перед суспільством постала проблема: з одного боку завдяки розвиненим медіа можна отримати будь-яку інформацію, з іншого – будь-яка людина може надати цю інформацію, тож далеко не завжди існує гарантія правдивості даних. До того ж, з’являється цікавий парадокс: незважаючи на кількість та різноманітність доступних джерел інформації, людина обирає користуватися лише тими, що відповідають її поглядам. Так створюються інфобульбашки та ехо-камери. Виходить, що людина майже свідомо обирає жити не в реальному світі, а в його симуляції, причому тій симуляції, що приємна саме їй. “Таким чином, засоби інформації – це рушії не соціалізації, а якраз навпаки, імплозії соціального в масах” (Бодріяр, 2004, с. 121).

Оскільки культура завжди невід’ємна від суспільства, симулякри проникли і в неї. Весь постмодернізм будується на симуляції та пародіюванні

існуючих об'єктів. Наприклад, кінокартина “The Matrix” (1999) взяла натхнення для створення свого всесвіту безпосередньо з роботи Бодріяра; у фільмі “Bladerunner 2049” (2017) герой Кей говорить з голограмою дівчини, а у “Slm0ne” (2002) сам симулякр акторки Сімони стає головою героїнею, тож взаємодія живої людини зі штучною займає провідне місце в картині.

Якщо брати музичне мистецтво, то неможливо оминати феномен вокалоїдів (Nowack, Arendt, 2021). Вокалоїди – це віртуальні співаки, які навіть можуть давати концерти. Найвідомішим вокалоїдом є Хацуне Міку (Isfiaty, 2020). Вона стала символом не тільки японської поп-культури, а й віртуальним проривом у сучасній світовій музиці. Завдяки голограмі Хацуне Міку може давати живі концерти, на які можливо придбати квиток. Тобто з'явилася можливість взаємодіяти із симулякром у реальному житті. Симулякри мають місце і в приватному житті людей. Найяскравішим прикладом можуть слугувати парасоціальні стосунки (Sajan, Kavalam, Baruah, Naik, Mathe, 2024). Здебільшого такі стосунки з'являються з відомою особистістю (наприклад, актором чи блогером). Оскільки людина не має можливості побачити життя свого романтичного об'єкта поза камерами, вона домислює певні риси поведінки чи погляди, що притаманні їй кумиру. Таким чином, медіа-персона перетворюється на симулякр в очах фанатів. Додатково можна розглянути випадки, коли індивід занадто сильно прив'язується до вигаданого персонажу з книги, фільму, серіалу тощо. Така прив'язаність може мати як романтичний, так і obsесивний характер. На нашу думку, симулятивна парасоціальність – це вибір не приймати реальну людину з усіма її недоліками, а створити такий об'єкт бажання, що повністю зможе задовольнити всі очікування. Така позиція є утилітарно-гедоністичною і набуває популярності через те, що, не зважаючи на неймовірну кількість застосунків для знайомств, у світі можна спостерігати “пандемію самотності”.

На думку Л. Комісар, “як правило, ми говоримо, що людина при здоровому глузді не сприймає вигадку за реальність. Але дискурс постмодерну, при своїй “ризомності” світобачення, спробував спростувати (“вивернути наживоворіт”) інтерпретацію реального – “фактів немає, одні інтерпретації”, тобто реальність – це дискурсивний продукт, символічна вигадка, симулякр, який ми помилково сприймаємо як автономну матеріальну сутність” (Комісар, 2013, с. 203). На наш погляд, симулякри настільки сильно пов'язані з людством, що стало неможливим відмовитися від них або ігнорувати їх. Вони є всюди: у політиці, мистецтві та навіть приватному житті. Лишилося прийняти факт їхнього існування та продовжувати жити, усвідомлюючи нові цифрові реалії.

ЛІТЕРАТУРА

- Бодріяр, Ж. (2004). *Симулякри і симуляція*; пер.з фр.В. Ховхун. Київ: Основи.
- Комісар, Л. П. (2013). Проблемність становлення дискурсу сучасної гіперреальності в контексті віртуалізації соціокультурної дійсності. *Totallogy-XXI. Постнекласичні дослідження*, 29, 196–208.

- Isfiaty, T. (2020). Study of Cultural Transformation Based on the Hatsune Miku–Vocaloid Phenomenon. *Departemen Desain Interior Universitas Komputer*. Взято з https://www.researchgate.net/publication/338850756_Study_of_Cultural_Transformation_Based_on_the_Hatsune_Miku-Vocaloid_Phenomenon
- Nowack N., Arendt M. (2021). *The Virtual Artist. Vocaloid and an Experiment on Its Perception* Martin Luther University Halle-Wittenberg. Взято з: <https://www.researchgate.net/publication/351197590>
- Sajan, S., Kavalam, T. J., Baruah, R., Naik, S.J., Mathe, A. (2024). Exploring Parasocial Relationships in Committed Individuals. *Journal of Positive Psychology & Wellbeing*, 8, 3. Взято з: <https://journalppw.com/index.php/jppw/article/view/18500>

МОВНА ПОЛІТИКА ЯПОНІЇ У ВИКОРИСТАННІ ДІАЛЕКТІВ КАНТО І КАНСАЙ У ДЕРЖАВНИХ МЕДІА

Трифонов В. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Охріменко М. А.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Японська мова демонструє значну внутрішню варіативність, що проявляється в існуванні широкого спектру регіональних діалектів. Серед них особливий лінгвістичний та соціокультурний інтерес становлять діалекти Канто та Кансай, які відіграють важливу роль у формуванні мовного ландшафту та культурної ідентичності Японії. У контексті функціонування японських засобів масової інформації (ЗМІ) дослідження використання цих діалектів є актуальним, оскільки воно відображає складну діалектику між процесами мовної стандартизації та збереженням лінгвокультурної спадщини. Довгий час Японія позиціонувала себе як монотеїстичне суспільство, не звертаючи уваги на етнічні меншини, що відбивалося на мовному пануванні та політиці.

Згідно з визначенням Дзябо Ю. (2010), “мовна політика” охоплює широкий спектр заходів, що мають на меті регулювання мовної ситуації в державі, регіоні чи соціумі. Йдеться про комплекс дій, що включає ідеологічні, політичні, юридичні та адміністративні аспекти (с.133)

У Період Шьова (1926-1989) уряд активно пропагував “*hyoujungo*” (標準語) стандартизовану японську мову, засновану на токійському діалекті поширеному в регіоні Канто, як символ національної єдності. Діалекти розглядалися як анахронізм, що перешкоджає модернізації та консолідації нації. Державні медіа практично виключали використання регіональних діалектів. Така політика мовної уніфікації була спрямована на створення єдиного інформаційного простору та формування національної

ідентичності (Батюк, 2011). Згідно японськими дослідженнями мовна політика Японії відображає складну динаміку між прагненням до мовної уніфікації та необхідністю збереження діалектного розмаїття. Мова, будучи ключовим засобом комунікації, набуває особливої цінності, коли її правила та норми поділяються широким загалом. Спільноти, що володіють мовами з високим статусом, закономірно отримують більше соціального впливу. Протягом історії, особливо в періоди активної національної консолідації, спостерігалися тенденції до мовної уніфікації. Проте, мова глибоко вкорінена в наше мислення, повсякденне життя та культурну ідентичність. Тому, прагнувши до рівності, кожна спільнота має право на використання своєї мови.

Після Другої світової війни Японія пройшла шлях демократизації, що сприяло розвитку регіональної автономії та зростанню інтересу до місцевої культури. У 1970-х та 1980-х роках у Японії спостерігалось відродження інтересу до традиційної культури та регіональної спадщини, що домогло змінити мовну політику. Діалекти почали сприйматися не як пережиток минулого, а як цінний елемент культурної ідентичності. Розвиток телебачення та радіо сприяв поширенню регіональних діалектів, особливо в місцевих програмах. З'явилися програми, присвячені вивченню та збереженню діалектів. У суспільстві поступово змінювалось ставлення до діалектів. Вони перестали сприйматися як ознака неосвіченості, а стали символом регіональної приналежності та автентичності.

Перехід від політики мовної гомогенізації до визнання діалектного різноманіття відбувався поступово. Першим кроком стало використання діалектів у розважальних програмах, таких як комедійні шоу та драми. Державні медіа, такі як NHK (日本放送協会), почали використовувати діалекти в окремих програмах, особливо в документальних фільмах та програмах про культуру.

У сучасному японському медіапросторі спостерігається баланс між використанням *“hyoujungo”* та регіональних діалектів. Їхнє використання у медіа є не лише мовним явищем, але й відображенням культурних та соціальних цінностей японського суспільства. Кансайський діалект характеризується виразними лінгвістичними маркерами та яскравою стилістичною забарвленістю. Одним із прикладів є публікації в таких виданнях, як *“Osaka Nichinichi Simbun”* (大阪日日新聞), де використання лексичних та граматичних особливостей діалекту регіону Кансай дозволяє зберігати автентичність місцевого мовлення.

У новинах офіційного характеру – політика, економіка, міжнародні події – майже завжди використовується стандартна японська. Однак у більш неформальних розділах – колонках, статтях про культуру чи гумористичних матеріалах – осацький діалект може з'являтися частіше. В рекламних матеріалах також можна зустріти кансайські вирази. Також в аналітичних статтях або інтерв'ю з мешканцями регіону журналісти нерідко зберігають діалектні особливості у прямих цитатах, що підкреслює індивідуальність мовця, що додає тексту автентичності.

У газетних статтях можна зустріти граматичні конструкції, специфічні для діалекту Кансай, такі як використання частки “*hen*” (へん) для заперечення замість стандартного “*nai*” (ない). Також часто зустрічається форма “*ya*” (や) замість стандартного “*da*” (だ) як дієслівна зв’язка (Palter, 2014).

Японія з її багатою історією та культурною різноманітністю є яскравим прикладом еволюції мовної політики, що відображає складну взаємодію між стандартизацією та збереженням діалектного розмаїття.

ЛІТЕРАТУРА

- Батюк, І. Ю. (2011). Соціолінгвістичні фактори в історії японських діалектів і їх вплив на формування літературної мови *Культура народів Причорномор'я*, 199, 113–116.
- Дзябко, Ю. (2010). Напрями реалізації мовної політики в Японії (історія та сьогодення). *Мова і суспільство*, 1, 133–140.
- Palter, D. C., & Slotsve, K. (2014). *Colloquial Kansai Japanese: The Dialects and Culture of the Kansai Region: A Japanese Phrasebook and Language Guide*. Tuttle Publishing.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ІЗ ФІТОНІМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ У ЯПОНСЬКІЙ МОВІ

Турченко Е. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Пророченко Н. О.**

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Фразеологізми відіграють важливу роль у формуванні мовної картини світу, відображаючи культурні та когнітивні особливості народу. Особливий інтерес становлять фразеологічні одиниці з “фітонімами”, тобто рослинними образами, що на нелінгвістичному рівні асоціюються з емоційним фоном, а на лінгвістичному – з передачею цих емоцій у формі конотацій у семантиці мовних одиниць, включаючи ідіоми (Stan, 2019). Це підкреслює важливість врахування культурного аспекту при аналізі фразеологізмів з фітонімами, оскільки вони передають культурні знання, закріплені у національній свідомості. Вагомим аспектом є виявлення як структурно-семантичних характеристик, так і метафоричних механізмів, що формують значення таких виразів.

Спираючись на різні класифікаційні підходи до метафоричних моделей фразеології (Баран, Зимомря, 1999; Комарницька, Комісаров, 2012, с. 202–209), ми поділяємо японські фразеологізми із фітонімічним компонентом на три основні групи: описово-номінативні – стійкі вирази, що характеризують людину або явище через порівняння з рослинами (松のように強い – “міцний, як сосна”); прагматично-оцінні – ті, що виражають суб’єктивну оцінку або

емоційну характеристику (花は桜木人は武士 – “серед квітів найліпший – цвіт сакури, серед людей найкращий – воїн”); ситуативно-метафоричні – фразеологізми, що містять метафоричне узагальнення певного процесу чи явища (桜散る – “загинуть молодим”). Подана систематизація дозволяє не лише класифікувати фразеологізми за значенням, а й виявити ключові культурні концепти, відображені у мові.

Фразеологізми японської мови з фітонімами мають чітку структуру, яка зазвичай складається з іменника, що позначає рослину, та додаткових компонентів, що розширюють значення. Семантика таких фразеологізмів часто ґрунтується на метафоричних і порівняльних структурах, де фітоніми функціонують як культурно зумовлені символи, що дозволяють передавати як конкретні, так і абстрактні значення, і відповідають національним уявленням та традиціям. У результаті досліджень виявлено, що найчастіше у японських фразеологізмах використовуються такі фітоніми: 松 “сосна”, 梅 “слива”, 桜 “вишня”, 竹 “бамбук”. У порівнянні з українською мовою, японські фразеологізми з фітонімами менш експресивні та частіше мають позитивну конотацію.

Заструктурними моделями більшість фразеологізмів представлені сталими порівняннями (竹を割ったような性格 – “прямолінійний, як розколотий бамбук”) та метафоричними виразами (柳絮の才 – “талановита жінка”, буквально – “талант вербового котика”). Відзначимо, що фразеологізми японської мови з фітонімами мають двокомпонентну семантичну структуру, що включає денотативний рівень, який безпосередньо вказує на рослину як фізичний об’єкт, і конотативний рівень, що містить культурно зумовлені асоціації та оцінні значення. Денотація у таких виразах є нейтральною та відображає реальний світ, тоді як конотація залежить від традиційного символізму рослин у японській культурі.

Аналіз японських фразеологізмів із фітонімами виявив явище варіативності образної основи, за якого змінюється компонентна складова-фітонім, але загальне значення фразеологічної одиниці залишається сталим. Наприклад: 柳に風 / 葦に風 – “уникати конфлікту, піддаватися ситуації”, де 柳 (“верба”) та 葦 (“очерет”) виступають взаємозамінними образами, що символізують гнучкість і здатність пристосовуватися. Така варіативність свідчить про існування певних універсальних семантичних моделей, які допускають підстановку різних фітонімів залежно від контексту або регіональних особливостей мовлення, що зумовлені культурними традиціями окремих регіонів Японії. Аналіз діалектного словнику (Shibatani, 1990) дозволив виявити декілька основних тенденцій: заміненість фітонімів відповідно до місцевої флори (на Окінаві замість сакури у фразеологічних виразах іноді вживається デイゴ (“ерітрина”) – дерево, характерне для тропічного клімату); відмінності в оцінних значеннях (у північних регіонах фразеологізми з 松 (“сосна”) мають більш виражену позитивну конотацію як символ витривалості, тоді як у Кіото 松 може асоціюватися зі старістю та довголіттям); лексичні розбіжності у діалектах.

Таким чином, дослідження японських фразеологізмів з фітонімами продемонструвало їхню багатогранність та складність, що зумовлена як структурно-семантичними, так і культурно-регіональними аспектами. Аналіз показав, що фразеологізми з рослинними образами класифікуються за різними принципами, зокрема порівняльним, оцінним і метафоричним. Крім того, значну роль у формуванні значень таких виразів відіграють традиційні культурні уявлення, що відображаються в символізмі рослин.

ЛІТЕРАТУРА

- Баран, Я. & Зимомря, М. (1999). *Теоретичні основи фразеології*. УДУ.
Комарницька, Т. К. & Комісаров, К. Ю. (2012). *Сучасна японська літературна мова: теоретичний курс* (Т. 2). Видавничий дім Дмитра Бураго.
Burada, M., Tatu, O. & Sinu, R. *Conference on British and American Studies* (pp. 157-169). Cambridge Scholars Publishing.
Shibatani, M. (1990). *The Languages of Japan*. Cambridge University Press.
Stan., A. (2019). *Phytonyms in Idiomatic Expressions – A Contrastive Approach*. In

ПОЛІТИЧНА МОВА В ПЕРЕДВИБОРЧОМУ ДИСКУРСІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ

Тушич Л. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Голіяд Н. І.

Кандидат філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

Вибірчий процес є звичним явищем для демократичних країн світу, він відбувається з певною періодичністю в залежності від конституції країни та складає основу передвиборчого дискурсу. В свою чергу політична мова є складовою передвиборчого дискурсу, оскільки завдяки ній реалізується функції та стратегії зазначеного дискурсу. Актуальність дослідження особливостей політичної мови в передвиборчому дискурсу полягає в необхідності подальшого вивчення мовленнєвих стратегій, якими послуговуються політики, та пошуку ефективних способів їхнього перекладу.

Політичний дискурс, до якого належить передвиборчий дискурс, був у фокусі уваги таких видатних лінгвістів, як Т. ван Дейк, Р. Водак, П. Чілтон, Дж. Лакофф. Політичну мову та її особливості вивчали Л. П. Нагорна, В. В. Петренко, нюанси перекладу політичної мови досліджувала Г. С. Соловей.

Передвиборчий дискурс є простором, у якому реалізуються вербальні та невербальні знаки, мовленнєві дії та жанри, спрямовані на обслуговування комунікативної сфери передвиборчої кампанії (Попова, 2014, с. 22).

За визначенням Л. П. Нагорної “політична мова – це сукупність дискурсивних практик, що формують сферу політичної комунікації” (Нагорна, 2005, с. 72). Мова політики виступає містком між владою та суспільством, оскільки є інструментом висловлення політиками ідей, а для суспільства – способом інтерпретації політичної дійсності (Михайліченко, 2020, с. 281). Політична мова, як і будь-яка інша професійна підмова, має характерні ознаки, які відрізняють її від інших підмов. До них належать використання канонізованих фраз, кліше, евфемізмів, розмаїття суспільно-політичної лексики, застосування інверсії, повторень, різноманітних стилістичних засобів виразності (метафора, алюзія, порівняння). Використання стилістичних засобів виразності можна пояснити необхідністю політиків постійно впливати на аудиторію, підвищуючи ступінь впливу до максимуму (Доній, 2021, с. 147). Враховуючи емотивність передвиборчого дискурсу, варто зазначити, що конотативне значення слова також є значущим, оскільки в промовах та інших виступах політиків відбувається ретельний підбір лексичних одиниць для ефективної комунікації (Попова, 2013).

Евфемізмами називають слова або вирази, які допомагають “пом’якшити” висловлювання, зробити його не таким грубим, більш ввічливим та політкоректним. Їх часто використовують у політичних текстах для маскування реальності (Chouarfia, 2018, с. 75). Евфемізми можна назвати інструментом політкоректності, яка є складовою політичної мови. При перекладі евфемізмів можна послуговуватися наступними стратегіями: 1) використати евфемізм з таким самим значенням та формою; 2) використати евфемізм з таким самим значенням, але іншою формою; 3) перекласти евфемізм за допомогою перефразування; 4) опустити евфемізм у перекладі (Chouarfia, 2018, с. 76).

Метафора є стилістичним засобом виразності, під час якого відбувається перенесення характеристик одного об’єкта на інший об’єкт. Метафору використовують в якості техніки переконання (Chouarfia, 2018, с. 78). Переклад метафор часто є викликом для перекладачів, оскільки в мові перекладу не завжди існуватиме прямий відповідник (Доній, 2021, с. 147). Саме тому перекладачі часто вдаються до перекладацьких трансформацій для перенесення образу метафори в текст перекладу. В статті Т. Доній (Доній, 2021, с. 147) подані основні стратегії перекладу метафор, серед яких: 1) прямий переклад метафори без збереження образу; 2) переклад метафори зі змінами на лексичному, морфологічному або синтаксичному рівні; 3) переклад метафори за допомогою трансформацій вилучення, додавання, конкретизації або генералізації; 4) реметафорізація; 5) описовий переклад без збереження образності метафори.

Алюзією називають посилення мовця на відому історичну подію або персоналію, фольклор або міфологію, тощо. Алюзії пов’язані з культурою та історією певного народу чи країни, Т. Доній (як цитується у Бик, 2005) зазначає, що використання алюзій посилює вплив на аудиторію через пошук смислів та взаємозв’язків. Складність перекладу алюзій полягає в тому, що

їх не варто перекладати дослівно, оскільки можна втратити прихований сенс посилання. Для передачі алюзій можна вдаватися до використання повного або часткового відповідника чи генералізації (Доній, 2021, с. 145).

У підсумку можна сказати, що політична мова в передвиборчому дискурсі лише буде розвиватися у майбутньому, тому вивчення її особливостей та проблем перекладу є перспективною сферою в лінгвістиці, оскільки ця тема завжди залишатиметься актуальною.

ЛІТЕРАТУРА

- Бик, І. С. (2005). *Теорія і практика перекладу*. Львів: ЛНУ.
- Доній, Т. (2021). Переклад текстів політичного дискурсу: стратегії, виклики, перспективи. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 46 (1), 143–149.
- Михайліченко, Х. (2020). Лінгвостилістичні особливості перекладу політичного дискурсу США (на матеріалі промов Б. Обами та Д. Трампа). *Науковий вісник ПНПУ імені К. Д. Ушинського*, 31, 278–292.
- Нагорна, Л. П. (2005). *Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики*. Київ: Світогляд.
- Попова, О. В. (2014). *Передвиборчий дискурс США в динаміці англійської мови середини ХХ – початку ХХІ століть*. [Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук, Сумський державний університет.].
- Попова, О. В. (2013). *Лексико-семантична складова політичного мовлення (на матеріалі передвиборчого дискурсу)*. Кам'янець-Подільський: Аксіома.
- Chouarfia, F. Z. (2018). Understanding, Interpretation and Engagement in Translation of Political Discourse. *Crossroads. A Journal of English Studies*, 1(20), 71–82.

ГРЕЦЬКИЙ МІФ ПРО ПІГМАЛІОНА ТА ЙОГО ІНТЕРПРЕТАЦІЯ У П'ЄСІ Б. ШОУ

Хрокало Я. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Шимчишин М. М.**

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

У своїх тезах, я хотів би детально описати, яких трансформацій зазнав античний міф про Пігмаліона у п'єсі Джорджа Бернарда Шоу "Пігмаліон", відображаючи соціальні, культурні та філософські ідеї едвардіанської епохи. Моя доповідь базується на аналізі тексту п'єси, а також на наукових працях, використаних при написанні курсової роботи, виконуваної зараз в Київському національному лінгвістичному університеті, та досліджень

таких авторів, як Галушко, Попова, Кароог та інших, що наведені в списку літератури наприкінці роботи.

Давньогрецький міф про Пігмаліона: основа сюжету

Грецький міф про Пігмаліона, що відомий нам із “Метаморфоз” Овідія, оповідає про кіпрського царя і скульптора Пігмаліона, котрий, розчарований у пошуках кохання серед реальних жінок, створив для себе ідеал жінки – статую Галатеї. Неочікувано закохавшись у своє творіння, він благає Афродіту оживити її; і богиня, зворушена його щирими почуттями, виконує це прохання. Статуя Галатеї оживає, стає дружиною царя і навіть народжує йому дочку. Як зазначає дослідниця Попова (2014), цей міф символізує собою “перемогу кохання над самотністю та ідеалізацію творчого акту” (с. 75). Ключовим у міфі є мотив романтичного кохання як рушійної сили трансформації.

Переосмислення міфу у п’єсі Шоу

У свою чергу, Бернард Шоу у своїй п’єсі, що була написана у 1912 році, використовує міф як основу свого сюжету, але водночас радикально змінює розташування оригінальних акцентів міфу. На відміну від міфічного Пігмаліона, чий творчий акт був мотивований пошуком кохання, ідеалу, професор Генрі Хігінс керується прагматичним бажанням поставити експеримент. Іншими словами, він виявляє виключно науковий інтерес до об’єкта свого майбутнього дослідження. Його мета проста – довести, що мова може змінити соціальний статус людини. Галушко (2015) в своїй роботі підкреслює, що відносини між Хігінсом та Елізою розпочинаються з парі: “Пікерінг: Послухайте, Хігінс! ... Тримаю парі на усі витрати по експерименту, що вам це не вдасться” (с. 95). Таким чином, Шоу замінює романтичний мотив на виключно прагматично-інтелектуальний та соціальний, що відображає його критику моралі вікторіанського суспільства.

Еліза Дулітл, відповідник Галатеї, не є просто пасивним об’єктом, як у міфі. Вона активно прагне змін, звертаючись до Хігінса з проханням навчити її правильної вимови, щоб працювати в квітковій крамниці. Однак, трансформація Елізи від квіткарки до леді – це не лише зовнішня зміна подоби, а й внутрішнє пробудження, зміна світогляду. Як зазначає Кароог (2016), “її трансформація є як внутрішньою, так і зовнішньою”, включаючи “стадії відчаю, самореалізації та момент досягнення нової соціальної ідентичності” (с. 65). На відміну від міфічної Галатеї, чиє життя залежить від волі Пігмаліона та Афродіти, Еліза набуває суб’єктності, що також підкреслює феміністичний аспект п’єси.

Соціальний та філософський контекст

У п’єсі, Шоу переносить базовий сюжет міфу у реалії едвардіанської Англії, де класова нерівність та мовні бар’єри визначали соціальну стратифікацію. Отож, як вже було зазначено, експеримент Хігінса з Елізою мав на меті довести, що різниця між квіткаркою й герцогинею полягає лише в тому, як вони говорять та як їх сприймають оточуючі. Це відображає філософські ідеї Шоу про можливість морального та інтелектуального

піднесення людської особистості через освіту, що контрастує з романтичним ідеалізмом античного міфу.

Фінал п'єси Б. Шоу також суттєво відрізняється від міфу. Якщо давньогрецький Пігмаліон та Галатея завершують історію щасливим шлюбом, то Еліза обирає незалежність, відмовляючись бути творінням, підвладним творцю – Хігінсу. Попова (2014) звертає увагу на парадоксальність цього фіналу: “Б. Шоу залишає свою Галатею безнадійною, не нагородженою за вистраждані ігри та нещирість” (с. 76). Це підкреслює фокус Шоу на соціальній критиці та прагненні сатиризувати образ вікторіанського суспільства.

Феміністичний вимір

Окрім всього, інтерпретація Шоу має виразний феміністичний підтекст. Еліза не лише трансформується зовні, але й відстоює свою гідність. Як зазначає Zou (2018), “вона перетворюється з бідної квітки на сміливу та пристрасну жінку”, що відображає “сильну феміністичну свідомість” (с. 8). Слова Елізи “Мені все одно, як ви зі мною поведетесь... Але розчавити себе я не дозволю” (Попова, 2014, с. 76) свідчать про її боротьбу за особисту автономію, що контрастує з пасивною роллю Галатеї у міфі.

Висновки

Отже, Бернард Шоу переосмислює грецький міф про Пігмаліона, замінюючи мотив трансформації, мотивованої коханням, на трансформацію за рахунок освіти та соціального експерименту. В свою чергу, Еліза Дулітл, на відміну від міфічної Галатеї, стає активним суб'єктом, втілюючи собою ідеї соціальної мобільності та певною мірою фемінізму. Така інтерпретація грецького міфу не лише критикує суспільні норми вікторіанської епохи, але й також пропонує сучасним читачам роздуми про силу самореалізації та незалежності.

ЛІТЕРАТУРА

- Капоор, К. (2016). Transformation of Eliza from a flower girl to duchess. *International Research Journal of Engineering, IT & Scientific Research*, 2(7), 62–67.
<https://sloap.org/journals/index.php/irjeis/article/view/499>
- Zou, X. W. (2018). A study on feminism of George Bernard Shaw's *Pygmalion*. *Studies in Literature and Language*, 17(3), 6–9.
<https://doi.org/10.3968/10778>
- Галушко, О. А. (2015). Інтерпретація міфу в авторському тексті. *Маріупольський молодіжний науковий форум: Традиційні й новітні аспекти дослідження і викладання іноземних мов*, 95.
- Попова, О. (2014). П'єса Б. Шоу “Пігмаліон” з позиції інтертексту. *Мови та літератури*, (1), 75–77.

ЛЕКСИЧНІ І ГРАМАТИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ КОРЕЙСЬКОЇ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Хукаленко Л. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Урядова В. Д.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Художній переклад є окремою формою мистецтва, оскільки потребує не лише досконалого володіння мовами, а й здатності передати культурні й стилістичні особливості оригіналу. Перекладач виступає посередником між автором і читачем, сприяючи міжкультурній комунікації. Важливо не лише зберегти зміст твору, а й передати його соціокультурні реалії та стиль письма автора. Також художній переклад відіграє значну роль у розвитку міжкультурного діалогу (Гладій, 2023).

Перекладацькі трансформації є важливою частиною художнього перекладу, оскільки неможливо повністю передати зміст оригіналу без змін. Лексичні й граматичні трансформації допомагають забезпечити адекватність і еквівалентність перекладу, коригуючи семантичні, стилістичні та прагматичні аспекти тексту. Лексичні трансформації застосовуються для подолання культурної неперекладності, коли неможливо знайти точний відповідник через мовні та контекстуальні відмінності. Граматичні трансформації – це зміни синтаксичних структур у перекладі, які зберігають зміст тексту, але відрізняються способом вираження (Карабан, 2004).

Корейська мова має свої лінгвістичні особливості, що створюють винятки при перекладі її на іншу мову. Вона є аглютинативною мовою і вважається ізольованою. В корейській мові використовується система рівнів ввічливості, яка виражається через закінчення дієслів, різні займенники й іменники, що ускладнює її переклад іншими мовами, в котрих немає багаторівневої системи градації рівнів ввічливості (Choi & Schmitt, 2015).

В корейській мові порядок слів у реченні будується за загальною формою “Підмет-Додаток-Дієслово”. Також корейська мова характеризується наявністю ониматопоетичних слів, які різняться за значенням залежно від контексту, що ускладнює відтворення оригінального тексту мовою перекладу. Корейська мова характеризується відсутністю артиклів, опущенням займенників і невизначеністю між однією та множиною, що створює додаткові труднощі для перекладу (Sonjae, 2002).

До лексичних трансформацій, що застосовуються при перекладі з корейської мови, відносяться конкретизація і генералізація значень, антонімічний переклад, компенсація, тощо. Розглянемо декілька прикладів.

Конкретизація є заміною слова із загальним значенням у мові оригіналу на більш точне або конкретне слово в мові перекладу (Карабан, 2004).

저 때가 몸은 조금씩 편해지는데 마음이 많이 조금해지는데 거든. – *Хоча фізично їй уже легше вправлятися з роллю матері, морально стає все тяжче.*

Перекладач використав слово “морально” для передачі корейського 마음, що забезпечило адекватність і еквівалентність перекладу без спотворення змісту.

Розглянемо позитивацію, що є видом антонімічного перекладу, коли заперечна форма в оригіналі замінюється на стверджувальну в мові перекладу.

정대현 씨는 아내의 말투가 웬지 젊은 사람 같지 않아 웃었다. – Джон Дехьон, почувши, що дружина раптом заговорила, ніби якась бабуся, засміявся. В цьому прикладі ми бачимо, що словосполучення 젊은 사람 같지 않아 було перекладено без вираженої семи заперечення, однак негативний підтекст, який був закладений автором оригіналу залишився в перекладі.

Компенсація – це лексична трансформація, що застосовується, коли неможливо знайти точний еквівалент у перекладі, наприклад, при перекладі ономатопоетичних слів з корейської.

김지영 씨는 아기처럼 혀를 살짝 내밀고 몇 번 입맛을 쩍쩍 다시 다가 잡들었다. – Кім Джійон одразу за пальцем злегка висунула язик, декілька разів прищмокнула губами, неначе немовля, і знову поринула у сон. В оригіналі було використано слово 찹찹, яке означає що хтось, видає звук схожий на чавкання або стукіт, яке позначається як “тук-тук” або “чяв-чяв”.

Заміна порядку слів – це граматична трансформація, що полягає у зміні порядку слів у реченні при перекладі, з урахуванням синтаксичних правил мови перекладу.

3 년 전 결혼해 지난해에 딸을 낳았다. – Вона вийшла заміж три роки тому і минулоріч народила доньку. Було використано цю трансформацію, оскільки за правилами корейського синтаксису присудок завжди стоїть в кінці речення, це відрізняється від української мови, де присудок може займати різні позиції.

Отже, були розглянуті перекладацькі трансформації в процесі перекладу корейських художніх текстів українською мовою, зокрема їх класифікація та застосування в українському перекладі корейської літератури, а також специфіка перекладу художніх творів.

ЛІТЕРАТУРА

- Гладій, І. П. (Ред.). 2023. Методологія та історіографія мовознавства, *Матеріали науково-практичної Інтернет-конференції*. Слов'янськ – Дніпро, 58–67.
- Карабан, В. І. (2004). Переклад англійської науково-технічної літератури. Вінниця: Нова книга.
- Choi, M., & Schmitt, E. (2015). Postpositions and Word Order Variation in Korean. *Linguistic Portfolios*, 10(4), 108–115.
- Sonjae, A. (2002). Literary Translation from Korean into English: A Study in Criteria. *Translation and Literature*, 11(1), 72–87.

ЛЕКСИЧНІ ТА ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОРЕЙСЬКОЇ РОЗМОВНОЇ МОВИ ТА ЇЇ ПОРІВНЯННЯ З ПИСЬМОВОЮ

Черемісінова В. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Тогобицька А. І.

Старший викладач

Київський національний лінгвістичний університет

Корейська мова, як і будь-яка інша, має дві основні форми – розмовну та письмову. Вони суттєво відрізняються одна від одної за лексичними та граматичними особливостями, адже “письмова мова більш формальна”, тоді як розмовна є спрощеною і більш емоційною. (Park, 2015).

Метою цього дослідження є аналіз лексичних та граматичних особливостей корейської розмовної мови та їх порівняння з письмовою формою. Актуальність роботи полягає у необхідності глибшого розуміння цих відмінностей для покращення перекладу та вивчення корейської мови. Методи дослідження включають порівняльний аналіз лексичних та граматичних структур обох варіантів мови. Наукова гіпотеза полягає в тому, що розуміння специфіки розмовної та письмової корейської мови сприятиме ефективнішій міжкультурній комунікації.

Корейська мова демонструє значні відмінності між розмовним та письмовим варіантами, що проявляються на лексичному та граматичному рівнях. Лексичні та граматичні особливості корейської мови включають в себе набір характеристик, що визначають словниковий запас та структуру речень, залежно від контексту спілкування.

Лексичні особливості стосуються використання слів та виразів у мові. Це може включати “варіації в виборі слів залежно від рівня ввічливості, формальності ситуації, соціального статусу співрозмовників або регіональних відмінностей” (Lee, 2008 с. 23). Граматичні особливості охоплюють “правила побудови речень, вживання часів, часток, закінчень та форм дієслів.” (Choi, 2011). Вони визначають, як слова поєднуються між собою для передачі точного значення.

Основними лексичними особливостями корейської розмовної мови є “скорочення слів, використання сленгу, вигуків та звуконаслідувальних слів, діалектизмів та запозичень.” (Lee, 2012). Основними граматичними особливостями є скорочення та використання граматик притаманних лише для розмовної мови. Наприклад, в буденному спілкуванні все намагаються сказати якомога швидше і простіше, тому граматика часто скорочують. Наприклад, носії корейської мови скорочують граматику -지 마세요 до -지 마. Також в розмовній мові часто опускається займенник, якщо за контекстом зрозуміло про кого мова. І напевно сама основна особливість розмовної мови це – “вираження емоцій та експресивності за допомогою інтонації та міміки, що додають мові живості.” (Kim, & Lee, 2008).

Між корейською розмовною та письмовою мовою існують значні відмінності. Почнемо з того, що письмова мова часто офіційніша ніж розмовна. Часто на письмі використовують письмовий стиль 서술문, в усному мовленні його взагалі не використовують. Не рідно в розмовній мові зустрічаються окремі граматика з таким же значенням як у письмовому варіанті. Наприклад, в розмовній мові використовується граматики -랑 “і, та” або “з (з кимось)”, тоді як в письмовому варіанті -와/과 або -하고. Зазвичай в розмовній мові граматика скорочуються, на письмі скорочення теж бувають, але рідше. Наприклад, повна форма граматики -면서, скорочена -며. Теж саме стосується і скорочень в словах. Наприклад, 에어컨 скорочують до 에컨. Як вже зазначалося раніше, в розмовній мові постійно використовують сленг, жаргони та запозичення з різних мов. Наприклад, 대박 – використовується коли щось вражає, 헐 – “не може бути”, 아이스 아메리카노 – запозичення прийшло в країну разом з продуктом, 쇼핑 – “шопінг” – запозичення з англійської.

Вигуки в розмовній мові теж зустрічаються дуже часто, наприклад, “어!”, “와!” або “아!” - “Ого!”, “Ух ти!” та “Ей!”. Всі ці елементи роблять розмовну мову більш живою та експресивною, в той час як письмова мова зберігає більш формальну структуру та вужчі граматичні правила.

Хоча інтонація не є частиною лексичних та граматичних особливостей, вона є важливою відмінністю між усною та письмовою мовою. В письмовій мові інтонація не передається, і емоційність тексту залежить від правильно підібраних слів та граматичних конструкцій. Натомість “у розмовній мові інтонація відіграє ключову роль у вираженні емоцій, настрою та ставлення до сказаного.” (Kim, & Lee, 2008)

В розмовній мові існує багато діалектів, в письмовій формі діалекти рідко використовують, для офіційних документів діалекти не використовуються. Приклади діалектів: стандартний – 하라버지, діалект Чеджу – 하르방.

Отже, корейська розмовна та письмова мови суттєво відрізняються за граматичними, лексичними та стилістичними особливостями. Розмовна мова орієнтована на простоту, скорочення та вираження емоцій, тоді як письмова дотримується формальності та строгих правил. Ці відмінності важливі для успішного володіння мовою та ефективної комунікації у різних контекстах.

ЛІТЕРАТУРА

- Kim, H. & Lee, S. (2008). *Spoken and Written Korean: A Comparative Study*. Seoul: Korean Linguistic Society.
- Park, J. (2015). *The Influence of Formality in Korean Linguistics*.
- Choi, M. (2011). *Colloquial Korean: Structure and Function*. Korean Language Journal.
- Lee, J. (2012). *Variations in Korean Lexicon: Dialects and Informal Speech*. Seoul: University Press.

НЕОЛОГІЧНІ УКРАЇНІЗМИ В МОВІ ЧЕСЬКИХ МАСМЕДІА

Чернявський І. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Палатовська О. В.

Доктор філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

За останні дванадцять років у чеській мові з'явилося багато політичних неологізмів з української мови. Основними причинами активного запозичення української неологічної лексики є: 1) комунікативна актуальність понять, що спричиняє активний вжиток неозапозичень із української мови, з-посеред яких насамперед є неминучим використання новітніх політичних українізмів для висвітлення в чеських засобах масової інформації (ЗМІ) повномасштабного вторгнення Росії в Україну; 2) зростання участі громадян у внутрішньо- й зовнішньополітичних процесах у Чехії, що викликає зацікавленість масмедіа та тенденцію до запам'ятовування нових слів; 3) наявність сильних чесько-українських культурно-історичних зв'язків, що збільшує зацікавленість чехів у суспільно-політичних подіях в Україні; 4) розповсюдження українцями інформації про суспільно-політичні події в Україні як у ЗМІ, так і під час комунікації з носіями чеської мови; 5) тенденція до закріплення запозичень, які можна об'єднати у певний лексичний ряд, базуючись на їх загальному значенні і повторюваності будь-якого одного структурного елемента (так, наприклад, українізми можуть містити інтернаціональні форманти, як-от *-ізм/-изм*, або ж питомі форманти, що мають відповідники в чеській мові та адаптуються за їхньою допомогою, як-от *-івець*).

Неологічна лексика – предмет численних досліджень українських та зарубіжних мовознавців (Л. М. Архипенко, І. А. Бريدун, Н. Р. Ємчура, Ж. В. Колоїз, О. В. Палатовська, О. А. Стишов, Ю. Теглівець, N. Gogoská, S. Hjarvard, H. Karlíková, M. Martincová, M. Věchetová та ін.). Тема політичних неозапозичень з української мови до чеської, однак, майже не досліджена.

Мета цього дослідження полягає в аналізі української неологічної політичної лексики в мові чеських ЗМІ, з'ясуванні основних способів її перекладу та адаптації, а також у створенні тематичної класифікації політичних українізмів у чеській мові.

Матеріалом для дослідження слугували 20 українських політичних неозапозичень, обраних методом суцільної вибірки з чеських онлайн-медіа (Aktuálně.cz, CNN Prima NEWS, Lidovky.cz, iDNES.cz, Novinky.cz, ČT24, Neviditelný pes, FORUM 24, Seznam Zprávy, CNN Český rozhlas, Písecký svět, deník.cz, Reflex.cz, Krajské listy, Naše Broumovsko, Křesťan dnes).

Аналіз мовного матеріалу дозволяє виокремити два періоди активного входження української неологічної політичної лексики до чеської мови:

1. Революція гідності: неологізми, пов'язані з подіями Майдану та російською пропагандою.

2. Повномасштабне вторгнення російських військ в Україну: слова, пов'язані з війною та реакцією міжнародної спільноти на неї, а також протидією російській пропаганді.

Українські політичні неозапозичення у чеській мові можна розподілити за такими тематичними групами:

1. **назви людей:** *tituška, mobik (mobík), rašišta*;
2. **назви політичних режимів, ідеологій:** *rašismus*;
3. **назви процесів:** *mohylizace*;
4. **назви подій:** *Euromajdan*;
5. **назви-символи:** *kyborgové*.

Процеси перекладу і адаптації неологічних українізмів відбуваються такими способами:

1. **Транскодування** – поєднання транслітерації та транскрипції. Такий спосіб популярний, оскільки українська та чеська мови мають багато спільних фонетичних та орфографічних рис, що дозволяє передавати слова без значних змін у звучанні та написанні: *tituška, Majdan, Putler*. Такі запозичення набувають граматичних ознак чеської мови, зокрема певного роду та відмінку. Наприклад: *Podle organizátorů protestů stojí právě tituškové za chaosem, který vypukl v Kyjevě po nedělních demonstracích* (Aktuálně.cz, 23.01.2014).

2. **Морфемна адаптація** українських політичних неозапозичень у чеській мові можлива як для інтернаціональних, так і для питомих морфем, адже обидві мови належать до слов'янських, тож мають багато морфем-когнатів:

А) **Rašismus**. Наприклад: *Pokud Putin vyhraje, tvrdí Clausen, rašismus může snadno zachvátit Evropu a způsobit kolaps liberální demokracie* (Lidovky.cz, 02.06.2024).

Б) **Kadyrovec**. Наприклад: *Zda vymahači peněz patřili ke kadyrovcům či byli příslušníci ruské armády, média neuvádějí* (CNN Prima NEWS, 06.01.2023).

3. **Калькування** української неологічної політичної лексики: *kyborgové, Nebeská setnina*. До калькування також можливо віднести слова з адаптованими питомими морфемами: *mobík, vagnerovec*.

Як показало дослідження, найактивніший процес запозичення української неологічної політичної лексики до чеської мови розпочався і продовжує відбуватися у зламні історичні періоди – Революцію гідності та у воєнні часи сьогодення. Це закономірно, адже великі суспільно-політичні потрясіння інтенсифікують процеси неологізації. За тематикою політичні українізми поділяються на назви людей, назви політичних режимів та ідеологій, назви процесів, назви подій та назви-символи. З них найчастотнішими є назви людей. Українські політичні неозапозичення перекладаються та адаптуються в чеській мові в три способи: транскодування, морфемну адаптацію та калькування.

Перспективою цього дослідження буде подальше опрацювання української неологічної політичної лексики в чеській мові та вдосконалення її тематичної класифікації, а також вивчення інших тематичних категорій українських неозапозичень у чеській мові та створення їх класифікації.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ЖАРГОНУ

Чижевська К. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Пророченко Н. О.**

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасний Інтернет є не лише джерелом інформації, а й простором для формування нових мовних явищ, серед яких особливе місце займає Інтернет-жаргон. Він постійно змінюється під впливом соціальних мереж, мемів, популярної культури та технічного прогресу. Нові терміни швидко з'являються, адаптуються та поширюються серед користувачів різних вікових груп і національностей. Важливим аспектом є те, що Інтернет-жаргон не тільки збагачує мову, але може ускладнювати комунікацію між поколіннями та різними соціальними групами. Дослідження сучасних тенденцій розвитку Інтернет-жargonу дозволяє краще зрозуміти його вплив на культуру, суспільство та мовні процеси.

Інтернет-сленг з'являється з різних причин: через звичайні орфографічні помилки, прагнення швидше спілкуватися або бажання створити унікальні вирази. Нові сленгові терміни активно виникають і поширюються в соціальних мережах, онлайн-іграх і чатах. Завдяки швидкому обміну інформацією в Інтернеті вони швидко набувають популярності. Наприклад, слово “심쿵” схоже на вид емоційного серцевого нападу, який ви відчуваєте, коли бачите або думаєте про людину, яка вам подобається, або того, кого ви вважаєте надзвичайно привабливим. Воно утворилося від двох слів: “심장”, що означає “серце”, та “쿵쿵”, що виражає звук серцебиття (90 Day Korean, 2025). Також є терміни “엄친아” / “엄친딸”, що “позначає людину, яка вміє все”. Вони є скороченням від “엄마친구의 아들” (син маминої подруги) або “엄마친구의 딸” (донька маминої подруги), ці корейські сленгові фрази використовуються для опису “ідеальної дитини” або того, хто добре вміє впоратися з усім. Це пов'язано з тим, що корейські батьки люблять говорити зі своїми дітьми про те, як чийсь син чи донька так добре склали тести, потрапили у відмінну школу чи просто отримали нову роботу у престижній компанії (90 Day Korean, 2025).

Як відомо, абрєвіатури є також загальною рисою інтернет-сленгу завдяки своїй лаконічності. “Оскільки в корейській мові слова формуються з складових блоків, їх скорочення зазвичай зводиться до використання першої літери кожного такого блоку” (Віја, 2024, 149). Наприклад, “ㅇㅋ” –

корейська текстова аббревіатура слова “okay” (Laughton, 2024). “헐” – подібно до англійського “OMG” та використовується після чогось шокуючого чи дивного (90 Day Korean, 2025). “ㄱ” – скорочення від “몰라”, що означає “я не знаю” і схоже на “IDK” англійською (Laughton, 2024). Варто зазначити, що ігрове співтовариство та культура К-Поп значно впливає на інтернет-сленг, завдяки новим термінам і виразам, які з’являються в онлайн-іграх, кіберспорті та серед К-Поп шанувальників. Ці терміни часто поширюються за межі ігрового та фанатського контексту. Наприклад, “만렙” – ігровий термін, що позначає “максимальний рівень” або людину, яка досягла найвищого рівня майстерності в чомусь. Спочатку використовувався для опису геймерів, які максимально розвинули своїх персонажів, тепер він використовується ширше для опису будь-кого висококваліфікованого (Talkpal AI, 2025). “뉴비” – “новачок” або “початківець”, також походить від англійського слова “newbie” (Bija, 2024, 156).

З іншого боку, термін “덕질”, що походить з фан-к-поп культури, є суфіксальним похідним словом, утвореним через поєднання вільної морфеми “오덕후” і зв’язної “-질”, що означає “дію чи поведінку, які зазвичай викликають несхвалення”. Слово “덕질” зазвичай використовується як дієслово та описує діяльність шанувальників айдола в цілому. Однак іноді це слово вживають і ті, хто не розуміє фанатської культури загалом, використовуючи його, щоб знецінити шанувальників К-Поп і ставитися до них зверхньо (Megarani & Dini, 2021, 409).

Поза тим, інтернет-жаргон складається не тільки з аббревіатур та сленгових термінів, також він часто відображає соціальні та культурні тенденції, а деякі терміни стають популярними серед певних демографічних груп. Вони також можуть мати гендерні або соціально-економічні відтінки. Вживання конкретного сленгу може вказувати на особистість користувача, його приналежність до певної спільноти, а також свідчити про розуміння популярних у Кореї ідей, наприклад, тенденція MBTI.

Аналіз сучасних тенденцій розвитку інтернет-жаргону підтверджує його стрімкий вплив на мовну комунікацію та культуру. Особливістю корейського інтернет-жаргону є його структурна особливість, зокрема активне використання скорочень, акронімів, англіцизмів і звуконаслідувань. Значний вплив на його розвиток мають культура К-Поп, ігрові спільноти та специфіка корейської мови. Інтернет-жаргон сприяє динамічному оновленню мови, спрощує та прискорює комунікацію, робить її більш емоційною та гнучкою.

ЛІТЕРАТУРА

- Bija, A. (2024). The Language of the Web: Mechanisms of Korean Internet Slang. *Philosophy, Social and Human Disciplines*, 17(1), 147–163.
- Laughton G. (2024). *Slangin' and Bangin': The Wild World of Korean Text Talk*. https://promova.com/blog/korean-text-slang/?utm_source=perplexity
- Megarani, S. & Dini, J. (2021). An analysis on k-pop fandom slang word-formation in the drama 'Her private life'. *International Review of Humanities Studies*, 1(6), 389–412.

Talkpal AI (2025). *Top 10 Korean Gen Z Slang Terms You Need to Know*.
<https://talkpal.ai/vocabulary/top-10-korean-gen-z-slang-terms-you-need-to-know/>
90 Day Korean (2025). *Korean Slang – 101 Popular Words & Phrases in 2025*.
<https://www.90daykorean.com/korean-slang/>

ЧИ ВМЕРЛА ЛАТИНА?

Чобанян Д. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Грекова М. А.**

Київський національний лінгвістичний університет

Латинська мова є однією з найважливіших мов вже доволі великий проміжок часу. На жаль через свій мертвий статус, популярність цієї мови знизилася в останні десятиліття. Латинську продовжують вивчати у значній кількості навчальних закладах, але вона більше не є мовою людей. Мови, які не допомагають комунікувати в реальному житті та не розвиваються не є об'єктом особливої зацікавленості навіть лінгвістів, що вже казати про людей інших спеціальностей. Та незважаючи на те, що латинська є мертвою мовою, вона продовжує впливати на культуру. Починаючи з класичних творів та ідіом та закінчуючи запозиченими словами та термінологією наук.

Вплив латини на науки та освіту не можливо не помітити. Разом з грецькою, вона була і досі є основою термінології багатьох наук, включаючи лінгвістику. Наприклад, такі лінгвістичні терміни, як **валентність**, з латинської *valentia* – сила (здатність слова визначати кількість і якість залежних від нього слів, зумовлена його семантичними і граматичними властивостями.) чи **deskрипція**, з латинської *descriptio* – опис (мовна конструкція, що замінює власну або загальну назву предмета), або навіть **латинізм**, з латинської *latinus* – латинський, римський (різнovid запозичень; слово, його окреме значення, вислів, морфема тощо, запозичені з латинської мови або утворені за її зразком.), які знайомі кожному лінгвісту, оригінально походять з латинської. Однією з причин цього результату є традиція писати наукові праці латинською та грецькими мовами, яка була широко поширеною довгий період часу. Це додає термінології різних наук універсальність.

Багато навчальних закладів використовують саме латинську мову для складання гасла. Наприклад, такі університети, як Київський національний лінгвістичний університет – “Ad orbem per linguas” (До світу через мови) або Львівський національний університет імені Івана Франка – “Patriae decori civibus educandis” (Освічені громадяни є окрасою батьківщини).

Місто Львів наповнене написами латинською мовою, вислови можна знайти як на звичайних будинках, з цікавою історією, так і на університетах або ж таких культурно-мистецьких закладах, як Львівський палац мистецтв, на якому жителі міста можуть спостерігати напис “Ars longa vita brevis”

(Життя швидкоплинне, мистецтво вічне). Латинські прислів'я також використовуються в звичайному житті. Усім відомі вислови “Прийшов, побачив, переміг” (Veni, vidi, vici), “Розділяй і володарюй” (Divide et impera), “Я мислю, отже – існую” (Cogito ergo sum) належать Юлію Цезарю та Рене Декарту та походять з латинської.

До того ж, латинські вирази нерідко згадують у сучасному медіа-просторі, наприклад, у поширеному серед молоді творі, написаному М. Л. Ріо “Ніби ми злодії” (2017) використано фразу “Per aspera ad astra” (Через теорії до зірок), а фільм “Спілка мертвих поетів” (1989, реж. Пітер Бір) у свій час познайомив багатьох підлітків із висловом латинського поета Горация “Carpe diem” (Лови момент/день), також перший роман Донни Тартт “Таємна історія” наповнений латинськими реченнями, більшість з яких є прислів'ями, але в деяких сценах персонажі використовують латинську як звичайну мову комунікації.

Отже, латинську мову можна назвати найбільш живою з мертвих мов, оскільки вона продовжує грати важливу роль у повсякденному житті людини, навіть, якщо більшість про це не турбується та не знає. Латинська є мовою багатьох наук та вивчення цієї мови покращить та полегшить процес ознайомлення з різними мовами та досягнення у них вільного мовлення.

ЛІТЕРАТУРА

- Голянич, М. І., Стефурак, Р. І., & Бабій, І. О. (2011). *Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія*. Сімик.
<https://archive.org/details/linhvist2011/page/n43/mode/2up>
- Скорина, Л. П., & Скорина, О. А. (2004). *Латинсько-український, українсько-латинський словник*. Обереги.
<https://archive.org/details/sl0vn20/page/41/mode/1up>
- Leonhardt, J. (2013). *Latin, story of a world language* (K. Kronenberg, Tran.). THE BELKNAP PRESS OF HARVARD UNIVERSITY PRESS (First published 2009).
<https://direitoutp2016.files.wordpress.com/2016/03/story-of-a-world-language-latin-jurgen-leonhardt.pdf>

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ ІЕРОГЛІФІЧНИХ КАЛАМБУРІВ У КИТАЙСЬКІЙ РЕКЛАМІ

Шатова М. В.

Київський національний лінгвістичний університет
Науковий керівник: **Беля В. В.**
кандидат філософських наук
Київський національний лінгвістичний університет

Каламбур є унікальним мовним явищем, яке вивчається лінгвістами з початку ХХ століття. Хоча багато дослідників займалися цим феноменом,

до єдиного визначення терміна “каламбур” лінгвісти так і не дійшли, що призвело до існування численних трактувань цього мовного прийому. Як зазначає Чжоу Хун (2019, с. 78) каламбур – це стилістичний прийом, що полягає у свідомому використанні багатозначності слів або омонімії в певному мовному контексті, щоб надати висловлюванню подвійний зміст.

М. Гіоргадзе (2014, с. 271) дала наступне визначення каламбуру: “за своєю формою гра слів може виражатися в неоднозначній словесній дотепності, орфографічних особливостях, звуках і формах слів, у порушенні граматичних правил та інших мовних факторах. Слід також зазначити, що контекст має життєво важливе значення для актуалізації гри слів (каламбуру), оскільки його прагматична роль (переважно гумористична, сатирична, саркастична тощо) виконується й актуалізується в конкретному контексті”.

Серед українських дослідників А. А. Щербина дав визначення поняття каламбуру як “комічної гри слів, їх значень та їх звукової оболонки” (2008). Тобто каламбур – це риторичний прийом, який за допомогою багатозначності створює гумористичний ефект. У китайських класифікаціях каламбури поділяються на лексичні та фонетичні. Останні дуже часто використовуються на вітальних листівках з китайським новим роком, наприклад, 年年, 有余 (鱼)、岁岁 (碎碎) .

У рекламі цей риторичний прийом часто застосовується для переконання споживачів у необхідності придбання товару. Основним викликом для перекладача при трансформації каламбуру іншою мовою є збереження адекватності та образності. Структура каламбурів базується не лише на багатозначності слів, але й на їх формі, що ускладнює процес перекладу, коли перекладачеві необхідно враховувати смисловий та культурний контексти. Працюючи з грою слів, перекладач стикається ще з однією проблемою, яка полягає, насамперед, у структурі самого прийому: каламбур будується не лише на значенні слів, а й також на їхній формі. Тому на відміну від перекладу звичайного тексту, за якого потрібно передати лише його зміст, під час перекладу каламбуру потрібно зберегти його форму також (Гнедкова, Карпенко, 2021). Основними прийомами перекладу каламбурів є: опущення, компенсація і калькування (Бокова, 2015). Прийом опущення та компенсації взаємопов'язані, бо при опущенні втрачається семантична частина тексту, тоді як компенсація може її “відшкодувати”. Таким чином досягається еквівалентність всього тексту.

Як зазначили Н. В. Пушик та Р. Я. Зубрицький (2022, с. 310), переклад каламбурів є одним з найважчих тому що: “семантичні та прагматичні ефекти гри слів у вихідному тексті беруть свій початок у певних структурних характеристиках мови оригіналу, для яких мова перекладу найчастіше не може створити відповідника, таких як існування певних омофонів, полісемічних кластерів, ідіом чи граматичних правил”.

1. Китайська реклама для ресторану 哇, 尽在新山! виглядає так: 金鸡报喜, 烧腊抢先订 新年享优惠 Jīnjī bàoxǐ, shāolà qiǎngxiān dìng xīnnián xiǎng yōuhuì. Переклад: “Замовляй святкові страви заздалегідь та отримуй

новорічні знижки!”. Тут ми маємо омонімічний каламбур 金鸡 (jīnjī золота курка) та 经济 (jīngjī економний), що натякає на вигідні ціни та доступність святкових страв. При перекладі було використано опущення, оскільки в українській мові немає аналогічного фонетичного зв’язку між “курокою” та “економією”. Натомість переклад передає лише основний зміст реклами: заклик замовити страви заздалегідь та отримати знижки, але вже без гри слів.

2. Китайська реклама компанії “Taohianda”, яка займається доставкою свіжої їжі. На їхньому плакаті зображена креветка, а під нею фраза: 不想瞎操心 bù xiǎng xiā sāo xīn, що буквально означає: “не хочу турбуватися через дрібниці” або “не хочу хвилюватися без потреби”. Адаптований варіант українською буде таким: “Не суши голову – ми дбаємо про свіжість”. Тут був використаний прийом компенсації, оскільки в українській мові немає омонімічної гри слів між “сліпо/даремно” (瞎xiā) та “креветка” (虾xiā), тому неможливо застосувати калькування. Натомість компенсація потрібна, коли неможливо передати гру слів напрямку, але можна створити інший мовний ефект, що викликає схожі асоціації та емоції у читача, тому завдяки цьому прийому вдалося зберегти гумористичний ефект слогану та основне повідомлення компанії – не хвилюватися щодо доставки свіжих продуктів.

3. Компанія “Fotile 方太”, яка займається господарськими приладами, має такий слоган: 人间百太Rén jiān bǎi tài. У рекламному відео на кожному фрагменті ієрогліф 方 fāng у назві 方太 Fāngtài замінюється на різні прізвища, підкреслюючи концепцію компанії: кожен може знайти свій власний “Таї”. На початку відео слоган компанії 人间百太Rén jiān bǎi tài є грою слів, заснованою на китайському чен’юї 人间百态Rén jiān bǎi tài, що зазвичай перекладається як “сотні людських долів” або “різноманіття людських емоцій і поведінки”. При перекладі на українську мову було застосовано прийом компенсації.

Отже, каламбури – це стилістичний прийом, що поєднує зміст та форму, і використовується для створення гумористичного ефекту. Переклад каламбурів вимагає від перекладача застосовувати залежно від контексту різні методи перекладу: опущення, компенсація та калькування. Проте, не в усіх випадках один з методів може спрацювати, і в таких випадках перекладач може взагалі опустити при перекладі каламбур, за умови, що він не порушує основний зміст і логіку тексту.

ЛІТЕРАТУРА

- Бокова, П. М. (2015). Каламбур або гра слів. Проблеми та особливості перекладу. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*, 27, 45–50.
- Гнедкова, О. Г. & Карпенко, З. О. (2021). Особливості утворення та перекладу каламбуру як різновиду мовної гри. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*, 32(71), 254–260.
- Пушик, Н. В. & Зубрицький, Р. Я. (2022). Особливості перекладу каламбурів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, 58, 309–312.

- Щербина, А. А. (2008). *Сутність та мистецтво гостроти слова (каламбуру)*. Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні.
- Giorgadze, M. (2014). Linguistic features of pun, its typology and classification. *European Scientific Journal*, 2, 271–275.
- 周, 鸿. (2019). 论双关语的翻译—兼谈“不可译”与“再创造”. *教育研究*, 2(2), 78–80.

СВІТ ОЧИМА ІНШОГО: КОНЦЕПТ ІНАКШОСТІ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ У РОМАНІ МАРКА ГЕДДОНА “ЗАГАДКОВИЙ НІЧНИЙ ІНЦИДЕНТ ІЗ СОБАКОЮ”

Швець А. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Юрчук О. О.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Марка Геддона називають одним із найоригінальніших британських письменників початку ХХІ століття. Його роман “Загадковий нічний інцидент із собакою” (2003) став знаковим не лише в англomовній літературі, а й у ширшому культурному контексті, оскільки це один із перших творів, де було художньо втілено сприйняття світу підлітка з розладом аутистичного спектру (далі – РАС), дозволяючи читачеві не просто спостерігати за його історією, а буквально бачити реальність його очима.

Попри поширене хибне уявлення про РАС, роман М. Геддона пропонує альтернативний погляд: РАС – це не відхилення, а інший спосіб пізнання світу, зі своїми особливостями, обмеженнями та перевагами. Роман не позиціонується як суто психологічне дослідження РАС. Навпаки, автор уникає прямого використання діагнозу, надаючи читачам можливість бачити Крістофера передусім як окрему особистість, а не лише через призму медичних категорій.

У цьому контексті “Загадковий нічний інцидент із собакою” стає не просто історією про інакшість, а й художнім дослідженням того, як суспільство сприймає таких людей.

Інакшість у літературі нерідко стає основою для формування нового типу наративу, що протистоїть традиційним моделям сприйняття дійсності. Однією з ключових особливостей цього твору є його наративна структура, що безпосередньо впливає на сприйняття читачем світу головного героя.

Роман написаний від першої особи, а його оповідач – Крістофер Бун – не просто викладає події, а фільтрує їх через власне сприйняття, створюючи унікальний літературний ефект. Його мова лаконічна, фактологічна, позбавлена метафор і емоційних узагальнень, але натомість містить математичні розрахунки, логічні схеми та структуровані пояснення. Хлопець також має труднощі з розпізнаванням емоцій, не терпить фізичних дотиків,

і водночас може запам'ятовувати числові послідовності та аналізувати реальність у термінах математичних моделей: “Я знаю всі країни світу, їхні столиці, а також прості числа до 7057” (Геддон, 2003). Це підкреслює раціональний спосіб мислення Крістофера.

Також варто звернути увагу на деталь оформлення: “Я вирішив нумерувати свої розділи простими числами 2, 3, 5, 7, 11, 13 тощо, оскільки мені подобаються прості числа” (Геддон, 2003). Така нарація змушує читача не просто спостерігати за героєм, а сприймати світ так, як його бачить він. Особливість цього підходу полягає в тому, що читач поступово адаптується до незвичного стилю оповіді, починаючи приймати його як належне, що віддзеркалює концепцію роману: РАС є не аномалією, а альтернативним способом існування.

М. Геддон порушує питання: що означає бути “нормальним”? Роман дає зрозуміти, що “нормальність” – це лише соціальний конструкт, який обмежує сприйняття індивіда (“раніше таких дітей, ... , називали відсталими, дебілами та ідіотами” (Геддон, 2003). Крістофер не вважає себе хворим або неповноцінним; він просто існує в іншому когнітивному вимірі.

Одна з ключових тем роману – конфлікт Крістофера із суспільством, що не готове взаємодіяти з тими, хто мислить інакше. Його поведінка часто сприймається як “неправильна”, а його реакції викликають нерозуміння навіть серед найближчих людей.

На прикладі взаємин із батьками автор демонструє різні стратегії сприйняття інакшості. Батько, який виховує сина самотужки, намагається пристосуватися до його особливостей, але водночас не завжди їх розуміє. Мати ж, не витримавши постійного напруження, обирає втечу.

Ці складні стосунки показують, наскільки важко суспільству приймати людей, які не вписуються у звичні соціальні рамки. Проте водночас М. Геддон натякає, що проблема не у Крістоферові, а в тих, хто не готовий змінювати власне бачення світу.

Роман М. Геддона “Загадковий нічний інцидент із собакою” є знаковим текстом, що дозволяє переосмислити поняття інакшості та її сприйняття суспільством. Використовуючи особливу наративну техніку, автор допомагає читачам побачити світ очима людини з РАС та відчувати, наскільки умовними можуть бути межі між “нормальним” і “іншим”.

Така література сприяє подальшому розвитку дискурсу про інакшість і її значущість у сучасному мистецтві.

ЛІТЕРАТУРА

Геддон, М. (2016). *Загадковий нічний інцидент із собакою*. КСД.

Haddon, M. (2013, April 13). *The Curious Incident of the Dog in the Night-Time: A book club discussion*. The Guardian.

<https://www.theguardian.com/books/2013/apr/13/mark-haddon-curious-incident-book-club>

Ray, S. J. (2013). Normalcy, knowledge, and Nature in Mark Haddon's *The Curious Incident of the Dog in the Night-Time*. *Disability Studies Quarterly*, 33(3).
<https://doi.org/10.18061/dsq.v33i3.3233>

КЛАСИФІКАЦІЯ МЕТОДІВ ПРОЄКТІВ ВІЛЬЯМА ГЕРДА КІЛПАТРИКА ТА ВИКЛАДАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ 7 КЛАСІ ЗЗСО

Шевчук С. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Заскалета В. П.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасна освіта орієнтована не лише на формування учнями теоретичних знань, а й практичних навичок, які будуть необхідними для них у майбутньому. Одним з ефективних методів навчання, який сприяє розвитку критичного мислення, творчих здібностей, відповідальності та соціальності, є метод проєктів. Цей метод є важливою технологією в сучасному освітньому просторі, яку педагоги активно впроваджують у навчальний процес. Він ґрунтується на активній діяльності учнів. Завдяки використанню цього методу учні перестають бути пасивними слухачами, натомість вони активно беруть участь у роботі на уроці, адже в процесі виконання проєкту досліджують певну проблему в групах, розподіляють обов'язки, діляться думками та обговорюють ідеї.

В українському педагогічному словнику запропоновано таке визначення методу проєктів: “Метод проєктів – організація навчання, за якою учні набувають знань і навичок у процесі планування й виконання практичних завдань – проєктів” (Головко, 1997, с. 205).

Варто зазначити, що цей метод може мати різні форми реалізації залежно від мети, змісту та способів виконання. У зв'язку з цим у методичній думці відомо чимало класифікацій методів проєктів, в основі яких лежать різні критерії.

Проаналізуємо тут класифікацію відомого американського педагога, основоположника методу проєктів Вільяма Герда Кілпатрика. Цей освітянин поділив проєкти залежно від їхньої мети на 4 типи (Гайден, Міхно, 2019, с. 50–51), які ми адаптували до уроків з української літератури:

тип 1 – метою цього різновиду методу проєктів є втілення якоїсь ідеї (думки) або плану в зовнішню форму. Наприклад, на уроці української літератури учні можуть виконати проєкт “Літературний артефакт”, школярі визначають, що є головним об'єктом чи символом у творі і виготовляють його власноруч. Наприклад, у 6 класі учні вивчають цікаву повість Л. Ворониної “Таємне Товариство боягузів, або Засіб від переляку № 9”, шестикласники можуть створити карту, на якій відзначатимуть локації та розповідатимуть, що відбувалося на кожній з них. Ще цікавою ідеєю є створити “Таємний щоденник

Климка”, у якому учні записуватимуть від імені героя його переживання, думки, а також будуть відстежувати його зміни впродовж усієї повісті;

тип 2 – метою цього різновиду методу проєктів є отримати насолоду якимось естетичним переживанням. Цікаво для учнів буде прослухати виразне читання вірша Лесі Українки “Як дитиною, бувало...” або іншу поезію, яка вивчається. Також учитель може поділити учнів на групи, які створюватимуть плакат за мотивами віршів поета;

тип 3 – метою цього різновиду методу проєктів є побороти якусь розумову перепону, розв’язати завдання. У 10 класі учні вивчають творчість Василя Стефаника. Відомо, що мова творів цього письменника досить своєрідна: у його творах ужито регіоналізми – лексичні і граматичні елементи покутського говору у відповідному фонетичному оформленні. Вивчаючи новелу “Камінний хрест”, десятикласники можуть, наприклад, виконати дослідницький проєкт “Особливості мови новели В. Стефаника “Камінний хрест”. Завдання полягатиме в тому, щоб знайти, скажімо, лексичні діалектизми у творі, пояснити їхнє значення та з’ясувати їхню роль у тексті. Така робота посприє залученості учнів у вивчення мовної канви твору, передусім ознак покутського говору, збагатить їх знаннями з української діалектології, розширить їхнє уявлення про діалектне членування української мови;

тип 4 – метою цього різновиду методу проєктів є здобути певні дані, певний ступінь навичок, таланту або знання. Цей тип методу проєктів можна проілюструвати за допомогою проєкту “Літературний вісник”: учні уявляють, що вони працюють журналістами й створюють газету до твору, який вивчають. Наприклад, новинами для газети можуть бути ключові події твору, можна провести інтерв’ю з головними героями, де вони будуть розкривати свої переживання, ділитися своїми думками тощо. Учні могли б також провести репортаж з місця подій, завдання якого полягало б в описі міста чи села, у якому розгортаються події. Наприкінці створення газети – рефлексія: висловити думку журналістів про твір, його проблематику, головну ідею, тему та довести чи спростувати його актуальність сьогодні. Завдяки такій діяльності учні навчатись аналізувати художній текст, а також поліпшать навички співпраці з однокласниками.

Отже, класифікація методів проєктів Кілпатрика спирається на мету та завдання шкільних проєктів. Уміле застосування методу проєктів – правильно визначене завдання, інструкція з його виконання, заздалегідь оголошені учням критерії оцінювання їхніх робіт – дозволяє зробити урок цікавим, захопливим та практично спрямованим для учнів, що позитивно впливає на їхню активність під час освітнього процесу й ефективність засвоєння ними навчального матеріалу.

ЛІТЕРАТУРА

- Гайден, В. О., & Міхно, О. П. (2019). Метод проєктів в українській школі 1920–1930-х років. Педагогічний музей України. *Педагогічні републікації*, 6, 43–65.
- Головко, С. (ред.). (1997). *Український педагогічний словник*. Либідь.

- Подранецька, Н. (2006). Проектна технологія на уроках української літератури. *Українська мова та література в школі*, 4, 21–23.
- Тищенко, Н. (2015). Проектна технологія як засіб розвитку мотивації учнів у процесі навчання української мови. *Українська література в загальноосвітній школі*, 2, 42–48.

ЛЕКСИЧНІ ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ПОЕТИЧНИХ ТВОРІВ ЗІ ЗБІРКИ “КОБЗАР” Т. Г. ШЕВЧЕНКА З УКРАЇНСЬКОЇ НА ТУРЕЦЬКУ МОВУ

Шиян П. П.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Сіленко Н. В.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Знайомство одного народу з художньою спадщиною іншого народу перш за все здійснюється за допомогою перекладача, який є своєрідним посередником між двома культурами. Переклад художніх творів демонструє неабияку майстерність перекладача у відтворенні культурних аспектів певного народу, у передачі мовних реалій, які не є характерними для інших культур, у донесенні особистого стилю автора тексту-оригіналу. Переклад поетичних творів вимагає від перекладача письменницьких навичок, адже перед ним постає завдання не лише перекласти вірш, а й надати йому такої форми, як і оригінальний текст, підібрати такі відповідники, які римуватимуться між собою та найбільше відповідатимуть стилю автора. Для цього перекладач у своїй роботі застосовує перекладацькі трансформації, які допомагають йому передати зміст тексту з мінімальними втратами.

Вивченню перекладацьких трансформацій, їх типів приділяли свою увагу не мало дослідників. До прикладу, дослідник Карабан В. (2004) стверджує, що перекладацькі трансформації – це “різного роду зміни лексичних елементів мови оригіналу під час перекладу з метою адекватної передачі їх семантичних, стилістичних і прагматичних характеристик із врахуванням норм мови перекладу та мовленнєвих традицій культури мови перекладу” (с. 300). А от Коптілов В. (2002) визначає дане поняття як “численні та якісно різноманітні перетворення, які здійснюються задля досягнення перекладацької еквівалентності перекладу всупереч розбіжностям у формальних та семантичних структурах двох мов” (с. 103). Загалом перекладацькі трансформації поділяють на лексичні та граматичні, проте Журавель Т. та Хайдарі Н. (2015) виділяють ще й синтаксичні, аргументуючи це тим, що “синтаксичний рівень мови є досить об’ємним, а синтаксичні зміни є невід’ємною частиною процесу перекладу” (с. 149). Варто зазначити, що чіткого поділу перекладацьких трансформацій немає,

оскільки одна трансформація тягне за собою іншу і таким чином лексичні і граматичні трансформації можуть поєднуватися між собою.

Карабан В. (2004) диференціює лексичні перекладацькі трансформації як конкретизацію, генералізацію, опущення та додавання слів, заміна слова однієї частини мови на іншу та перестановку, додає також змістовий розвиток, компенсацію, антонімічний переклад, транскодування та калькування (с. 300).

Проаналізувавши переклад творів зі збірки “Кобзар” з української на турецьку мову, нам вдалося виокремити такі лексичні перекладацькі трансформації, застосовані перекладачем:

- опущення: в оригіналі маємо речення “*може, **вийшла** русалонька матері **шукати***”. Перекладач же переклав речення як “*belki de denizkızı apasıgını **arıyor***” (с. 29).

- додавання: оригінальне речення “*не вернеться **чорнобривий** та й не привітає*” перекладено як “*dönmez o **kara kaşlı**, selamlamaz **onu***” (с. 29).

- генералізація: “*нішов козак **світ за очі***” перекладач передав як “*kozak **gurbete gitti***” (с. 32).

- частиномовна заміна: фразу “*як **реве ревучий***” відтворене перекладачем як “*gürleyen dalgalar*” (с.28).

- перестановка: фраза “*як понесе з **України** у синєє море*” має такий турецький варіант “*Ukrayna’dan alıp götürürken mavi denizlere*” (с. 28).

- конкретизація: “*о ағладында – бен де ағларым, bazen ise **türkü çalarım***” у оригіналі звучить як “*коли плаче – то й я плачу, коли ні - **снівало***” (с. 33).

- антонімічний переклад: “*чи я тобі не **вродливий***” перекладено як “*senin için çok **tu çirkinim***” (с. 35).

- змістовий розвиток: “*neden **bu genç kıızı cezalandırıyorsun***” в оригіналі звучить як “*за що ж ти караєш її, **молоду***” (с. 29).

- транслітерація: перекладачка транслітерує характерні українській культурі слова “калина” та “козак” як “*kalına*” (с. 33) і “*kozak*” (с. 29).

Отже, було досліджено лексичні перекладацькі трансформації, їх класифікацію та застосування при перекладі художніх творів з української на турецьку мову, трансформацій компенсації та калькування не виявлено. На нашу думку, перекладачі вдаються до таких трансформацій, оскільки вони допомагають адаптувати текст мовою перекладу, зробити його зрозумілим для сприйняття читачем та для збереження унікального стилю автора творів.

ЛІТЕРАТУРА

Шевченко Т. Г. (2022) *Кобзар (вибрані твори)* (Т. Арнаут, Пер.). TÜRKSOY. Журавель, Т. В., Хайдарі, Н. І. (2015). *Поняття перекладацьких трансформацій та проблема їх класифікації. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, 19(2), 148–150.

Карабан, В., (2004). *Переклад англійської наукової і технічної літератури*. Нова книга.

Коптілов, В. В. (2002). *Теорія і практика перекладу*. Видавництво “К. Юніверс”.

ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ МЕТАФОРИ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Шкабарня К. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Ананко Т.Р.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Політичний дискурс є одним із ключових напрямів комунікації, що охоплює мовні практики, які використовуються у сфері політики для впливу на громадську думку, формування ідеологічних наративів та легітимації владних рішень. Одним із найефективніших інструментів політичного дискурсу є метафора – засіб, що не лише прикрашає мову, а й впливає на сприйняття інформації, формуючи відповідні когнітивні моделі та оцінки. Політичні метафори допомагають структурувати складні соціальні й політичні явища, роблять їх більш доступними для розуміння широкою аудиторією.

Мета: дослідити особливості вживання метафори у політичному дискурсі на прикладі британського політика Бориса Джонсона, визначити основні типи метафор, які він використовує у своїх промовах, та проаналізувати їхню функціональність у формуванні політичного іміджу й впливі на аудиторію.

Методи дослідження: Контент-аналіз – ідентифікація та систематизація метафоричних виразів у політичному дискурсі на прикладі промов Бориса Джонсона. Метод концептуального аналізу – аналіз основних концептуальних метафор, які використовуються для передачі політичних ідей.

“Метафора” – мовне і мисленнєве явище, що полягає в перенесенні властивостей одного предмета (явища, дії) та його мовного знака на інший предмет (явище, дію) за принципом аналогії або контрасту (Потебня О. О., 1962).

Метафора є не лише стилістичним засобом, а фундаментальним механізмом мислення, за допомогою якого людина сприймає, структурує та виражає реальність (Lakoff & Johnson, 1980).

Селіванова О.О. визначає дискурс як когнітивно-комунікативний феномен, що включає не лише текст, але й соціокультурні, прагматичні та когнітивні аспекти його функціонування (Селіванова О. О., 2006). На основі цього підходу політичний дискурс включає в себе сукупність вербальних і невербальних засобів комунікації з метою впливу на свідомість громадськості (Селіванова О. О., 2006).

Категоризація метафор дуже обширна, але ми спираємось на ту, яку запропонували Джордж Лакофф та Марк Джонсон (1980):

1. Концептуальна метафора – передача абстрактних ідей через конкретні образи.

“*Barbaric onslaught on your freedoms*” (Johnson, 2022a) – цією метафорою Борис Джонсон хотів передати, що цивілізований світ протистоїть варварському агресору, закликаючи до дій та підтримки.

2. Структурна метафора – один концепт розглядається через структуру іншого.

“Immoveable object of Ukrainian patriotism” (Johnson, 2022a) – український патріотизм як непохитний об’єкт, що не може бути зламаний. Метафора підкреслює стійкість і незламність українського народу перед агресією, створюючи образ сили, яка не може бути зруйнована навіть найпотужнішою атакою.

“The flame of freedom burns low... but I know it will blaze bright again” (Johnson, 2022b) – вогонь свободи асоціюється з життям, енергією та боротьбою, свобода тимчасово ослабла або знаходиться під загрозою, але вона не зникла і навіть у найтемніші моменти є надія на відродження. Ця метафора підсилює надію і оптимізм, переконуючи аудиторію, що навіть у найскладніші часи варто боротися за свободу.

3.Орієнтаційна метафора – використовується для розуміння просторових відносин.

“The size of the dog in the fight” (Johnson, 2022a) – метафора підкреслює важливість не сили чи величини супротивника, а волі і рішучості тих, хто бореться. Це демонструє концепцію того, що навіть у ситуаціях, де здається, що сили нерівні, важливими є внутрішня сила, рішучість та моральний дух, а не тільки зовнішня сила. Вона також може бути орієнтована на підсилення впевненості українців в свої сили.

4.Онтологічна метафора – абстрактні поняття представлені як об’єкти або субстанції.

“A tidal wave of violence” (Johnson, 2022b) – метафора створює образ безжального й непрогнозованого насильства, яке обрушується на мирних людей і має здатність знищити все, що трапляється на шляху цієї “хвилі”. Це допомагає передати ідею катастрофічного характеру насильства, яке виходить з-під контролю агресора.

“Freedom just to be snuffed out” (Johnson, 2022b) – Така метафора підкреслює крихкість і невразливість свободи, вказуючи на те, що вона може бути швидко знищена під тиском агресії чи несправедливості. Вона також посилює емоційний ефект, викликаючи у слухачів або читачів відчуття загрози і важливості захисту свободи.

Висновки: у ході дослідження було проаналізовано особливості вживання метафор у політичному дискурсі на основі двох промов Бориса Джонсона. Аналіз засвідчив, що метафора слугує не лише художнім засобом, а й потужним інструментом впливу на свідомість та створення емоційного зв’язку з аудиторією. Було розглянуто використання різних типів метафор: концептуальних, структурних, орієнтаційних та онтологічних, які виконують когнітивну, емоційно-переконувальну та риторичну функції. Концептуальні метафори допомагають систематизувати політичну реальність через знайомі образи, структурні – відображають концепт одного явища через структуру іншого, орієнтаційні – формують ставлення до подій через просторові характеристики (наприклад, “злет” або “падіння”), а онтологічні – персоніфікують і унаочнюють абстрактні поняття. Таким чином, дослідження підтвердило, що метафора є не просто мовним прийомом, а важливим механізмом конструювання реальності у

політичному дискурсі. Її застосування в промовах політиків слугує засобом емоційного впливу, формування певних наративів і зміцнення ідеологічних позицій, що робить її ефективним інструментом політичної комунікації.

ЛІТЕРАТУРА

- Потебня, О. О. (1962). *Думка і мова*. Журнал Міністерства народної освіти.
- Селіванова, О. О. (2006). *Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія*. Довкілля-К.
- Скопенко, О. І., Цимбалюк, Т. В., & Півторак Г. П. (Ред.). (2006). *Сучасний словник іношмовних слів*. Довіра.
- Johnson, B. (2022a, February 24). *Prime Minister's address to the nation on the Russian invasion of Ukraine*. GOV.UK.
<https://www.gov.uk/government/speeches/prime-ministers-address-to-the-nation-on-the-russian-invasion-of-ukraine-24-february-2022>
- Johnson, B. (2022b, May 3). *Prime Minister Boris Johnson's address to the Ukrainian Parliament*. GOV.UK.
<https://www.gov.uk/government/speeches/prime-minister-boris-johnsons-address-to-the-ukrainian-parliament-3-may-2022>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press.
https://www.textosenlinea.com.ar/libros/Lakoff_%20y_%20Johnson_%20-%20Metaphors%20We%20Live%20By%20-%201980.pdf

СИМВОЛІКА ЧИСЛА 4 В СЕРЕДНЬОВІЧНІЙ ТА СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ КУЛЬТУРІ

Шкабарня К. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Щербаков Я. І.

Кандидат філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

Числа є невід'ємною частиною буття людини. Кожна культура унікальна і має свої трактування на різні явища. Ще з давнини людство надавало особливий символізм різним числам, який, як національний код передавався з покоління в покоління. Наприклад, в культурі Китаю, математика тісно пов'язана з нумерологією, космологією та ворожінням. Числа не тільки мали кількісне значення, але й відігравали важливу роль у визначенні закономірностей природних явищ (Кіктенко, 2020).

Число 4 має багатозначну символіку в китайській культурі, охоплюючи як позитивні, так і негативні аспекти. Його сприйняття значною мірою визначається історичним, релігійним і соціальним контекстами. У середньовічний період число 4 асоціювалося із космологічними уявленнями, структурою простору і часу, а також буддистськими концепціями. У сучасному суспільстві число 4 здебільшого має негативний символізм.

Культури також вагомо пливали одна на одну, змінюючи картину свята, що притаманна тій чи іншій мові. Історично “четвірка” мала позитивне значення через вплив буддизму, який зародився в Індії (VI ст. до н. е.), але згодом став однією з найвпливовіших релігій у Китаї. Через Великий шовковий шлях індійські ченці та тексти потрапили до Китаю, де буддизм адаптувався до місцевих уявлень, згодом інтегрувавшись із даосизмом і конфуціанством. Таким чином, число 4 набуло священних значень, символізуючи чотири благородні істини буддизму (四圣谛) та чотирьох царів (四天王), кожен з яких оберігає один із чотирьох напрямів світу (四方) (Щербаков, 2017).

Попри історично позитивне значення числа 4, у сучасній китайській культурі воно набуло негативних конотацій через фонетичну схожість зі словом “смерть” (死, sǐ). Це явище відоме як “тетрафобія”. Вплив цього страху настільки великий, що в багатьох будинках, лікарнях та готелях відсутній четвертий поверх або номери з числом 4 часто пропускаються. Як зазначає китайський дослідник Тао Сиянь (2022), “відмова від використання числа 4 у державних установах та побуті веде до втрати частини національної культурної спадщини”. Він також звертає увагу на вплив японської культури, яка сприяла поширенню негативного ставлення до цього числа в Китаї. Проте слід зазначити, що число 4 зберігає свої традиційні позитивні значення в багатьох культурних аспектах. Воно використовується в численних стійких виразах та символах, таких як “чотири великі романи” (四大名著), “чотири великі винаходи Китаю” (四大发明) та “чотири великі красуні” (四大美女). Це вказує на те, що сучасна китайська культура все ще зберігає історичну повагу до цього числа, хоча й піддається впливу сучасних страхів і упереджень.

ЛІТЕРАТУРА

- Кіктенко, В. О. (2020). *Школа Джозефа Нідема: дискусії навколо китайської науки та цивілізації*. Гельветика.
- Щербаков, Я. І. (2017). *Китайський буддизм та драма цзацзюй доби Юань (1271–1368)*. Видавничий дім Дмитра Бураго.
- 陶, 思炎. (2011). 关于对数字“4”加以文化保护的建议. 中国艺术报.

ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕТАФОРИ, МЕТОНІМІЇ І СИНЕКДОХИ У СУЧАСНІЙ КОРЕЙСЬКІЙ МОВІ

Шостак А. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Урядова В. Д.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Невід’ємними елементами кожної мови для вираження різноманіття та художнього забарвлення мови є тропи. Троп (від грец. Τροπος – “поворот, спосіб вираження”) – це стилістичний засіб, який полягає у вживанні слова

або виразу в переносному значенні для створення художньої виразності чи когнітивного ефекту. Тропи є важливою частиною мовної системи, оскільки вони допомагають виражати складні поняття через асоціативні зв'язки та взаємозамінність значень (Preminger & Brogan, 1993).

Тобто, тропи можна визначити як вживання слів або словосполучень у невластивих для них значенні.

У сучасному корейському мовленні можна спостерігати активне функціонування метафори, метонімії та синекдохи в різних дискурсах, зокрема у ЗМІ, рекламі, художній літературі та повсякденному спілкуванні (Kim, 2017).

Згідно з визначенням Ю Ковалів (2007), метафора – це троп художньої літератури, що полягає у перенесенні значення одного слова, або словосполучення, на інше, розкритті сутності одних явищ чи предметів через інші за схожістю та контрастом.

Метафора в сучасній корейській мові є не лише стилістичним засобом, але й важливим інструментом когнітивної діяльності, що відображає специфіку національного мислення та культури. У корейській лінгвістиці метафора розглядається як засіб номінації та створення мовної картини світу, що дозволяє глибше зрозуміти механізми ментально-вербальної діяльності носіїв корейської культури (Kim, 2017).

Як і в інших мовах світу метафора активно використовується в сучасній корейській мові як в художній літературі, так і в повсякденному житті корейців. Серед найбільш популярних та тих, що часто використовуються в мовленні, є “올빼미” – (сова), тобто людина, яка більш активна вночі та не спить допізна. Наприклад: “나는 올빼미라서 밤 늦게 공부하는 게 더 좋아”. Або також є “하얀 마음” – (біле серце), що означає чисту душу. Наприклад: “어린이들은 하얀 마음을 가졌어요” (Kim & Lantolf, 2018).

Метонімія – це мовний засіб, за допомогою якого одне слово або фраза замінюється іншим, що має з ним логічний або причинно-наслідковий зв'язок. Це когнітивний механізм, що структурує мислення та сприйняття світу (Lakoff & Johnson, 1980).

Метонімія є важливим стилістичним засобом і в сучасній корейській мові. Вона використовується для надання виразності висловлюванням та відіграє важливу роль у формуванні ідіоматичних виразів. Вона полягає в заміні одного слова або фрази іншим, що пов'язане за суміжністю або асоціаціями. Наприклад: “청와대가 결정했다” (Чхонваде ухвалив рішення), означає “уряд ухвалив рішення”. Або інший приклад: “한 잔 하자” (давай вип'ємо по одній склянці), що мається на увазі алкогольний напій (Lee, 2015).

Синекдоха – це троп, який полягає у заміні однини множиною, у вживанні цілого замість частини, або частини замість цілого, у заміні загального частковим. Його розглядають як різновид метонімії за схожістю значення у мові (Коваль, 1987).

В корейській мові синекдоха активно використовується, як і метонімія, в ідіомах та повсякденному мовленні корейців. Однак головна їх відмінність полягає в тому, що метонімія пояснюється асоціативними зв'язками, а

синекдоха це відношення частини і цілого. Прикладом може слугувати вираз “손이 부족해” (рук не вистачає), де “руки” використовуються для позначення працівників або робочої сили. Це частина “руки” замінює ціле “люди”. Або ще інший приклад, де “рука” використовується для позначення людини – “손이 빠르다” (швидка рука), тобто людина, яка швидко виконує якусь роботу (Jeon, 2023).

Отже, в корейській мові такі тропи, як метафора, метонімія і синекдоха відіграють важливу роль у наданні мовленню емоційного забарвлення, виразності, художнього значення та розвитку мови. Вони збагачують мову, створюють асоціативні ряди та глибші значення слів і словосполучень.

ЛІТЕРАТУРА

- Ковалів, Ю. (2007). *Літературознавча енциклопедія*. Київ: Академія.
- Коваль, А. (1987). *Практична стилістика сучасної української мови*. Київ: Вища школа.
- Jeon, G. (2023). *The Journal of Study on Language and Culture of Korea and China*. KJC.
- Kim, H. (2017). *Metaphor and metonymy in modern Korean language: Cognitive and cultural perspectives*. Seoul University Press.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- Lee, J. (2015). *Cognitive Aspects of Metonymy in Korean Language*. Journal of Korean Linguistics
- Kim, J., Kim, M., & Lantolf, J. (2018). *Metaphors in Korean – Animals, Colors, Emotions, Sports*. CALPER Publication.
- Preminger, A., & Brogan, T. V. F. (Eds.). (1993). *The new Princeton encyclopedia of poetry and poetics*. Princeton University Press.

ЕКСКАРСІЙНИЙ УРОК У РОБОТІ НАД ФОРМУВАННЯМ ЧИТАЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТАРШОКЛАСНИКІВ

Шульгач Ю. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Попова О. А.,**

Кандидат педагогічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Формування читачької компетентності є однією з ключових цілей сучасної літературної освіти, що визначається потребою розвитку аналітичного та критичного мислення в умовах інформаційного суспільства. Читачька компетентність передбачає здатність особи не лише розуміти зміст прочитаного тексту, а й інтерпретувати його, формулювати аргументовані висновки, зіставляти з іншими джерелами інформації, критично оцінювати та використовувати для особистісного розвитку.

Пошук ефективних форм роботи у розвитку читачької компетентності старшокласників є одним з завдань методики навчання української літератури. Учителі-практики активно оновлюють форми проведення навчальних занять, впроваджують уроки за межами класу, уроки під відкритим небом “Open-space”, а також переосмислюють традиційні форми роботи з української літератури, серед яких важливе місце відводиться екскурсійним урокам.

Урок-екскурсія – це навчальне заняття в експозиції музею, зміст і мета якого відповідає програмі навчального предмета. І. Удовиченко (2017) визначає екскурсійний урок як ефективний метод інтеграції навчання з життєвим досвідом учнів, що базується на принципах музейної педагогіки, яка передбачає створення навчального простору для забезпечення емоційного залучення, безпосередній контакт із культурною спадщиною та активну взаємодію з навчальним матеріалом. Відвідування музеїв, літературних місць чи проведення віртуальних екскурсій сприяє глибшому осмисленню літературних творів. Знайомство з музейними експозиціями, історичними документами, артефактами сприяє збагаченню читачького досвіду.

Науковці наголошують, що екскурсійний метод навчання базується на синергетичному поєднанні теоретичних знань та практичного досвіду. Зокрема, О. Караманов (2012) наголошує, що під час підготовки уроку в музеї необхідно враховувати особливості музейного середовища, важливо правильно добирати методи спілкування з учнями, а також враховувати вікові особливості учнів та попередній досвід навчальної діяльності в музеї.

Проведення екскурсійного уроку потребує дотримання як загальних, так і специфічних підходів до підготовки та проведення навчального заняття. Передусім необхідно визначити його мету та навчальні завдання. Наприклад, якщо урок присвячено творчості Тараса Шевченка, доцільно організувати відвідування музею митця або історичних місць, пов'язаних із його життям. На етапі підготовки вчитель має ознайомитися з особливостями експозиції, розробити питання для обговорення, які стимулюватимуть учнів до аналізу. Також важливо інтегрувати матеріали екскурсії у навчальну діяльність учнів з предмета: наприклад, запропонувати учням порівняти історичні реалії, відображені в музейних експонатах, і вивченими літературними творами.

Під час екскурсії слід застосовувати інтерактивні методи навчання, які дозволяють учням бути не пасивними слухачами, а активними учасниками освітнього процесу. Це можуть бути дискусії, робота в групах, творчі завдання. Під час відвідування літературного музею можна запропонувати учням виконати завдання на порівняння біографічних фактів із сюжетними лініями творів письменника. Такий підхід розвиває не лише читачьку компетентність, а й критичне мислення та вміння працювати з історичними джерелами.

Актуальним є використання цифрових технологій в організації екскурсійного навчання. Віртуальні тури, мультимедійні презентації, QR-коди з інформацією про експонати дозволяють зробити освітній процес більш доступним і захопливим. Наприклад, для учнів, які не мають змоги відвідати музей фізично, можна організувати онлайн-екскурсію з використанням

3D-моделей експозицій або інтерактивних платформ. Це особливо важливо в умовах дистанційного навчання.

Особливу увагу слід приділити методиці підбиття підсумків екскурсійного уроку. Важливо закріпити набутий досвід, залучивши учнів до рефлексії та творчої діяльності. Ефективними формами підсумкової роботи є написання есе, проведення дебатів, створення презентацій або тематичних проєктів. Наприклад, після уроку в музеї Лесі Українки можна запропонувати учням розробити інтерактивний путівник для школярів, які вперше знайомляться з її творчістю.

Підсумовуючи, екскурсійний урок є ефективною формою навчальних занять з української літератури, що сприяє формуванню читацької компетентності старшокласників. Він забезпечує інтеграцію знань, активізує пізнавальну діяльність, створює емоційний зв'язок між учнем і літературним твором. Подальше вдосконалення цієї методики має включати розвиток цифрових технологій, створення авторських екскурсійних маршрутів, розширення міждисциплінарних зв'язків. Впровадження екскурсійних уроків не лише підвищить мотивацію до читання, а й сприятиме загальному розвитку особистості учнів, формуванню їхніх ціннісних орієнтирів та світогляду.

ЛІТЕРАТУРА

- Вакулєнко, Т. С., Ломакович, С. В., & Терещенко, В. М. (2017). *PISA: читацька грамотність*. УЦОЯО.
- Караманов, О. В. (2012) Музейна педагогіка в навчально-виховному процесі загальноосвітньої школи. *Освіта та педагогічна наука*. № 3 (152). 5–12.
- Методичні рекомендації щодо організації навчально-виховного процесу під час проведення навчальних екскурсій та навчальної практики учнів загальноосвітніх навчальних закладів. Лист МОН № 1/9-61 від 06.02.08 року. <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v9-61290-08#Text>
- Удовиченко, І. (2017). *Музейна педагогіка: теорія та практика*. Логос.

ПОЛІВАРІАТИВНІСТЬ МОВНИХ КОДІВ В ЛІВАНЬСЬКОМУ КІНЕМАТОГРАФІ

Юнга М. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Рибалкін В. С.

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Причини зростання інтересу до багатомовності на сьогодні зумовлені не лише лінгвістичними та соціолінгвістичними факторами, а й екстралінгвістичними, передусім – специфікою історичного контексту регіону. Саме поняття “мультилінгвізму” не може бути окреслене чітко,

оскільки включає в себе різні аспекти життєдіяльності людини: мову, культуру, політику, геополітику тощо (Яковлева, 2016, с. 95–96).

З точки зору релігійного складу населення Лівану, то найдавнішими вважаються сунітська та греко-православна община. Внаслідок міграційних процесів, в Лівані з'явилися представники і інших релігійних конфесій – мароніти, шіїти, греко-католики, друзи тощо. Кількісно значними стали палестинська, курдська, вірменська та сирійська громади. Не дивлячись на те, що основним засобом спілкування в Лівані залишається розмовна арабська мова, населення є двомовним. Французька та англійська мови вивчаються з початкової школи, а вищі соціальні класи часто використовують іноземні мови, комбінуючи їх із арабською під час розмови (Versteegh, 2006, с. 274). Мультилінгвізм є однією з ознак процесу глобалізації. Сам термін напряму взаємопов'язаний з поняттями “мова” та “двомовність” (Коршак, 2017, с. 73).

Характеризуючи мовну картину Лівану, доцільним буде вжито термін “ідіом”, який позначає “різні форми існування мовних систем – мови, діалекту, говірки, варіантів літературної мови і т. ін.” (Широков, 2015, с. 439). Лінгвістична ситуація в Лівані та в інших державах Леванту – історично Сирії та Йорданії, є хоч і не повністю ідентичною, проте подібною (McLoughlin, 2003, с.2).

Явище диглосії в Лівані спричинене відсутністю прихильності до арабізації. MSA досі залишається основною мовою навчання та офіційного спілкування; дискусії про введення діалекту, як національної мови наразі не ведуться, бо більшість ліванців заперечують можливість перетворення розмовної мови з її варіаціями на систематизовану письмову форму. Англійська, так само, як і французька, можуть замінювати MSA в багатьох сферах, включаючи ділове та бізнес спілкування (Thonhauser, 2000, с. 51).

У багатьох ліванських фільмах персонажі розмовляють французькою мовою. Їхня присутність обумовлена не лише сюжетом, а й виробничими факторами, оскільки часто ліванський кінематограф є залежним від французького фінансування. Деякі режисери пов'язують використання французької мови з вимогами фондів, хоча ці інституції рідко прямо наполягають на цьому (Moawad, 2024). Наприклад, у фільмі “Caramel” (2007) персонажі розмовляють переважно арабською, але французька мова з'являється в певних сценах – в діалогах між представниками середнього класу або в контексті взаємодії з клієнтами салону краси.

У кінострічці “Where Do We Go Now?” французькі слова зустрічаються епізодично. Це драматична комедія режисерки Надін Лябакі, яка досліджує тему релігійного та міжобщинного конфлікту в Лівані. Навколишній світ охоплений війною, і напруження між громадами зростає. Місцеві жінки, втомлені від безглузвих сварок і втрат, вирішують за будь-яку ціну зберегти мир. Одним з комічних елементів фільму було рішення жінок запросити групу українських танцівниць, щоб відволікти чоловіків від конфліктів.

У фільмі “Very Big Shot” є моменти, де персонажі говорять англійською. Це стосується передусім сцен, в яких герої знімають власний фільм. Представники кіноіндустрії у цих епізодах вживають англійські фрази.

Отже, поліваріативність мовних кодів в ліванському кінематографі є відображенням соціолінгвістичних реалій, релігійних та історичних обставин, де французька та англійська вживаються разом з арабською. Проте основною лінгвістичною формою у фільмах залишається ліванська розмовна мова.

ЛІТЕРАТУРА

- Коршак, Н. В. (2017). Глобалізація та мультилінгвізм – сутнісні властивості сучасного освітнього поступу. *Філософські обрії*, 38.
- Широков, В. А. (2015). *Словник української мови* (Т. 6: Згага – кварта; Л. В. Оліфіренко, Упоряд.).
- Яковлева, О. В. (2016). Багатомовність як тренд суспільного розвитку та чинник модернізації освіти. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди: Філософія*.
- McLoughlin, L. J. (2003). *Colloquial Arabic (Levantine)*.
- Mouawad, W. (2024). Why do they speak French? About Lebanese cinema and French diplomacy. *Journal of Contemporary Iraq & the Arab World*, 18.
- Thonhauser, I. (2000). Multilingual education in Lebanon: “Arablinglizi” and other challenges of multilingualism. *Mediterranean Journal of Education*.
- Versteegh, K. (2006). *Encyclopedia of Arabic language and linguistics*.

СПЕЦИФІКА ЗАПОЗИЧЕННЯ АНГЛІЦИЗМІВ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ (НА МАТЕРІАЛІ ЛЕКСИКИ ІТ-СФЕРИ)

Ялова А. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Малинюк І. В.**

Кандидат філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному світі з розвитком ІТ-сфери зростає кількість англіцизмів у китайській мові. Зараз весь технологічний розвиток походить із США через міжнародну співпрацю, тому англійська мова відіграє важливу роль, а Китай є світовим лідером у розвитку сфери ІТ, тому відбувається активний процес запозичення китайською мовою англословних термінів. Наприклад, О. В. Турмис (2021) зазначає, що мова є системою, яка не може бути ізольована від змін, і відображає історичний розвиток культури свого народу. Поява нових слів – це природний мовний феномен, що грає важливу роль у розвитку мови. Дослідження способів перекладів слів з ІТ-сфери та їх адаптації дозволяє відстежити кількість мовних запозичень та їх вплив на лексику сучасної китайської мови.

Англіцизми – це слова, що запозичені з англійської мови в іншу мову. Зазвичай ці слова адаптуються до правил і норм тієї мови, що запозичує їх. Завдяки інтернету англіцизми поширюються дуже швидко, зараз часто

зустрічаються такі терміни, як “LOL” (大笑 dàxiào) або “OK” (可以 kěyǐ, 好 hǎo). Англіцизми використовуються, щоб зробити комунікацію сучасною та лаконічною. Особливо активно використовуються в ІТ-сфері, підкреслюючи сучасність компанії та привертаючи увагу клієнтів з усього світу. Англіцизми збагачують мову, проте надмірне використання може витіснити рідну мову. Уряд Китаю все більше обмежує використання англіцизмів, замінюючи їх на китайські відповідники, проте молодь продовжує використовувати англіцизми у розмовній мові та комунікації в інтернеті. Наприклад, в 2010 році урядом Китаю було видано наказ про зменшення використання англіцизмів у ЗМІ. О.В. Турмис (2021) підкреслює, що незважаючи на історично зумовлену ізоляцію китайської культури і обмеження на законодавчому рівні, спрямовані на дотримання “чистоти” рідної мови, так званий “лінгвістичний пуризм”, об’єктивні мовні закони продовжували існувати. Таким чином, усі спроби уникнути процесу запозичення або навіть очистити мову від наявних запозичень зрештою призвели лише до збільшення кількості англійських запозичень у китайській мові в різних галузях. Відповідно до загальної тенденції, пов’язаної зі зростаючими темпами глобалізації, що призвела до соціальних змін у житті китайського суспільства, так і до змін у китайській мові, актуальність питання англомовних запозичень у китайській мові лише зростатиме.

Специфіка запозичення англіцизмів у китайській мові має свої особливості через відмінності між англійською та китайською мовами в фонетиці та граматиці. Китайська мова є ієрогліфічною та тональною, має унікальну фонетичну систему, тому запозичення відбуваються специфічними способами. У той час як англійська мова є алфавітна. Через унікальну фонетичну систему китайської мови та відмінності в граматиці, англіцизми при запозиченні можуть змінювати свою частину мови.

Виділяють такі способи запозичення англіцизмів:

1. Прямі запозичення – запозичення з мінімальними змінами, використовують ієрогліфи, схожі за значенням, наприклад: 博客 (bókè, блог).

2. Калькування – буквальный переклад, наприклад: 云计算 (yún jìsuàn, хмарні обчислення), 社交媒体 (shèjiāo méitǐ, соціальні медіа), 主页 (zhǔyè, головна сторінка).

3. Змішані запозичення – комбінація фонетичної та семантичної адаптації, наприклад: 微信 (wēixìn, WeChat), 微博 (wēibó мікроблог, Weibo).

4. Комбінування латиниці з китайськими ієрогліфами, наприклад: P图 (P tú, фотошопити), де “P” походить від Photoshop).

Проте не тільки англіцизми з’явилися в китайській мові, а і навпаки. Китайські слова часто запозичуються в англійську мову на позначення східної їжі, східних бойових мистецтв та філософії. Наприклад, kung fu (功夫, gōng fū) – бойове мистецтво.

Запозичення відбувається різними шляхами. Це дозволяє інтегрувати нові поняття, щоб зберегти особливість китайської писемності та фонетики.

Отже, запозичення англіцизмів у китайській мові пов’язане зі стрімким розвитком ІТ-сфери в Китаї, тому нам вбачається актуальним дослідження

способів запозичення англіцизмів у сучасній китайській мові на матеріалі лексики ІТ-сфери.

ЛІТЕРАТУРА

Турмис, О. В. (2021). Англійські запозичення в китайській мові: особливості функціонування. *Китаєзнавчі дослідження*, (1), 229–241.
<https://doi.org/10.51198/chinesest2021.01.229>

ДЖЕРЕЛА ПОПОВНЕННЯ ВІЙСЬКОВОЇ ЛЕКСИКИ КОРЕЙСЬКОЇ МОВИ: СОЦІОЛІНГВАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Янчук В. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Тогобицька А. І.

Старший викладач

Київський національний лінгвістичний університет

Військова лексика є складною системою, яка включає в собі поняття пов'язані як з побутом військових, так і з їхніми безпосередніми завданнями на службі. Окрім того, військова лексика тісно переплітається з повсякденною мовою, військові лексичні одиниці все частіше з'являються у вокабулярі мовця, а тому систематизація, класифікація та дослідження процесів утворення та розповсюдження є доцільним та необхідним. (Мельник, 2021, с. 138)

Військова термінологія, як невід'ємна частина військової лексики, є основою комунікації та взаєморозуміння у військовій сфері. Її впорядкування відіграє ключову роль в організації та проведенні операцій, формулюванні команд і підготовці військових навчань. У корейській військовій галузі неодноразово здійснювалися спроби створення словників військової термінології. Варто зазначити, що значну частину таких словників займає корейсько-англійська військова література, що зумовлено багаторічною тісною співпрацею. Водночас військова лексика залишається динамічною, постійно оновлюючись завдяки технологічному прогресу, запозиченням та появі нового сленгу. Саме тому, порівнюючи словники 20 століття, 2000-х та сьогодення ми можемо спостерігати, як нові поняття приходять на заміну тим, що вийшли з вжитку, та в майбутньому можуть стати архаїчними.

Питання функціонування мови у військовій сфері (життєдіяльність, організація, структурно-системні зв'язки і специфічна обумовленість збройних сил) знайшло відображення у військовому дискурсі. Військовий дискурс – це пов'язаний (усний чи письмовий) текст, виражений за допомогою вербальних і невербальних засобів, обумовлених ситуацією військового спілкування разом з прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами. (Корольова, Соріч, Александрова, 2021, с. 371–372)

У контексті сучасних подій лінгвістичний інтерес до дослідження питання військового дискурсу продовжує зростати. Варто зазначити, що будь-який дискурс, в тому числі військовий, існує в певних історичних рамках та є відображенням соціальних подій та людських взаємовідносинах, які спонукають його зародження. Використання військової термінології у військовому дискурсі має низку особливостей, серед яких: використання суміжних понять сфери військової справи і політики; темпоральна і просторова співвіднесеність, що припускає звернення до обмеженого корпусу термінів, що вербалізує сучасні види зброї і тактики; тенденція до використання у військовому дискурсі відомих широкій аудиторії родових термінів, що відображають загальні поняття, описових зворотів замість вузькоспеціалізованих термінологічних одиниць, а також синонімів спеціалізованої та загальнонавчаної лексики; несистемне сприйняття понять. (Корольова, Соріч, Александрова, 2021, с. 375) Корейськомовний військовий дискурс відзначається строгою структурою, дисципліною та глибоким патріотизмом. Він також зазнає значного впливу національної культури та традицій, що відображають історичний досвід, менталітет і концепцію “синівської шанобливості”. Однією з ключових особливостей є зосередженість на обороні та постійній готовності до захисту країни у разі військового конфлікту з Північною Кореєю.

Повномасштабне російське вторгнення на територію України та розгортання активних бойових дій змінило корейський військовий медіадискурс. Лі Інґвон поділяє повідомлення корейських ЗМІ стосовно України на такі групи, як: звеличення та героїзація президента Зеленського, надання підтримки та озброєння ЄС та США Україні, прагнення України перемогти та плани щодо контрнаступу, воєнні злочини ІІ та мародерства росії. (이은경, 2022, с. 583) Також ключовими словами у статтях, присвяченим обговорення та аналізу російсько-української війни, зазвичай є: росія, Україна, путін, Зеленський, спеціальна військова організація, НАТО. (두진호, 2023, с. 39)

Протягом своєї історії Корея зазнавала впливу сусідніх держав, що позначилося на її культурі, способі життя та, зокрема, на лексичному складі. Запозичення є одним із найбільш динамічних способів розширення словникового запасу корейської мови, і цей процес триває й сьогодні, хоча напрямок мовного впливу змінюється. Більшу частину запозичень в корейській мові складає китайська лексика. У новітні часи з огляду на деякі історичні та геополітичні чинники мовою еталоном для корейської стала в основному англійська, що пояснюється посиленням впливу США та західноєвропейських країн у далекосхідному регіоні. Крім того, стрімкий розвиток науки й техніки суттєво впливає на мовну систему. Отже, лексичний склад корейської мови, як і будь-якої іншої, залишається гнучким і чутливим до зовнішніх впливів. Таким чином, соціолінгвістика, яка аналізує мову крізь призму суспільних процесів, відіграє важливу роль у її розвитку, зокрема в еволюції лексичного складу.

ЛІТЕРАТУРА

- Корольова, Т., Соріч, Р., Александрова, О. (2021) Військовий дискурс та особливості його перекладу. *Науковий вісник ПНПУ ім. К. Д. Ушинського*, 33, 369–382.
- Мельник, П. П. (2021) Визначення поняття військової лексики та підходи до її вивчення. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*, 13(2), 137–141.
- 두진호 (2023). 우크라이나 사태 전후 분석: 합동성 강화를 위한 군사적 담론. *국방정책연구* 4 (38), 39–66.
- 이은경 (2022). 러시아-우크라이나 전쟁에 관한 한국 언론의 담론 분석. 2022 년 2 월부터 8 월까지 신문 기사를 중심으로. *외국학연구*, 61, 579–614.

ÜBERSETZUNGSSTRATEGIEN BEI DER ÜBERTRAGUNG VON PHRASEOLOGISMEN MIT FARBBEZEICHNUNGEN

Asanova A. A.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Wissenschaftliche Betreuerin: **Petrochuk O. W.**

Dozentin Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Die Übersetzung farblicher Phraseologismen stellt eine anspruchsvolle Aufgabe dar, da sie neben der idiomatischen Bedeutung auch kulturelle und emotionale Aspekte umfasst. Um die Bedeutung in der Zielsprache zu bewahren, werden verschiedene Strategien eingesetzt: direkte Übersetzung, funktionale Äquivalenz, Paraphrase und kulturelle Substitution. Прокопенко (2019) und Мельник (2020) betonen, dass diese Phraseologismen tief in die kulturelle Symbolik eingebettet sind, weshalb Übersetzer sowohl sprachliche als auch kulturelle Kontexte berücksichtigen müssen.

1. Direkte Übersetzung

Diese Methode funktioniert nur, wenn die Farbsymbolik und die idiomatische Bedeutung in beiden Sprachen ähnlich sind. Ein Beispiel ist “grünes Licht geben”, das im Ukrainischen als “дати зелене світло” nahezu wörtlich übertragen werden kann. Auch “schwarz auf weiß” entspricht “чорно на білому”, da beide Ausdrücke Klarheit und Beweise symbolisieren (Мельник, 2020). Nicht immer ist eine direkte Übersetzung sinnvoll. Beispielsweise verliert “rot sehen” (wütend werden) als “бачити червоне” seine idiomatische Wirkung, da Rot im Ukrainischen nicht mit Wut assoziiert wird.

2. Funktionale Äquivalenz

Hierbei wird die wörtliche Bedeutung durch eine Wendung ersetzt, die dieselbe Funktion in der Zielsprache erfüllt. Beispielsweise wird “ins Schwarze treffen” mit “потрапити в яблучко” (ins Apfel treffen) übersetzt. Beide Ausdrücke bedeuten, dass jemand genau das Ziel erreicht, auch wenn die bildliche Darstellung unterschiedlich ist.

Ein weiteres Beispiel ist “blau sein” für Betrunkenheit. Da Blau im Ukrainischen diese Konnotation nicht hat, wird der Ausdruck durch “п’яний як чіп” (betrunken wie ein Stöpsel) ersetzt (Прокопенко, 2019).

3. Paraphrase

Paraphrasen werden angewandt, wenn weder direkte noch funktionale Entsprechungen existieren, insbesondere bei kulturell geprägten Wendungen. So wird “eine weiße Weste haben” (für moralische Reinheit) als “бути бездоганим з моральної точки зору” (moralisch tadellos sein) umschrieben. Ein weiteres Beispiel ist “alles im grünen Bereich”, das im Ukrainischen als “все гаразд” (alles in Ordnung) übersetzt wird. Da die Farbe Grün dort keine vergleichbare Bedeutung hat, wird die Kernaussage ohne Farbbezug wiedergegeben (Довгань, 2021).

4. Kulturelle Substitution

Diese Strategie ersetzt die Originalwendung durch eine kulturell angepasste Alternative mit ähnlicher emotionaler Wirkung. Ein Beispiel ist “die Katze im Sack kaufen”, das im Ukrainischen als “купити kota в мішку” existiert – eine wörtliche Übereinstimmung aufgrund ähnlicher kultureller Hintergründe (Іващенко, 2022). Ein weiteres Beispiel ist “grün hinter den Ohren sein” für Unerfahrenheit. Im Ukrainischen wird dieser Ausdruck durch “зелене, як трава” (grün wie Gras) ersetzt.

Vergleich einiger deutscher und ukrainischer Phraseologismen

1. “Rot vor Wut werden” → “позеленіти від злості”: Im Deutschen steht Rot für Wut, im Ukrainischen symbolisiert Grün diese Emotion.

2. “Gelb vor Neid werden” → “позеленіти від заздрості”: Gelb ist in Deutschland die Farbe des Neids, in der Ukraine übernimmt Grün diese Rolle.

3. “Schwarz sehen” → “бачити все у темних барвах”: Beide Wendungen drücken Pessimismus aus, wobei eine Paraphrase im Ukrainischen oft treffender ist.

4. “Weiße Mäuse sehen” → “бачити чудернацьке”: Eine kulturelle Substitution, da das Bild von weißen Mäusen im Ukrainischen nicht dieselbe Bedeutung hat.

5. “Das blaue Wunder erleben” → “азнайти гіркого розчарування”: Hier erfolgt eine sinngemäße Übersetzung, da Blau im Ukrainischen nicht dieselbe metaphorische Bedeutung trägt.

Die Wahl der Übersetzungsstrategie für farbliche Phraseologismen ist ein mehrstufiger Prozess, der von idiomatischen, kulturellen und emotionalen Faktoren abhängt. Direkte Übersetzungen sind nur sinnvoll, wenn die Farbsymbolik übereinstimmt, während funktionale Äquivalenz oder kulturelle Substitution vorzuziehen sind, wenn größere kulturelle Unterschiede bestehen. Paraphrasen sind ein Mittel, um die Bedeutung zu erhalten, gehen aber oft zulasten der Bildhaftigkeit.

Übersetzer müssen die Erwartungen der Zielgruppe berücksichtigen und entscheiden, ob der kulturelle Ursprung bewahrt oder angepasst wird (Прокопенко, 2019; Мельник, 2020). Ein flexibler Ansatz, der verschiedene Strategien kombiniert, ist essenziell, um eine idiomatisch und kulturell angemessene Übertragung farblicher Phraseologismen zu gewährleisten.

LITERATUR

- Глінка, Н., Америкдзе, О., & Урсул, А. (2023). Фразеологічний та нефразеологічний способи перекладу ідіоматичних одиниць з кольоровим компонентом. *Advanced Linguistics*, (11), 29–35.
- Лисиченко, Марія (2021). *Колір у міжкультурній комунікації: фразеологізми та переклад*. Чорноморська фундація.
- Огуй, Олександр Дмитрович (2017). *Українська фразеологія в міжмовних зіставленнях*. Либідь.
- Burger, H. (2015). *Phraseologie*. Erich Schmidt Verlag.
- Lüger, Heinz-Helmut (2018). *Farben in Phraseologismen und ihre konnotative Bedeutung im Deutschen und Französischen*.
- Sabban, Annette (2007). *Farbwörter und Kulturkonzepte: Übersetzungsprobleme bei farblichen Idiomen*.

LA NOCIÓN DE BIBLEÍSMO EN LAS LENGUAS UCRANIANA, ESPAÑOLA E INGLESA

Babak A. M.

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

Dirigente científico: **Bokhun N.V.**

Candidata a doctora en filología

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

No podemos negar que la literatura y cultura en general de los países europeos se basan en los textos sagrados entre otros. Así que es difícil sobreestimar la influencia de Biblia al discurso de pasado e incluso de hoy en día.

Primeramente, hay que analizar cómo se percibe la noción del “bibleísmo” en los idiomas estudiados.

La tradición ucraniana percibe “bibleísmo” como una palabra, frase o cita del origen bíblico que está comprobado (Волкова. (2001)). También este bibleísmo debe ser la parte del léxico de la lengua en cuestión y ser registrada al usarse en los textos literarios de la lengua dada. A veces también se llama “fraseologismo bíblico”. Los científicos ucranianos clasifican los bibleísmos según su origen (prebíblicos y postbíblicos), su conexión con el texto original (reflejan el texto original, tienen algo en común con él, lo citan o si es un préstamo de otros idiomas) y según su semántica (si es del significado literal y figurativo).

En la ciencia española no hemos encontrado ningún concepto parecido a la frase bíblica o expresión bíblica. Sin embargo, existe la noción de “literalismo bíblico” que también se conoce como “bibleísmo” o “fundamentalismo bíblico” que se entiende como la interpretación de los versículos bíblicos de manera clara y explícita (Wikimedia. (2011, 1 septiembre). *Literalismo bíblico*). Se entiende como el término propio sólo para conservadores cristianos. Por el versículo bíblico se entienden las frases que se encabezan por los números y existen para facilitar la búsqueda de la frase necesaria. Además, contiene el número del capítulo en

cuestión (Wikimedia. (2024, 16 abril). *Capítulos y versículos de la Biblia*). El ejemplo de un versículo: Juan 11:35.

En inglés “expresión bíblica” significa la frase extraída de los libros sagrados, ya sea prebíblica (de los idiomas griego y hebreo utilizados en Biblia), propiamente bíblica (situaciones, personajes o figuras de los libros sagrados) o postbíblica (libros de oraciones, obras de misioneros, sacerdotes, etc.). Estos pueden ser expresiones verbales, no verbales (gestos, especialmente los de adoración), expresiones de voluntad de Dios o vida de los devotos, etc. (*Expression*. (n. d.). BibleHub). No obstante, en el artículo nos concentramos en las expresiones verbales.

Para resumir, podemos decir que la noción de bibeísmose defiere en los estudios ya hechos en las lenguas en cuestión. El estudio de todas las fuentes accesibles nos permite alcanzar el entendimiento máximo posible del tema y encontrar los aspectos todavía no estudiados.

La influencia del bibeísmose diferencia dependiendo del país hasta tal grado que la expresión bíblica que existe en una lengua puede variar en otra o incluso no existir o no usarse en la tercera. El ejemplo de variación (Timoshenko V. (2015)) es la expresión “заборонений плід солодкий” que en inglés tiene la variante siguiente “theforbiddenfruitisthesweetest” y “fruta prohibida es la más dulce” en español. Vemos que la variante ucraniana solamente tiene la combinación de sustantivo y dos adjetivos con el verbo omitido como es natural para la lengua ucraniana si se trata del verbo “бути” en presente. Sin embargo, las variantes española e inglesa ya contienen el adjetivo del grado superlativo de forma analítica, la más propia y usada en ambas lenguas hoy en día. Además, los verbos “is” y “es” forman parte obligatoria de los bibeísmos respectivos.

Adicionalmente, en las lenguas estudiadas existen tales expresiones que han perdido su sentido bíblico, aunque proviniendo de un libro sagrado. Por ejemplo, la expresión “плоть і кров” tiene equivalentes en español “carne y sangre” y “flesh and blood” en inglés “крапля з відра” con equivalente español “la gota de un acetre” e inglés “a drop of a bucket”. Estos ya no añaden el matiz característico de un bibeísmo, es decir uno de solemnidad, pero sí, como es propio para un fraseologismo, añaden la expresividad a lo dicho. Al mismo tiempo el ejemplo segundo tiene la frecuencia del uso diferente en las lenguas estudiadas. Mientras que “крапля у відро” existe en ucraniano como el fraseologismo aislado, en español el diccionario RAE no tiene tal bibeísmo en la página de la palabra “gota” (*Gota*. (s. f.). Real Academia Española).

Resumiendo, cada lengua se desarrolla por su propia cuenta, sus hablantes tienen necesidades diferentes en cuanto a los recursos de su lengua. Esto se refleja en los fraseologismos. Cada lengua y ciencia que se desarrolla en esta lengua tienen su modo propio de elaboración. Al estudiar todas las fuentes posibles podemos comparar cómo han considerado e interpretado el fenómeno existente en las culturas diferentes. De los hechos mencionados concluimos que los trabajos ya escritos en ucraniano e inglés contienen clasificación más desarrollada de un bibeísmo. No obstante, esto no significa que el bibeísmo no está representado en la literatura hispana.

ЛІТЕРАТУРА

- Волков, А. (Ред.). (2001). *Лексикон загального та порівняльного літературознавства*. Золоті литаври.
- Colaboradores de los proyectos Wikimedia. (2011, 1 septiembre). *Literalismo bíblico - Wikipedia, la enciclopedia libre*. Wikipedia, la enciclopedia libre. (s. f.). https://es.wikipedia.org/wiki/Literalismo_biblico
- Colaboradores de los proyectos Wikimedia. (2024, 16 abril). *Capítulos y versículos de la Biblia - Wikipedia, la enciclopedia libre*. Wikipedia, la enciclopedia libre. (s. f.). Tomado 16 de marzo, 2025, de https://es.wikipedia.org/wiki/Capítulos_y_versículos_de_la_Biblia
- Expression. (n.d.). BibleHub. <https://biblehub.com/topical/e/expression.htm>
- Real Academia Española. (s. f.). Gota. En *Real Academia Española*. <https://www.rae.es/tdhle/gota>
- Timoshenko, V. (2015). The concept of biblical expression in modern linguistics. *Вісник Карагандинського університету*, 3(79), 15–18

MULTIMODAL CONSTRUCTION OF AXIOLOGICAL DOMINANTS IN UKRAINIAN WAR DISCOURSE: VERBAL AND VISUAL CODES

Bartosh A. I.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Izotova N. P.**

Doctor of Sciences (Philology), Professor

Kyiv National Linguistic University

The contemporary Ukrainian war discourse is a dynamic realm that makes linguistic and visual elements interact to construct and convey axiological dominants, value-laden concepts that shape national identity, public perception, and international support. The multimodal approach to discourse analysis allows for a comprehensive examination of how verbal and non-verbal components work together to reinforce key ideological messages (Kress & Van Leeuwen, 2006, p. 45). This work aims to explore the integration of verbal and visual codes in Ukrainian war discourse, focusing on their multimodal construction and impact on audience reception.

Core values and ideological frameworks represented through language and semiotic elements are referred to as axiological dominants in discourse (Van Dijk, 2008, p. 112). Within the framework of war discourse, these dominant themes emerge through stories of resistance, unity, heroism, and victimhood, deliberately used to influence public opinion (Machin, 2013, p. 78). The multimodal dimension of this discourse includes textual, visual, and paralinguistic elements such as images, typography, and layout, which contribute to the reinforcement of these values (Bateman, 2014, p. 56).

A prominent aspect of Ukrainian war discourse is the interaction between historical memory and the current conflict (Wodak & Meyer, 2015, p. 98).

Invoking past conflicts and national heroes is a common way to foster a sense of continuity and resilience. This approach enhances the emotional impact of the discourse, increasing its persuasiveness for both domestic and international audiences. Additionally, incorporating symbols like the Ukrainian flag, military emblems, and culturally significant designs reinforces message recognition and strengthens collective identity (Baldry & Thibault, 2006, p. 132).

To illustrate this phenomenon, let us consider the following excerpt from an official Ukrainian government statement published in the article *Russia Invaded Ukraine. Why Does This Matter to the World?*: “*The **outcome of this war** will determine what path human history is taking from now on. Are we back to the world, where it is possible **to invade an independent country** – and still have a seat on the table? **Where military power is the only argument that matters? Where genocide can be committed without any substantial consequences?***” (War.Ukraine.ua, n.d.)

This passage is rich in rhetorical questions, which provoke thought and emphasize the severity of the situation. By presenting questions that lack clear answers, the text compels the reader to reflect on the broader implications of the war and the role of global governance in addressing such crises (Van Dijk, 2008, p. 193).

The article also incorporates numerous images of destroyed buildings, deceased civilians, mutilated bodies, and scorched fields. These visuals serve as stark reminders of the brutality of war, reinforcing the gravity of the situation. The linguistic structure highlights collective struggle and shared responsibility, while the visual component reinforces the emotional significance of the message. The multimodal interaction between text and image serves to construct a powerful axiological dominant: Ukraine as the defender of democratic values (Kress & Van Leeuwen, 2006, p. 102).

The effectiveness of multimodal discourse in wartime communication stems from its capacity to evoke emotional responses while providing clear, persuasive narratives (Van Dijk, 2008, p. 87). The strategic combination of text, imagery, and layout choices ensures that the message reaches diverse audiences, from Ukrainian citizens to international policymakers. In particular, social media platforms amplify these messages by enabling engagement and interaction with global audiences.

Analyzing the interplay between verbal and visual codes in Ukrainian war discourse reveals a strategic effort to appeal to both domestic and international audiences. The combination of emotionally charged language and evocative imagery amplifies the persuasive effect of the discourse, reinforcing national identity and fostering global solidarity.

BIBLIOGRAPHY

- Baldry, A., & Thibault, P. J. (2006). *Multimodal transcription and text analysis: A multimedia toolkit and coursebook*. Equinox.
- Bateman, J. A. (2014). *Text and image: A critical introduction to the visual/verbal divide*. Routledge.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). Routledge.
- Machin, D. (2013). *Introduction to multimodal analysis*. Bloomsbury.

- Van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and power*. Palgrave Macmillan.
- Wodak, R., & Meyer, M. (Eds.). (2015). *Methods of critical discourse studies* (3rd ed.). SAGE.
- Ukraine's Fight for Freedom: *Russia Invaded Ukraine. Why Does This Matter to the World?* (n.d.). *War.Ukraine.ua*.
<https://war.ukraine.ua/russia-invaded-ukraine-why-does-this-matter-to-the-world/>

LES PARTICULARITÉS LINGUISTIQUES DE L'ANCIEN FRANÇAIS: L'ANALYSE DU TEXTE "LA CANTILÈNE DE SAINTE EULALIE"

Bezchanko V. E.

Université nationale linguistique de Kyiv

Directrice scientifique: **Sydelnykova L. V.**

Docteure ès sciences philologiques, professeure HDR

Université nationale linguistique de Kyiv

Les cantilènes sont des chansons qui doivent leur nom à la lenteur mélancolique avec laquelle elles sont chantées. Ces textes contenaient généralement des thèmes religieux, qui étaient également populaires dans la littérature. Toutefois, il convient de noter que ces chansons étaient également inspirées par la guerre. Il s'agit à la fois de récits de batailles épiques pour la victoire et de chansons tristes pleurant la mort des héros. La cantilène a popularisé les événements par le biais d'une poésie simple, mais elle s'est ensuite transformée en une version idéalisée et déformée des faits historiques et n'a que rarement décrit les aspects réels de situation. La cantilène est devenue la base de nombreuses romances épiques ou chansons de geste, qui étaient des œuvres littéraires importantes du Moyen Âge (Bevard, 2017, p. 12).

La cantilène de sainte Eulalie est un texte religieux qu'on appelle aussi l'hymne religieux. En 1837, elle a été retrouvée dans un manuscrit qui contenait d'autres chants en latin. Ce texte est actuellement conservé à la bibliothèque municipale de Valence. Il a en fait survécu en français, dans le dialecte picard-wallon. La question de la "paternité" a intéressé de nombreux chercheurs, et les discussions à ce sujet se poursuivent encore aujourd'hui. Cependant, l'auteur reste inconnu. Récemment, des idées ont émergé. En raison de la structure musicale du texte, on pense que l'auteur est Huckbald de Saint-Amand (vers 760-850), un compositeur. Le texte raconte l'histoire d'une jeune fille de treize ans qui refuse de renoncer à sa foi. Il convient de noter qu'à cette époque, les chrétiens étaient persécutés par les empereurs romains. La jeune fille a courageusement accepté sa mort (Biederman-Pasques, 2023).

L'analyse linguistique de ce texte témoigne de plusieurs tendances importantes dans l'histoire de la langue française à l'époque du Moyen Âge. Voici quelques-unes:

Les traces de la déclinaison des noms et des adjectifs en ancien français:
 "Buona pulcelle fut Eulalia" – Buona (bon) est un adjectif qualifiant "pulcelle" (jeune fille), qui est un nom féminin. Selon les règles fournies, les noms féminins

en ancien français se terminent par “e” au singulier et “es” au pluriel, sans différence de cas. “Eulalia” est un nom propre, le nom de la jeune fille.

L’emploi de pronom démonstratif ille, illa: Le latin utilisait des pronoms démonstratifs comme *ille, illa* (ce, cette) pour désigner un objet spécifique (Сидельникова, & Кагановська, 2004, p. 54). Ces pronoms ont progressivement pris la fonction d’articles définis, marquant le genre (masculin/féminin) et le nombre (singulier/pluriel). *Voldrent la veintre li Deo inimi*: Ici, *li* est un pronom personnel qui remplace l’article défini *le* et il apparaît avant *Deo* (Dieu). L’article défini ici est issu de la transformation du pronom démonstratif *illē* en un article marquant le nom spécifique (*ici, Deo*).

Le développement des pronoms personnels: Les pronoms personnels dans le texte sont d’origine latine. Les pronoms *je, tu, nous, vous* proviennent des formes latines *ego, tu, nos, vos* (ibid., p. 43). Cependant, les pronoms de la 3e personne *il* et *elle*, proviennent des pronoms démonstratifs latins *ille, illa*, mais ils conservent une distinction de genre. “*Elle non eskoltet les mals conselliers*”: le pronom *elle* provient de *illa* en latin, marquant le genre féminin. “*Voldrent la veintre li Deo inimi*”: le pronom *li* pourrait être une contraction ancienne de *ille*, qui se transforme en le en français moderne, marquant une référence à Dieu.

La naissance de l’imparfait de l’indicatif: “*Elle colpes non avret*”: cette phrase montre une forme verbale similaire à l’imparfait de l’indicatif, notamment avec *avret*, qui est une variation ancienne de *avait* (imparfait de verbe avoir).

La transformation de certains verbes intransitifs en transitifs. Ce phénomène est visible dans le passage suivant “*elle non eskolter*” (*elle ne suit pas*), dans lequel “*eskolter*” est une forme ancienne du verbe “écouter”, montre une évolution du verbe du transitif au sens factitif (avec un complément).

L’ordre des mots est plus souple: l’ordre des mots en ancien français est moins rigide qu’en français moderne. Par exemple, dans “*Voldrent la veintre li Deo inimi*”, l’ordre des mots suit une structure qui rappelle l’influence du latin, avec le verbe en premier (“*Voldrent*”), suivi de l’objet direct (“*la veintre*”), puis le sujet (“*li Deo inimi*”). Cela montre que l’ancien français conservait des éléments de la flexibilité syntaxique du latin, où le verbe pouvait précéder l’objet et le sujet.

L’analyse du texte “*La cantilène de sainte Eulalie*” permet de retracer les particularités de l’ancien français qui s’est développé en s’éloignant progressivement du latin. Sur le plan grammatical, l’ancien français se caractérise par une plus grande souplesse par rapport au latin. L’ordre des mots devient libre. Tout cela pour s’adapter aux réalités de l’époque. Par exemple, dans la phrase “*Voldrent la veintre li Deo inimi*”, l’ordre des mots ne correspond pas à la structure stricte du latin, où le sujet est en début de phrase. Il convient également de noter l’évolution des articles à partir des pronoms latins “*ille*”, “*illa*”, “*illud*”. Ils étaient utilisés comme pronoms, mais au cours de leur évolution, ils ont perdu cette fonction et sont devenus des articles. De nouveaux temps, comme l’imparfait, qui n’existaient pas dans le latin classique, apparaissent également. Cela nous permet d’être plus précis quant au moment où une action a eu lieu et de diversifier la langue en général. Ainsi, l’analyse du texte “*La Cantilène de sainte Eulalie*” nous a permis de mieux étudier l’ancien français et de retracer les étapes de son évolution à travers différents aspects.

RÉFÉRENCES

- Сидельникова, Л. В., & Кагановська, О. М. (2004). *Практикум з історії французької мови: Навчальний посібник*. Видавничий центр КНЛУ.
- Bevard, R. (2017). *La cantilène de sainte Eulalie*. Le Harmattan.
- Biederman-Pasques, L. (2023). Approche de système graphique de la séquence de sainte Eulalie. *La linguistique*, 39 (1), 3–34.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/600445.pdf>

MEDICAL TERMINOLOGY AND ITS TRANSLATION CHALLENGES (BASED ON THE MATERIAL OF THE TV SERIES “HOUSE”)

Bezpalko O. O.

Kyiv National Linguistic University

Research supervisor: **Melko Kh. B.**

Candidate of Philology, Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

Medical terminology is an integral part of the medical discourse and is essential to the healthcare industry, enabling clear and efficient communication between doctors, pharmacists, scientists and patients. Medical translation is regarded as one of the most complex types of translation. Adequate rendering of medical terms is extremely important, as inaccuracy can lead to serious consequences, such as misdiagnosis or miscommunication between medical professionals, etc. Modern medical terminology includes a large number of abbreviations, acronyms, eponyms and words of Greek or Latin origin, which create certain difficulties for translators working with medical discourse texts.

One of the inherent characteristics of medical language is the frequent use of abbreviations and acronyms. Translation of such terms is one of the most challenging aspects of the process, as in order to translate them adequately, the translator must possess a considerable amount of information related to human health and healthcare overall.

To illustrate this, the following line of the main character of the TV series “House” (2004) in the second episode of the first season is an excellent example. *We did a CT, MRI, CBC, CHEM-7 and chest X-ray. All the tests came back normal.* – Ми зробили КТ, МРТ, ЗАК, CHEM-7 та рентген грудної клітки. Всі аналізи були в нормі. The analysed sentences contain several abbreviations and the acronym. Abbreviations *CT*, *MRI*, *CBC* are translated as ‘КТ’, ‘МРТ’, ‘ЗАК’ in the target language. In order to translate such abbreviations, it is necessary to find the full form of the term in the source language and render each part separately. For instance, the full form of the term *CBC* is *complete blood count* which translates as ‘загальний аналіз крові’. Accordingly, the term in the target language will appear as ‘ЗАК’. The acronym *CHEM-7* does not change its form in the target language. Karwacka (2015) notes that English acronyms are widely used in other languages by both

doctors and patients, particularly when there is no established equivalent in the target language (Karwacka, 276, 2015).

Eponyms represent a large part of medical terminology and can be a source of translation problems, as the correspondence between eponyms in the source and target languages does not guarantee that both source and target terms will be eponymous, although in some cases they are (Ageicheva & Rozhenko, 2, 2019).

A vivid example of the term and its equivalent being eponymous is the term used in the dialogue between House, M. D. and his colleagues from season 4, episode 7 in the TV series “House” (2007). *Too bad you guys are going for a theatrical release, vomiting blood would have made a great act-out. Likely causes? Mallory-Weiss tear* – Шкода, що ви це потім виріжете. Блювання кров’ю було б неймовірним видовищем. Можливі причини? Синдром Маллорі-Вейсса. The word *tear* in the source language term means ‘розрив’, while in the Ukrainian equivalent the word ‘синдром’ is used which is more common in Ukrainian medical practice. This example illustrates a case where both the source and target language terms are eponymous which simplifies translation process but requires choosing the appropriate option according to the terminological norms of the target language.

Another characteristic feature of medical terminology is the widespread use of words of Greek and Latin origin. Although English is now regarded as the lingua franca of medical discourse, the vast majority of Greek and Latin terminology is still the base of the contemporary medical language (Behdai & Gudkova, 281, 2024).

By way of illustration, the following line of the protagonist in the TV series “House” (2004) in the second episode of the first season is a great example of the use of Latinisms in the medical discourse text. *Take a close look at the corpus callosum* – Уважно подивіться на мозолисте тіло. It is worth mentioning that this is just one example, and taking the material of this series as a basis, one can find many Greekisms and Latinisms even within the same episode.

The semantic features of subject field vocabulary include equivocality and the absence of synonyms however the terminology of medical discourse is characterised by polysemy and synonymy which can result in certain difficulties in translation process (Karwacka, 276, 2015). The following dialogue in the third episode of the first season in the TV series “House” (2004) is a great example of synonymous terms in medical discourse. *What if the low blood pressure is causing the abdominal pain? Viral heart infection. The intestines aren’t getting enough blood, and the result is belly pain.* – Якщо низький тиск спричиняє біль у животі? Вірусна серцева інфекція. Кишечник не отримує крові, і в результаті виникає біль у животі. Both terms *abdominal pain* and *belly pain* refer to the same medical condition and are translated as ‘біль у животі’.

To summarise, medical terminology constitutes a large part of the medical discourse vocabulary. Abbreviations, acronyms, eponyms, words of Greek and

Latin origin, as well as polysemy and synonymy of terms, pose challenges when translating medical terms.

BIBLIOGRAPHY

- Ageicheva, A. O., & Rozhenko, I. V. (2019). Medical texts translation peculiarities. "Young scientist", 5.1 (69.1). Retrieved from https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PolitN-TU/7182/1/%D0%90%D0%B3%D0%B5%D0%B9%D1%87%D0%B5%D0%B2%D0%B0_5.1_69.1_2019.pdf
- Behdai, A., & Gudkova, N. (2024). Challenges in translating medical terminology: a comprehensive analysis of English-Ukrainian pharmaceutical texts. *International scientific journal "Grail of Science"*, 37. Retrieved from https://er.knuid.edu.ua/bitstream/123456789/26094/1/Article_Behdai_Gudkova.pdf
- Karwacka, W. (2015). "Medical Translation". In Ł. Bogucki, S. Goźdz-Roszkowski, P. Stalmaszczyk (Eds.), *Ways to Translation*. (pp 271–298). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Shore, D. (Executive Producer). (2004–2012). *House* [TV series]. Fox Broadcasting.

MEANS OF DENOTING STATEHOOD IN INAUGURAL SPEECHES OF AMERICAN PRESIDENTS

Bohdan A. A.

Kyiv National Linguistic University
Scientific supervisor: **Potapenko S. I.**
Doctor of Sciences (Philology)
Kyiv National Linguistic University

Presidential inaugural addresses, which express the vision and values of the incoming administration, are significant for any democratic country, especially for the United States. As historic moments of transition, these speeches serve to unify the nation and reaffirm its foundational principles. The primary purpose of inaugural addresses is to outline the President's goals and set the tone for the incoming administration (Kirschner, 2025).

The term *statehood* is central to American inaugural speeches. It can be analyzed through its linguistic expressions and underlying political concepts. According to Collins Dictionary, statehood is defined as *the condition of being an independent state or nation* (Collins, 2025). Similarly, the Cambridge Dictionary defines statehood as *the condition of being a country or a part of a larger country that has its own government* (Cambridge Dictionary, 2025). Both definitions emphasize that statehood is characterized by political independence, as well as institutional governance. The key words in these definitions are *state*, *government*, and *country*.

In its turn, the term *state* denotes one of the constituent units of a nation having a federal government (Merriam-Webster, 2025). This linguistic unit serves as a

cornerstone for understanding the American federal system. In contrast, the unit *country* refers to an area of land that forms an independent political unit with its own government (Cambridge Dictionary, 2025). The word *government* is defined as *the body of persons that constitutes the governing authority of a political unit or organization* (Merriam-Webster, 2025). Together, linguistic units *state*, *country*, and *government* emphasize two fundamental features of statehood: sovereignty, represented by the key words *country* and *state*, and governance indicated by the unit *government*, respectively.

The most accurate matches for the word *state* are *land*, *federation*, and *republic* (Thesaurus 2025). The unit *land* refers to the territory distinguishable by boundaries or ownership (Merriam-Webster, 2025). In accordance with Collins, the unit *federation* denotes the act of uniting or forming a union of states. This word emphasizes the cooperative relationship between all 50 states in the US while maintaining a shared central government. Meanwhile, the term *republic* describes a form of government in which the people or their elected representatives possess the supreme power (Collins, 2025). Based on their definitions, these synonyms highlight another crucial aspect of American statehood: its territorial and governmental structure.

The second keyword is *government*. It is defined as *the body of persons that constitutes the governing authority of a political unit or organization* (Merriam-Webster, 2025). Its closest synonyms are *authority* and *power*. Among these synonyms, we also find the word *presidency* (Thesaurus, 2025). This noun is not the closest synonym, but it is also a strong match. The unit *presidency* explicitly highlights the executive role within a government, referring to *the American governmental institution comprising the office of president and various associated administrative and policymaking agencies* (Merriam-Webster, 2025). This term highlights the authority and responsibilities vested in the president and his office. Both linguistic units – *authority* and *power* – describe the power to control or demand obedience from others (Cambridge Dictionary, 2025). These synonyms are essential in relation to *government* within the sphere of statehood because they outline the ways in which government operates.

The third linguistic unit that represents statehood is *country*. This term characterizes not just an area of land but all the people who live in a country (Cambridge Dictionary, 2025). However, it is more appropriate to use a broader linguistic unit – *the American people* – in the context of American presidential inaugural addresses. The notion of *American people* is rendered by three key terms: *nation*, which represents the entire population of the United States; *community*, applied to different groups within the nation; and *citizens*, which refers to individuals who hold legal residency and rights within the country (Cambridge Dictionary, 2025). These units help distinguish people who live in the United States according to the size of each group. Moreover, such units are essential for presidents to use while referring to their citizens, because *the address is not only an opportunity for presidents to demonstrate an understanding of their role, but it is also an opportunity for “the people” to do the same* (Beasley, 2021).

To conclude, according to dictionary definitions, the concept of statehood can be denoted by the units of three groups: territorial, which includes the units *land*,

federation, republic; governmental, incorporating the units *presidency, power, authority*; human, depicted by the units *nation, community, citizens*. All these units reveal the complex nature of statehood, reflecting both the physical borders of the country and its political foundation. Each of these groups of units relates to a distinct aspect of statehood: territorial integrity, governmental structure, and the American people presidents refer to in their inaugurals.

REFERENCES

- Beasley, V. B. (2021). *Words Matter: What an Inaugural Address Means Now*. Vanderbilt University.
<https://www.vanderbilt.edu/unity/2021/01/15/words-matter/>
- Cambridge English Dictionary. (2025).
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/authority>
- Collins Dictionary. (2025).
<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/federation>
- Kirschner, N. (2025). Inaugural Traditions: The President's Speech. *Share America*.
<https://share.america.gov/setting-goals-through-inaugural-address/>
- Merriam-Webster Dictionary. (2025).
<https://www.merriam-webster.com/dictionary/government>
- Thesaurus. (2025). Dictionary.com.
<https://www.thesaurus.com/browse/government>

THE CONCEPT OF UKRAINIAN IDENTITY AND ITS SYMBOLIC REPRESENTATION IN THE POETIC TEXTS OF THE COLLECTION “WORDS FOR WAR”

Boichuk A.

Kyiv National Linguistic University
Scientific supervisor: **Redka I. A.**
CSc. (Philology), Associate Professor
Kyiv National Linguistic University

National Identity is a topic that provokes many discussions and, therefore, it is researched in many papers. Social anthropologist John Eidson in his article “The Concept of Identity in the Ethnology and Social Anthropology of the Nineteenth and Early Twentieth Century” demonstrates the evolution of this term from lexical and functional points of view.

Lexical part is connected with the fact that in *Identity* referred to a similarity of two things. The most important change happened when the term *Identity* gained the meaning of oneness among a group of people or things, and some distinctive features. The functional part states that the term *Identity* has many references that help to form its definition. Examining different sources, Eidson provides such examples of synonyms as spirit, character, consciousness and individuality.

In order to develop this topic, it is necessary to take into account the peculiarities of Ukrainian national *Identity*. Ukrainian historian Volodymyr Kulyk in his article “National Identity in Ukraine: Impact of Euromaidan and the War” highlights the features of modern Ukrainian society: it is unified, civic-oriented, and salient.

As this paper is devoted to symbolic representation of Ukrainian Identity, the next crucial part is to consider definition of a symbol. An American philosopher Charles Sanders Peirce created a sign theory. He proves that our thinking is sign-based. Peirce provides the classification which includes icons (sign that reflects quantitative features of an object), indexes (sign that exists in a causal link) and symbols (sign that is based on social rules, customs or conventions). Symbols may include numbers, proper names or names of objects.

In this paper, I take a close look at a representation of Ukrainian Identity with the help of symbols. Kateryna Kalytko in her poem “He writes” uses a lot of symbols to illustrate how versatile a Ukrainian person is forced to be during the war time.

*“Life is a house on the side of the road,
old-world style, like our peasant house,
divided into two parts.
In one they wash the dead man’s body and weep.
In other, they dress bride.”*

An old traditional Ukrainian peasant house is a symbol of life and connection with the past. Two-parted image symbolizes a duality of Ukrainian Identity that is caused by the war as people mourn the fallen and the next moment try to live their usual life.

Vasyl Holoborodko in a poem “The Dragon Hillfords” implies symbol of strengths and fight for freedom through the centuries.

*“All over Ukraine,
around every town and village
high walls just from the landscape,
Legend calls them serpents.”*

Serpent Walls were built in the 11th century and used as a defensive tool. It served the same function during the full scale of a Russian invasion. In this way, it became a symbol of long-term perseverance and fighting for freedom.

Serhiy Zhadan in his poem “Take Only What is Most Important” operates with symbols that reflect the Ukrainian value system.

*“Take only what is most important. Take the letters.
Take only what you can carry.”*

Letters symbolize the growing importance of language for Ukrainian society. In addition, letters stand for the connection with the past. This line demonstrates value orientation of Ukrainians because the author calls letter as the most important thing. This choice of things that have intangible value over something with material one demonstrates that the key feature of Ukrainian Identity is appreciating relationship.

In conclusion, *Identity* is a oneness among a group of people. Ukrainian Identity is developing under the impact of war such features as appreciating home and language, increasing inner and outer strengths and fighting for freedom. These qualities are represented with the help of symbols in the poems from the collection “Words for War”.

REFERENCES

- Eidson, J. (December 2019). The Concept of Identity in the Ethnology Social Anthropology of the Nineteenth and Early Twentieth Centuries – a preliminary report.
https://www.researchgate.net/publication/337832320_The_Concept_of_Identity_in_the_Ethnology_and_Social_Anthropology_of_the_Nineteenth_and_Early_Twentieth_Centuries_-_a_preliminary_rep
- Kulyk, V. (2016). National Identity in Ukraine: Impact of Euromaidan and the War.
https://www.academia.edu/26891054/National_identity_in_Ukraine_Impact_of_Euromaidan_and_the_war
- Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2022). Peirce’s Theory of Signs.
<https://plato.stanford.edu/entries/peirce-semiotics/#BasSigStr>
- Maksymchuk, O. (2017). Words for War: New Poems for Ukraine.
<https://www.wordsforwar.com/>

EL SIGNIFICADO SIMBÓLICO DE LA METÁFORA EN LOS TEXTOS DE LOS CUENTOS DE HADAS ESPAÑOLES (ASPECTO LINGÜÍSTICO Y PRAGMÁTICO)

Bomaziuk O. O.

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

Dirigente científica: **Navarenko I. A.**

Candidata a doctora en filología

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

La metáfora es un elemento literario inevitable e importante de los cuentos de hadas españoles. Además de la decoración narrativa, estas expresiones son medios efectivos para comunicar valores culturales, normas sociales e ideas abstractas de manera fácil de entender y accesibles para los niños. Las metáforas, como otros símbolos, conectan a los lectores con el mundo mágico de la historia, reflejando simultáneamente aspectos del contexto cultural y lingüístico en el que fueron creados (Lakoff & Johnson, 1980).

Las metáforas en los cuentos de hadas sirven una función importante en la construcción narrativa. Primero, aparecen en imágenes emocionales animadas que ayudan a los lectores, especialmente a los niños, imaginar conceptos abstractos o difíciles. Además, las metáforas actúan como un vínculo emocional entre los lectores y los personajes, alentando su discernimiento entre sus experiencias y desafíos.

Las metáforas de cuento de hadas español reflejan las características del entorno cultural y social de España. Los elementos naturales como la luz y la oscuridad se usan como símbolos del bien y el mal, pero adquieren matices culturales concretos. La luz representa la calidad, pero también las guías de Dios y las esperanzas de Dios, mientras que la oscuridad generalmente se asocia con peligro e ignorancia. Estos símbolos están profundamente arraigados en las tradiciones culturales españolas y son esenciales para transmitir valores éticos y morales (Cuenca, 2015).

Los animales juegan un papel importante en los cuentos de hadas y representan una propiedad humana particular a través de los fenómenos. Mientras el león simboliza el coraje y el liderazgo, el zorro encarna la desacuerda y la inteligencia. Estas metáforas enseñan a los niños lecciones importantes y las evalúan de una manera cómoda y comprensible. Además, los animales a menudo actúan como intermediarios entre humanos y mundos fantásticos, mejorando la relación entre la realidad y la ficción de la historia (Espinosa, 2018).

Las metáforas de cuento de hadas no solo enriquecen estéticamente los textos, sino que también sirven funciones prácticas en educación y comunicación. Lingüísticamente, ayuda a extender las habilidades de vocabulario y abstracción de un niño y comprender conceptos complejos a través de imágenes específicas. Desde un punto de vista pragmático, permiten una educación implícita, permitiendo a los autores comunicar mensajes educativos y morales de maneras sutiles pero efectivas.

La traducción de las metáforas en los cuentos de hadas presenta varios desafíos debido a su conexión intrínseca con el contexto cultural original. Una traducción literal con frecuencia es insuficiente para transmitir el simbolismo original y su impacto emocional. Por ejemplo, las metáforas “*camino dorado, el fuego comió mi corazón*” pueden no tener el mismo significado cultural en otros idiomas, lo que exige la adaptación creativa por parte del traductor. Los traductores necesitan una adaptación creativa. Estas estrategias deben compensar la lealtad al texto original, con la necesidad de mantener la respuesta cultural y emocional de las metáforas del lenguaje objetivo.

Además de su historia y funciones educativas, las metáforas trabajan juntas en cuentos de hadas en la formación de identidades culturales y personales de los lectores. Los valores simbólicos y distintivos de su cultura. Cuentos de hadas contribuyen a fomentar la imaginación, la empatía y la comprensión de las normas sociales (Martínez, 2020). Esta influencia trasciende la infancia, ya que las metáforas a menudo permanecen como símbolos de experiencias colaborativas en lecciones académicas y memoria colectiva.

En resumen, las metáforas en los cuentos de hadas españoles son mucho más que un recurso literario decorativo. Actúan como una relación entre las tradiciones culturales e imaginación infantiles, enriquecedor del lenguaje, práctico y simbólicamente. Su análisis demuestra la universalidad de la riqueza cultural española y los valores que se han transmitido a través de estas historias.

LITERATURA

- Cuenca, M. J. (2015). *Metáforas en el lenguaje infantil*. Editorial Lingüística Española.
- Espinosa, P. R. (2018). *El simbolismo en los cuentos de hadas españoles*. *Revista de Literatura Comparada*, 45 (2), 123–140.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press.
- Martínez, L. (2020). *La pragmática en los textos literarios infantiles*. *Lingüística y Educación*, 36 (1), 45–60.

REPRESENTATIONS OF THE IMMIGRANT EXPERIENCE IN AMERICAN LITERATURE: THEMES OF STRUGGLE, IDENTITY, AND ASSIMILATION

Boychuk P. I.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Shymchyshyn M. M.**

Doctor of Sciences, Professor

Kyiv National Linguistic University

The immigrant experience has been a recurring theme in American literature, reflecting the struggles, identity crises, and processes of assimilation faced by diverse groups. This paper explores how these themes are portrayed in two contemporary novels: “The Book of Unknown Americans” by Cristina Henríquez and “We Need New Names” by NoViolet Bulawayo.

One of the central themes in both novels is struggle. Henríquez’s “The Book of Unknown Americans” (2014) follows the lives of Latin American immigrants in the United States, revealing their economic hardships, legal challenges, and emotional turmoil as they attempt to build a new life. Similarly, Bulawayo’s “We Need New Names” (2013) presents the journey of a young Zimbabwean girl who migrates to America, highlighting the disillusionment that often accompanies the immigrant dream.

Identity is another crucial aspect of the immigrant experience explored in these novels. In “The Book of Unknown Americans”, characters struggle with cultural displacement and the pressure to assimilate while holding onto their heritage. The protagonist, Maribel, and her family grapple with language barriers, prejudice, and societal expectations. Meanwhile, in “We Need New Names”, the protagonist Darling experiences a shift in self-perception as she navigates the contrast between her childhood in Zimbabwe and her adolescence in the United States, illustrating the complexities of a fragmented identity.

Assimilation, while often perceived as a pathway to success, is depicted in both novels with ambivalence. Henríquez illustrates how assimilation can lead to a sense of loss and alienation, particularly for younger generations. Bulawayo, on the other hand, portrays the emotional and psychological toll of adapting to a

new culture, emphasizing how immigrants are often caught between two worlds—neither fully belonging to their homeland nor to their new country.

In conclusion, “The Book of Unknown Americans” and “We Need New Names” provide powerful narratives that explore the realities of the immigrant experience, shedding light on the challenges of struggle, identity, and assimilation. These novels offer readers a deeper understanding of the resilience required to navigate life in a foreign land and the lasting impact of migration on individuals and communities.

REFERENCES

Bulawayo, N. (2013). *We Need New Names*. Little, Brown, and Company.
Henríquez, C. (2014). *The Book of Unknown Americans*. Knopf.

GENRESPEZIFISCHE BESONDERHEITEN DER RECHTSTEXTEN: VERTRÄGE, URTEILE, GESETZE UND VERWALTUNGSDOKUMENTE

Brytschka M. W.

Kyjiwer Nationale Linguistische Universität
Wissenschaftliche Betreuerin: **Formanjuk O. L.**

Dozentin

Kyjiwer Nationale Linguistische Universität

Die Rechtstexte zeichnen sich durch ein hohes Maß an Präzision, verbindlichen Normen und formalem Aufbau aus. Verträge, Urteile, Gesetze und Verwaltungsdokumente sind die zentralen juristischen Terminologietypen, die jedoch aufgrund ihres kommunikativen Zwecks und ihrer rechtlichen Funktion spezifische Merkmale aufweisen. Verträge definieren das Rechtsverhältnis zwischen den Parteien, während Gesetze allgemein gültige Normen festlegen. Urteile hingegen setzen das Recht in bestimmten Fällen durch, während Verwaltungsdokumente der offiziellen Kommunikation dienen. Die Sprache dieser Dokumente ist durch Nominalstil, formelhafte Ausdrücke und syntaktische Komplexität gekennzeichnet, um Klarheit und Rechtssicherheit zu gewährleisten.

Ein Vertrag ist ein bilaterales oder multilaterales verbindliches Rechtsgeschäft, das von den Vertragsparteien im gegenseitigen Einvernehmen geschlossen wird. Die Sprache zeichnet sich durch hohe Genauigkeit, einen ausgeprägten Nominalstil und eine klare Regelungsstruktur aus. Zur eindeutigen Festlegung von Rechten und Pflichten werden häufig Modalverben in verpflichtender oder erlaubender Form wie “muss“, “darf nicht” oder “hat zu” verwendet. Zudem sind juristische Fachbegriffe sowie Formulierungen wie “unter der Voraussetzung, dass...”, “vorbehaltlich” oder “hiermit wird vereinbart” typisch. Die Satzstruktur ist oft komplex, mit langen Hauptsätzen und zahlreichen Nebensätzen, um sämtliche Bedingungen und rechtlichen Folgen detailliert darzulegen (Herberg, 2019, S. 45–67).

Die Urteile sind gerichtliche Entscheidungen, die auf Basis gesetzlicher Normen und vorgetragener Sachverhalte gefällt werden. Sie gliedern sich in eine Einleitung, die Darstellung des Sachverhalts, die Entscheidungsgründe und den Urteilstenor. Ihre Sprache ist formal, sachlich und von präziser Argumentation geprägt. Häufig werden lateinische oder fachspezifische juristische Begriffe wie *ex nunc*, *ex tunc* oder *in dubio pro reo* verwendet. Die komplexe syntaktische Struktur ergibt sich aus der detaillierten Begründung, wobei Nominalstil und Passivkonstruktionen vorherrschen (Loder, 2021, S. 89–112).

Die Verwaltungsdokumente wie Verfügungen, Bescheide und amtliche Schreiben zeichnen sich durch einen formalen und stark standardisierten Stil aus. Sie enthalten festgelegte Formulierungen, die Neutralität und Autorität vermitteln, da sie von einer hoheitlichen Institution stammen. Die Verwendung des Passiv- und Nominalstils reduziert die persönliche Verantwortung des Verfassers und unterstreicht den offiziellen Charakter des Dokuments. Der inhaltliche Aufbau folgt in der Regel einem festen Schema aus Einleitung, Begründung und Rechtsfolge (Baun, 2018, S. 67–92).

Die Gesetze sind normative Texte mit allgemein verbindlichen Regelungen, die eine unpersönliche, präzise und standardisierte Sprache nutzen. Feste Formulierungen und eindeutige Begriffsdefinitionen wie “ist verpflichtet” oder “hat Anspruch auf” minimieren Interpretationsspielräume und gewährleisten Rechtssicherheit (Röhl, 2020, S. 123–145). Charakteristisch sind Fachterminologie und standardisierter Satzbau. Die hierarchische Struktur mit Paragraphen und Absätzen sorgt für Übersichtlichkeit und ermöglicht eine systematische Analyse. Jeder Paragraph behandelt einen abgegrenzten Sachverhalt und ermöglicht so eine systematische Analyse (zit. nach Grundgesetz für die Bundesrepublik, 2022). Ihr normativer Charakter zeigt sich in der Festlegung von Rechten und Pflichten, die sprachlich durch Modalverben wie “sollen” und “dürfen” gekennzeichnet sind.

Die Dynamik der Rechtssprache zeigt sich in ihrer zunehmenden Internationalisierung und Digitalisierung. In einer globalisierten Welt werden Gesetze und Rechtsdokumente häufig in mehreren Sprachen verfasst oder übersetzt, insbesondere im europäischen Recht. Digitale Plattformen wie “gesetze-im-internet.de” und nationale Rechtsinformationssysteme erleichtern den Zugang zu aktuellen Rechtstexten und fördern die Transparenz. Ein weiteres Merkmal der modernen Rechtssprache ist ihre ständige Anpassung an gesellschaftliche, wirtschaftliche und technologische Entwicklungen (zit. nach Bürgerliches Gesetzbuch, 2024).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Rechtssprache nicht nur der Vermittlung von Rechtsinhalten dient, sondern auch die Grundlage für Rechtssicherheit, Normenklarheit und systematische Rechtsanwendung bildet. Präzise Formulierungen und eine klare Struktur gewährleisten Rechtssicherheit und normgerechte Rechtsanwendung. Der enge Zusammenhang zwischen Sprache und Recht macht ein vertieftes Verständnis der Mechanismen der Rechtssprache gerade im Hinblick auf die globalen und digitalen Entwicklungen unabdingbar.

LITERATUR

- Baun, S. (2018). *Verwaltungssprache und ihre Besonderheiten*. Juristische Verlagsgesellschaft.
- Herberg, D. (2019). *Rechtssprache und ihre Funktion*. Rechtswissenschaftlicher Verlag.
- Loder, K. (2021). *Juristische Textsorten im deutschen Recht*. Recht & Sprache Verlag.
- Röhl, H. (2020). *Gesetzessprache im Wandel*. Nomos Verlagsgesellschaft.
- Bürgerliches Gesetzbuch (2024, Juli 6).
<https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/BJNR001950896.html>
- Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland (2022, December 12).
<https://www.gesetze-im-internet.de/gg/BJNR000010949.html>

TRANSLATION PECULIARITIES OF MILITARY PSYCHOLOGY TERMS

Bublyk A. A.

Kyiv National Linguistic University

Research Supervisor: **Koziarevych-Zozulia L. V.**

Candidate of Philology Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

Importance of translating terms of military psychology arose recently in comparison with outbreak of its necessity that emerged in the ancient times. First mentions of psychology aspect in military sphere were discovered in ancient texts of Plato, who vividly described the way Spartiates were trained. (G. R. Maistroianni, 2022). J. H. Laurence, M. D. Matthews, G. R. Maistroianni, J. A. Ralph, M. T. Sammons, J. Eid, F. Lescreve, G. Larsson and many others have studied military psychology from various points of view such as the role of this sphere in maintaining mental health of the soldiers, or its expedience in times of moral decline of military service engagement within the US Navy. (J. A. Ralph and M. T. Sammons, 2006). Translation aspect of military psychology terms became vivid for attention of linguists after World War I had ended. This shift in understanding began when the “*common condition of women*,” labeled as hysteria in the late 19th century, was recognized as linked to psychological trauma, similar to the experiences of veterans suffering from post-traumatic disorder. This recognition led to challenges in translation due to the multiple meanings of “*hysteria*” highlighting the knowledge gap in general and military psychology history. (Herman, J. L. 1998)

However, translation of military psychology terms is a research subject of a few scientists, since it was determined and believed that both general and military psychology are closely related, thus the point of translation specifically of military terminology was previously not brought to the attention. Recent research by I. V. Struk, T. H. Semyhinivska, and A. V. Sitko has explored translation peculiarities of military terminology in light of the ongoing conflict in Ukraine. They outline translation strategies for new military terms that have emerged,

such as using appropriate abbreviations, loan translations, and transcoding. They conclude that cultural aspects and the lack of direct equivalents in Ukrainian for military English terms limit the translation techniques available. (Struk I. V., Semyhinivska T. H., Sitko A. V. 2022)

A. Yiriv categorizes psychological terms based on their syntactic structure, which includes simple, derivative, complex, and word combinations. She also distinguishes terms based on structural types, from single-component to multi-component terms. While she provides further classification based on functional nature and thematic groups, the primary focus remains on how psychological terms can be differentiated linguistically. (A. Yiriv, 2021)

A. Budianskiy offers a broader classification of translation methods for military psychology terms. He identifies several strategies, including searching for direct equivalents, transliteration, loan translation, substitution, addition, omission, concretization, generalization, descriptive translation, and modulation. This detailed classification equips translators with more techniques to navigate the complexities of military psychological language.

Shima Ghobadi's research argues that psychological texts generally require less effort for translation, positioning them as straightforward and less culturally biased, which contrasts with Yiriv's view that culture elements complicate psychological term translations. O. Push and N. Hasiyk categorize military terms according to translation complexity, identifying three groups: terms that match foreign realities in the target language, terms that lack fully corresponding equivalents, and terms without any proper or approximate equivalents, recommending various translation techniques based on the complexity of each situation. (S. Ghobadi, 2012)

K. Yaitska categorizes psychological terms based on their frequency of use, distinguishing between general scientific, cross-scientific, specific terminology, and single-purpose terms, while also considering their morphemic structure. Yaitska emphasizes that the most challenging translations involve complex, field-specific terms, which require deep psychological knowledge and may need techniques like loan translation or transliteration to convey their specific meanings. (K. Yaitska, 2014)

Overall, translation aspect of military psychology terminology is currently only being studied and requires more patterns for classification and structural and semantic differentiations being presented by new upcoming studies.

REFERENCE

- Herman, J. L. (1998). Trauma and recovery: [from domestic abuse to political terror]. Pandora.
- Mastroianni G. R. (2022). History and Development of Military Psychology. A. Sookermany (ed.), Handbook of Military Sciences, doi: https://doi.org/10.1007/978-3-030-02866-4_55-1
- Ralph J. A., Sammons M. T. (2006). Future Directions of Military Psychology. In Kennedy C. H. and Zillmer E. A. (Ed.) *Military Psychology. Clinical and Operational Applications* (p. 371–383). The Guilford Press

- Struk I. V., Semyhinivska T. H., Sitko A. V. (2022) Formation and Translation of Military Terminology. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 33(72), 29–32.
<https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.2-2/05>
- Юрив А. (2021) Англomовна психологічна термінологія: структурно-семантичний та перекладацький аспекти. *Магістерський науковий вісник*, 36, 89–91.
- Будянський А. І. (2018), Особливості перекладу українською мовою англomовної термінології у галузі психології. ХНУ ім. В. Н. Каразіна.
- Ghobadi S. (2012). The challenges of psychological texts translation. *Intercontinental Journal of Educational Research*, 2(2), 1–4.
- Яіцька К.А. (2014). Особливості перекладу психологічний термінів англійською мовою. *Матеріали міжнародної НПК курсантів та студентів НУЦЗ*, 379.

CARACTÉRISTIQUES FONCTIONNELLES DES ABRÉVIATIONS DANS LES MÉDIAS FRANÇAIS CONTEMPORAINS

Buhaiova Y. S.

Université Nationale Linguistique de Kyiv

Directrice scientifique: **Krombet O. V.**

*Candidate en sciences philologiques, maître de conférences
Université Nationale Linguistique de Kyiv*

Dans le monde, caractérisé par la rapidité de la communication et la surabondance d'informations, les médias doivent transmettre des messages clairs, courts et efficaces. Dans ce cas les abréviations s'imposent comme des outils essentiels de la communication médiatique. Loin de se réduire à de simples diminutions de mots, elles répondent à des besoins stratégiques de simplification, rapidité et efficacité, tout en reflétant les évolutions sociales, culturelles et technologiques de leur époque. Elles deviennent ainsi de véritables marqueurs identitaires et fonctionnels du discours médiatique contemporain.

Tout d'abord, il convient de souligner la diversité des formes d'abréviations utilisées dans les médias, chacune jouant un rôle spécifique selon le contexte. **Les acronymes** comme "OTAN" ou "ONU" et **les sigles** tels que "SNCF" ou "RATP" confèrent un ton formel et institutionnel, notamment lorsqu'il s'agit de traiter des sujets officiels ou internationaux (Dodet, 2024; Ranc, 2024). À l'inverse, **les abréviations contractées**, comme "tél." pour "téléphone" ou "pub" pour "publicité", ainsi que **les formes phonétiques** ("QR" pour "Quick Response") et **mixtes** ("info" pour "information", "éco" pour "économie"), permettent une communication plus fluide, rapide et accessible, particulièrement adaptée aux formats numériques et aux réseaux sociaux (ibid., 2024). Ainsi, selon qu'ils visent un public large ou spécialisé, les médias optent pour l'une ou l'autre forme d'abréviation, conciliant à la fois l'efficacité informationnelle et la stratégie de communication.

Par ailleurs, le contexte de l'utilisation des abréviations influence largement leur forme et leur fonction. Dans les domaines institutionnels, techniques ou scientifiques, les abréviations visent avant tout la précision et la normalisation. Des sigles comme "OMS" ou "HTML" standardisent la communication entre experts et garantissent une cohérence terminologique (ibid, 2024). En revanche, dans les médias, la priorité est donnée à la rapidité de transmission et à l'attractivité du message, en particulier dans les contenus destinés au web et aux réseaux sociaux. C'est ainsi que des expressions telles que "LOL" ou "MDR" s'imposent pour véhiculer, en quelques lettres, des émotions ou réactions. Ce phénomène montre que l'usage des abréviations est étroitement lié au contexte social et culturel, reflétant les pratiques langagières des différentes générations et la tendance à l'internationalisation, comme en témoignent les termes "CEO" ou "FAQ" désormais largement adoptés (Ranc, 2024).

Cependant, si les abréviations remplissent des fonctions essentielles, leur usage massif est confrontée à quelques problèmes et limites. L'un des principaux défis est celui de la compréhension et de l'accessibilité. Certaines abréviations, notamment techniques ou celles qui sont issues de jargons spécifiques, peuvent se révéler opaques pour un public incompetent. En outre, la multiplicité des sens possibles pour une même abréviation, comme "AI", qui peut signifier "Artificial Intelligence" ou "Area of Interest" (Droit, 2024), complique parfois l'interprétation, notamment dans les contextes interdisciplinaires où les significations se croisent. Ainsi, les abréviations censées simplifier la communication, peuvent paradoxalement engendrer les ambiguïtés et les incompréhensions, surtout si elles ne sont pas définies.

Enfin, les abréviations sont le reflet des dynamiques sociales, culturelles et technologiques de leur époque. Elles témoignent de l'impact de la mondialisation, par l'adoption massive des termes internationaux comme "CEO" ou "FAQ", tout en maintenant des particularités culturelles, comme "RATP" ou "INSEE" en France (Dodet, 2024; Fay, 2024). Leur étude permet ainsi de mieux comprendre les évolutions linguistiques et la formation des identités collectives, notamment à travers les pratiques médiatiques. Elles deviennent alors des symboles d'appartenance à une communauté, qu'elle soit professionnelle, générationnelle ou nationale.

En conclusion, les abréviations dans les médias sont bien plus que de simples raccourcis: elles sont des outils linguistiques sophistiqués, au service d'une communication rapide, efficace et marquée par les enjeux de notre époque. Mais leur usage nécessite un équilibre: si elles facilitent la transmission d'informations, elles peuvent aussi générer des barrières à la compréhension. Comprendre leur rôle et leurs limites permet de mieux saisir les mécanismes de la communication médiatique actuelle et d'envisager des pratiques plus inclusives et adaptées aux publics variés.

RÉFÉRENCES

- Dodet, R., & Le Drollec, A. (2024, le 12 avril). *Elections européennes: pourquoi Raphaël Glucksmann affole ses rivaux*. Nouvelobs.
<https://www.nouvelobs.com/politique/20240412.OBS86995/pourquoi-raphael-glucksmann-affole-ses-rivaux.html>

- Droit, R.-P. (2024, le 12 avril). *“Solitude d’Israël”, de Bernard-Henri Lévy: la chronique “essai” de Roger-Pol Droit*. Lemonde.
https://www.lemonde.fr/livres/article/2024/04/12/solitude-d-israel-de-bernard-henri-levy-la-chronique-essai-de-roger-pol-droit_6227431_3260.html
- Fay, S. (2024, le 7 mars). *SNCF: la bataille du financement des investissements*. Lemonde.
https://www.lemonde.fr/idees/article/2024/03/07/sncf-la-bataille-du-financement-des-investissements_6220654_3232.html
- Ranc, A. (2024, le 2 avril). *“Travail à mort”, perdre sa vie en la gagnant*. Nouvelobs.
<https://www.nouvelobs.com/teleobs/20240402.OBS86574/travail-a-mort-perdre-sa-vie-en-la-gagnant.html>

ENGLISH INTERNET MEMES OF THE PERIOD OF RUSSIAN WAR AGAINST UKRAINE (COMMUNICATIVE AND PRAGMATIC ASPECT)

Butenko I.

Bucha lyceum no. 3, Bucha City Council

Scientific supervisor: **Tron T.**

PhD(Pedagogy), Associate Professor

In the modern information world, the Internet memes have become an important means of communication, which reflects the actual socio-political phenomena of society. In the conditions of information wars, in particular the Russian War against Ukraine, the role of Internet memes has increased significantly, transforming into an effective tool for information influence, aimed at forming general public opinions.

The analysis of communicative and pragmatic features of English Internet memes, in the context of the Russian war against Ukraine, demonstrates the variability of the dominance of communicative functions according to the correlation of periods of their publication, preserving the multifunctional nature of action, which is implemented at certain levels of organization: verbal, non-verbal, complex.

A thorough study of Internet memes, allows you to distinguish their key functional characteristics. The emotional-expressive function of the Internet meme is to provoke emotional reactions from recipients. The information and communicative function defines the semantic content of the fullness of the Internet meme. The function of social interaction contributes to the spread of the Internet meme among the communicative environment. The function of cognitive manipulation, due to the communicative features of Internet memes, is capable of influencing the perception and interpretation of the recipients of socio-political phenomena.

Thus, English Internet memes function not only as entertaining content, but also as a powerful digital rhetoric tool that affects discursive practices in the context of information confrontation.

LITERATURE

- Чернікова, О. І. (2015). Вербальний, невербальний та комплексний меми: Класифікація за способом подання та сприйняття інформації в Інтернет-середовищі (на матеріалі англomовних кіномемів). *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія*, 18(1), 151–156.
- Shifman, L. (2013). *Memes in digital culture* (2nd ed.). The MIT Press.
- Wall, T., & Mitew, T. (2018). Swarm networks and the design process of a distributed meme warfare campaign. *First Monday*.
<https://doi.org/10.5210/fm.v22i5.8290>

ÜBERSETZUNGSSTRATEGIEN UND METHODEN DER ÜBERTRAGUNG VON HEINES LYRIK INS UKRAINISCHE

Chan S. I.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Wissenschaftliche Betreuerin: **Formanjuk O. L.**

Doktorin, Dozentin

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Die Übersetzung von Heinrich Heines Lyrik ins Ukrainische stellt eine bedeutende Herausforderung dar, da sie nicht nur die inhaltliche Bedeutung der Gedichte, sondern auch deren poetische Form und emotionale Wirkung bewahren muss. Die Wahl der Übersetzungsstrategie ist dabei entscheidend für den Erfolg der Übertragung.

Die äquivalente Übersetzung ist eine der häufigsten Methoden, die darauf abzielt, die sprachliche und poetische Treue zum Original zu bewahren. Diese Methode stellt sicher, dass die Nuancen und der feine Sprachstil des Originals so präzise wie möglich in die Zielsprache übertragen werden. Besonders bei Heines Gedichten, die von Metaphern, Symbolen und Ironie geprägt sind, erfordert diese Methode eine präzise Erfassung der sprachlichen Feinheiten.

Ein Beispiel für die äquivalente Übersetzung ist Heines Gedicht “Die Loreley” (Heine, 1827). Bei der Übersetzung der Figur “Loreley” muss der Übersetzer nicht nur die mythologische Bedeutung dieser Figur im Originalkontext bewahren, sondern auch die kulturelle und literarische Bedeutung in die ukrainische Sprache übertragen.

Eine weitere Herausforderung besteht darin, dass Heines Gedichte oft komplexe historische und kulturelle Bezüge enthalten, die für das Zielpublikum möglicherweise nicht unmittelbar verständlich sind. Der Übersetzer muss daher nicht nur sprachliche, sondern auch interkulturelle Brücken bauen, um sicherzustellen, dass der poetische Gehalt des Textes im neuen Kontext nicht verloren geht. Diese Aufgabe erfordert ein tiefes Verständnis sowohl der deutschen als auch der ukrainischen Kulturgeschichte.

Eine alternative Methode ist die adaptive Übersetzung, die den Text für das Zielpublikum verständlicher macht, indem kulturelle und sprachliche Anpassungen

vorgenommen werden. Diese Methode ist besonders relevant, wenn das Gedicht kulturelle oder historische Bezüge enthält, die im ukrainischen Kontext schwer verständlich sind. Der Übersetzer muss in solchen Fällen auf lokale Traditionen oder bekannte Figuren zurückgreifen, die eine ähnliche Bedeutung wie im Originaltext haben.

Die Herausforderung bei der Übersetzung von Heines Gedichten liegt häufig darin, die Balance zwischen Präzision und Freiheit zu finden. Während einige Übersetzer den Wortlaut des Originals möglichst genau wiedergeben wollen, bevorzugen andere eine freiere Übersetzung, um die emotionale Tiefe und künstlerische Ausdruckskraft zu bewahren. Diese Entscheidung hängt von der Art des Gedichts und der Zielgruppe ab.

Ein weiteres Beispiel für diese Balance ist das Gedicht "Das Fräulein stand am Meere" (Heine, 1827), dessen romantische und zugleich ironische Tonalität eine anspruchsvolle Übersetzung erfordert. Hier könnte der Übersetzer die ironischen Elemente freier übersetzen, um die subtile Distanz zwischen der äußeren Form und der verborgenen Bedeutung besser zu vermitteln.

Ein zentraler Aspekt der Übersetzung von Heines Gedichten ist die Beibehaltung der einzigartigen Stimme des Dichters, die sowohl in der Wortwahl als auch in der Struktur der Gedichte spürbar ist. Der Übersetzer steht vor der Herausforderung, Heines persönliche Ausdrucksweise und seine literarische Originalität zu bewahren, während gleichzeitig die sprachlichen Eigenheiten der Zielsprache berücksichtigt werden.

Zusätzlich kann der Übersetzer bei der Übertragung von Heines Gedichten auf die ukrainische Sprache auf die Melodie der Sprache selbst achten. Die rhythmische Struktur des Originals, die den musikalischen Aspekt der Lyrik betont, ist in der Übersetzung ebenfalls von Bedeutung. Es gilt, den klanglichen Fluss zu bewahren und gleichzeitig die poetische Substanz zu übertragen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Übersetzung von Heines Lyrik sowohl kreative Lösungen als auch Kompromisse verlangt. Der Übersetzer muss die poetische Struktur, die tiefere Bedeutung und den kulturellen Kontext des Originals berücksichtigen und gleichzeitig eine sprachliche Form wählen, die im Zieltext die gleiche Wirkung erzielt. Eine gelungene Übersetzung erfordert sowohl sprachliches Können als auch ein tiefes Einfühlungsvermögen in die Welt des Dichters, um die emotionale und philosophische Tiefe der Gedichte zu bewahren.

LITERATUR

Білоус, О. М. (2002). Характер der Äquivalenzbeziehungen in der Translation. *Вісник Сумського державного університету. Серія "Філологічні науки"*, 4. 35–38.

Білоус, О. М. (2013). *Теорія і технологія перекладу*. Доступ онлайн https://cusu.edu.ua/images/download-files/inmov/posibniki/%D1%82%D0%B5%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F_%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D1%83.pdf

Heine, H. (1827). *Buch der Lieder*. Brockhaus.

DEUTSCHKENNTNISSE, DIE VON FLÜCHTLINGSKINDERN IN DEUTSCHLAND WÄHREND DER UMFASSENDE INVASION IN DIE UKRAINE ERWORBEN WURDEN: SOZIO-LINGUISTISCHER WERT

Chepurna M. O.

Akademisches Lyzeum Putriwka im Gebiet Kyjiw

Wissenschaftliche Betreuerin: **Aza O. O.**

Akademisches Lyzeum Putriwka im Gebiet Kyjiw

Im Jahr 2022 waren aufgrund der umfassenden Invasion Russlands in die Ukraine Millionen von Ukrainern gezwungen, Schutz im Ausland zu suchen, insbesondere in Deutschland. Unter ihnen befanden sich zahlreiche Kinder, die sich in das deutschsprachige Bildungssystem integrieren mussten und die Möglichkeit erhielten, die deutsche Sprache zu erlernen. Nach der Rückkehr in die Ukraine sind ihre erworbenen Sprachkenntnisse jedoch durch das Fehlen eines sprachlichen Umfelds und die begrenzte Praxis der deutschen Sprache im Alltag vom Vergessen bedroht. In diesem Kontext stellt sich die Frage nach der Bewahrung und Weiterentwicklung der erworbenen Kenntnisse besonders dringlich.

Die Analyse der Erfahrungen geflüchteter Kinder beim Erwerb einer Fremdsprache in Deutschland ermöglicht die Identifizierung der wichtigsten Faktoren, die zu einem effektiven Spracherwerb im sprachlichen Umfeld beitragen. Dazu gehören der kulturell-adaptive, der sozial-psychologische und der kompetenzbasierte Faktor, von denen jeder die Kommunikation mit Muttersprachlern und die Schaffung einer psycho-emotionalen Bindung umfasst.

Gleichzeitig ist die Bewahrung und weitere Nutzung der erworbenen Deutschkenntnisse nach der Rückkehr in die Ukraine von großer Bedeutung. Studien zeigen, dass die Dynamik des Sprachverlusts vom Alter des Kindes, dem erreichten Sprachniveau und den Möglichkeiten zur weiteren Praxis abhängt. Jüngere Kinder verlieren ihre Sprachfähigkeiten schneller, wenn keine Unterstützung erfolgt, während Jugendliche, die strukturierte Kenntnisse erworben haben, ihr Sprachniveau durch zusätzliche Aktivitäten aufrechterhalten können.

Die während des Aufenthalts in Deutschland erworbenen Deutschkenntnisse haben nicht nur eine persönliche, sondern auch eine soziokulturelle Bedeutung. Sie tragen zur Stärkung der Beziehungen zwischen der Ukraine und Deutschland bei, fördern Investitionen, wissenschaftlichen Austausch und kulturelle Zusammenarbeit. Darüber hinaus ermöglicht die Verfügbarkeit zweisprachiger Fachkräfte die Integration fortschrittlicher europäischer Ansätze in verschiedene Bereiche des gesellschaftlichen Lebens der Ukraine.

Daher ist die Bewahrung und Weiterentwicklung der Deutschkenntnisse von Kindern, die in die Ukraine zurückgekehrt sind, eine wichtige Aufgabe, die einen umfassenden Ansatz erfordert. Die Ausweitung von Bildungsinitiativen, die Organisation kostenloser Sprachclubs und die Einbindung von Freiwilligen können in diesem Prozess wirksame Maßnahmen sein, die eine weitere Anwendung der erworbenen Kenntnisse gewährleisten.

LITERATUR

- Grosjean F. Individuelle Zwei- und Mehrsprachigkeit. Handbuch Mehrsprachigkeit und Bildung / eds. Gogolin I., Hansen A., McMonagle S., Rauch D. Springer VS, Wiesbaden, 2020. P. 13–21.
- Наконечна, Л. Б. (2021). Мовне середовище як проблема наукового дослідження у контексті підготовки майбутніх учителів до професійної діяльності. Науковий вісник Ужгородського університету. *Серія: “Педагогіка. Соціальна робота”*, 1(48), 289–292.
- Пасічник О. (2023). Переосмислення вікових психологічних особливостей учнів 7–9 класів та їх вплив на оволодіння іноземною мовою. *Український Педагогічний журнал*, 4, 115–130.
- Язловицька, О. В. (2024). Роль мовного середовища на заняттях з іноземної мови. *International Science Journal of Education & Linguistics*, 3(2), 70–79.

DER GRAMMATISCHE ASPEKT DER ZWILLINGSFORMELN IM DEUTSCHEN

Cherniushok L. Y.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Kulyk N. D.

Doktorin, Dozentin des Lehrstuhls für deutsche Philologie

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Zwillingsformeln sind eine sprachliche Besonderheit, die in vielen Sprachen existiert, aber im Deutschen eine besonders markante Rolle spielt. Sie bestehen aus zwei lexikalischen Elementen, die meist durch eine Konjunktion (“und”, “oder”) oder seltener durch andere syntaktische Mittel verbunden sind (z. B. “wohl oder übel”, “ganz und gar”). Diese sprachlichen Konstruktionen sind nicht nur stilistisch auffällig, sondern auch grammatisch und semantisch von Interesse. Sie tauchen in der gesprochenen wie auch in der geschriebenen Sprache auf und gehören häufig zum festen Bestand der Phraseologie.

Ziel dieses Berichts ist es, den grammatischen Aspekt der Zwillingsformeln im Deutschen zu untersuchen. Dabei werden ihre syntaktische Struktur, morphologische Merkmale sowie semantische Funktionen betrachtet. Besonderes Augenmerk liegt auf den festen Strukturen dieser Formeln, die in der deutschen Sprache weit verbreitet sind. Ihre syntaktischen Muster folgen häufig bestimmten Regeln, die ihre Einprägsamkeit und Verständlichkeit erhöhen. Darüber hinaus spielt die morphologische Zusammensetzung eine wesentliche Rolle, da viele Zwillingsformeln aus Wortpaaren mit ähnlicher oder kontrastierender Bedeutung bestehen.

Zwillingsformeln oder Paarformeln sind feste Wortverbindungen, die aus zwei lexikalischen Einheiten bestehen. Diese Einheiten können aus verschiedenen Wortarten gebildet werden. Die häufigsten Kombinationen sind jedoch die, die aus den grundlegenden und am häufigsten verwendeten Wortarten bestehen, wie

Substantiv (z. B. *“Haus und Hof”, “Mann und Maus”*), *Verb* (z. B. *“kommen und gehen”, “zittern und zagen”*), *Adjektiv* (*“gut und gern”, “klipp und klar”*) und *Adverb* (*“immer und ewig”, “ganz und gar”*). Manche Wortarten können in bestimmten Kontexten austauschbar verwendet werden. Die Reihenfolge der Wörter innerhalb der Formel ist meistens festgelegt, was auf phonologische, semantische oder historische Gründe zurückzuführen ist.

Syntaktisch betrachtet treten Zwillingsformeln in verschiedenen Satzkontexten auf. Sie können als Attributive Ergänzungen (*“der ganze Kram von A bis Z”*), Prädikative Strukturen (*“Das ist fix und fertig”*), Adverbiale Bestimmungen (*“Sie hat alles klipp und klar erklärt”*), Satzteile mit koordinativer Verbindung (*“Es gibt Licht und Schatten”*). Die Konjunktion *“und”* ist dabei die häufigste Verbindung, da sie eine Gleichrangigkeit der Elemente signalisiert. Weniger häufig wird *“oder”* verwendet (*“früher oder später”, “wohl oder übel”*), das oft eine Wahl oder Gegensätzlichkeit ausdrückt. In seltenen Fällen erscheinen Zwillingsformeln auch ohne explizite Konjunktion (*“hü und hott”*).

Aus morphologischer Sicht lassen sich bei Zwillingsformeln verschiedene Phänomene beobachten. Das häufigste ist die Wiederholung und Alliteration, wobei viele Zwillingsformeln phonetische Ähnlichkeiten aufweisen, zum Beispiel durch die Wiederholung von Lauten (*“klipp und klar”, “mit Kind und Kegel”*). Ein weiteres, ebenso häufiges Phänomen sind archaische Formen. Dabei werden einige Bestandteile außerhalb dieser etablierten Phrasen kaum verwendet, z. B. *“Kegel”* in *“Kind und Kegel”* (*bump = uneheliches Kind*) oder *“Zagen”* in *“zittern und zagen”* (*Zagen = Angst haben*). Der dritte Aspekt sind die unbestimmbaren Formen: Adjektive und Partizipien bleiben oft in ihrer Grundform, auch wenn sie sich auf ein Substantiv beziehen (*“fix und fertig” statt “fixer und fertiger”*).

Die Bedeutung von Zwillingsformeln ist oft idiomatisch und kann nicht direkt aus den einzelnen Teilen abgeleitet werden. Sie können verschiedene semantische Funktionen erfüllen, die Phänomene wie Verstärkung oder Intensivierung (*“hoch und heilig” = feierliches Versprechen, “klipp und klar” = eindeutig*) oder Gegensatz oder Kontrast (*“Licht und Schatten” = positive und negative Seiten*) umfassen. Vollständigkeit oder Ausführlichkeit (*“von vorne bis hinten” = vollständig*) betont, dass etwas gründlich, detailliert oder in allen Aspekten erklärt oder ausgeführt wird und vermittelt die Vorstellung, dass etwas vollständig, lückenlos oder in seiner Gesamtheit betrachtet wird.

Viele Zwillingsformeln haben eine lange Geschichte und stammen aus dem Mittelhochdeutschen oder sogar älteren Sprachstufen. Einige sind aus der Rechtssprache entstanden (*“Hab und Gut” = gesamtes Eigentum*), andere haben ihren Ursprung in der Alltagssprache oder Dichtung (*“Saus und Braus” = im Überfluss leben*).

Besonders in der mittelhochdeutschen und frühneuhochdeutschen Dichtung wurden Zwillingsformeln häufig als stilistisches Mittel eingesetzt. Autoren wie Walther von der Vogelweide oder Martin Luther nutzten sie, um ihre Texte rhythmischer und eindringlicher zu gestalten.

Zwillingsformeln sind ein fester Bestandteil der deutschen Sprache und erfüllen sowohl grammatische als auch stilistische Funktionen. Ihre syntaktische

Struktur folgt bestimmten Mustern, während ihre morphologische Gestaltung ihre Einprägbarkeit verstärkt. Semantisch dienen sie der Verstärkung, Verdeutlichung oder Kontrastbildung. Durch ihre historische Entwicklung und stilistische Vielfalt sind Zwillingsformeln ein faszinierendes Beispiel für die Dynamik der Sprache. Ihre feste Struktur und idiomatische Bedeutung machen sie zu einem wichtigen Bereich der deutschen Phraseologie, der sowohl in der Alltagssprache als auch in literarischen und wissenschaftlichen Texten eine bedeutende Rolle spielt.

LITERATUR

- Dudenredaktion. (2016). *Duden: Grammatik der deutschen Sprache* (Band 4). Duden Verlag.
- Bierwisch, M. (2000). *Grammatik und Pragmatik der Sprache* (S. 77–80). de Gruyter.
- Hoffmann, T. (2010). *Syntaktische Aspekte der deutschen Idiomatik* (S. 134–137). Niemeyer Verlag.

FUNCTIONAL VALUE OF ADDRESSING IN MODERN ENGLISH DISCOURSE

Chorna T. A.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Berezenko V. M.**

CSc. (Philology), Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

The English language is evolving and transforming day by day, and the field of discourse and address is no different. One of the most significant aspects of this transformation is the functional role of **address**, which, apart from being a means of identification of an addressee, is also a significantly crucial linguistic tool for the establishment of social relations, the expression of politeness, and the management of discourse.

The **relevance** of this study is that it contributes to a more perceptive view of the operation of address in contemporary English discourse. By its exploration of its lexical, grammatical, and pragmatic aspects, the study sheds light on the dynamic nature of communication and how speakers adapt their language to different social contexts.

Address forms are those linguistic elements used for reference to interlocutors. They are utilized for expressing social relations, politeness, respect in communication. They can be formal or informal and reflect cultural and social norms.

Addressing serves to identify the addressee and allocate social and interpersonal relationships. It has nominative, communicative, and socio-regulatory functions, working to maintain respect and control social distance in interaction.

The use of address forms is genre- and context-specific. In **spoken discourse**, address is less prepared and more context-dependent, while in written discourse, it

is less spontaneous and more prepared. Address choice signals the level of formality and the nature of the relationship between interlocutors (Гнезділова, 2021).

In **formal communication**, address forms are extremely necessary to maintain professionalism and social status. Address forms convey the speaker's respect for the audience and provide clear lines of status. Examples include titles such as “*Mr., Mrs., Dr., and Your Honor*” (Горюнова, Стогній, 2022).

Informal forms of address, such as names, nicknames, and endearments, create familiarity and intimacy. They are frequent in everyday communication and express closeness and equality between interlocutors.

Political speeches are used to inform, inspire, reassure, criticize, promise, and persuade (Ermetova, Sabirova, 2020). They allow politicians to formulate and express political ideas and decisions, mobilize support, or influence the thinking and behavior of citizens. Political speech often uses the pronoun “*we*,” which has a tendency to create a feeling of unity between the speaker and audience, mobilize support, and emphasize common goals. “*Well, we did it. We began this journey and they said we, we and me, we didn't have a chance, but we knew we were going to win*” (CNN, 2017, 21 January).

In **business communication**, clarity and formality of address are the basis for successful communication between employees and external partners. The choice of address in emails and letter communications can affect the perception of professionalism and respect for the addressee. Using formal salutations, such as “*Dear Sir/Madam*” or “*To Whom It May Concern*,” in business correspondence ensures politeness and avoids cultural misunderstandings. Titles are also used in address, such as “*Dear Customer Service Representative*”.

Formal correspondence involves the use of formal address to maintain professionalism and clarity in communication. Addresses such as “*Dear Sir/Madam*” or specific titles such as “*Dear Professor Smith*” are commonly used, indicating respect for the addressee and compliance with social norms.

In **informal discourse**, addressees are less formal, often using shortened forms of first or last names, as well as affectionate or friendly expressions. Addressees in informal communication reflect closeness between participants and may vary depending on the context and the relationship between the interlocutors.

In **everyday conversations**, addressees are usually less formal and may include the interlocutor's first or last name without titles, which helps create a more comfortable atmosphere.

Addresses on **social media** are often even less formal, using nicknames or emojis to create a more casual atmosphere. For example, vloggers address viewers directly, using calls: “*Hey guys!*”, “*What's up, everyone?*” or even “*smash that subscribe button!*”, which stimulates audience activity. A name or nickname can act as the main form of address, reflecting the user's personality or status on the network. On Twitter or Instagram, celebrities often address fans using special names, creating a community (for example, Lady Gaga – “*Little Monsters*”, BTS – “*ARMY*”).

So, the impact of addresses on communication is vast. Addresses are utilized for expressing social relations, politeness, respect in communication and can be formal or informal, reflecting cultural and social norms alongside.

BIBLIOGRAPHY

- CNN. (2017, 21 January). *President Trump arrives at Liberty ball*. [Video]. Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=B4kSON6ha0o>
- Ermetova, J. I., Sabirova, D. D. (2020). *The Concept of Addressing in Modern English (Communicative Function)*.
- Гнезділова, Я. В. (2021). *Metacommunication in English Oral and Written Types of Discourse: The Comparative Analysis*. Retrieved from: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-143-5-2>
- Горюнова, М. М., Стогній, І. В. (2022). *Форми звертання в англomовній та німецькомовній діловій кореспонденції*. Видавничий дім “Гельветика”.

ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS Y PROCEDIMIENTOS TRADUCTOLÓGICOS UTILIZADOS EN LA TRADUCCIÓN DE LAS NOVELAS DE CARLOS RUIZ ZAFÓN “LA SOMBRA DEL VIENTO” Y “EL LABERINTO DE LOS ESPÍRITUS” AL UCRANIANO

Derkach Y. V.

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

Zaliesnova O. V.

Profesora Titular, Ph.D en Filología

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

La traducción es un complejo y polifacético proceso de comunicación intercultural que supone una adaptación lingüística, así como cultural. Es un medio de recrear el contenido del texto original en la lengua meta, preservando a la vez su integridad semántica y emocional. Para este fin se usan varias estrategias de traducción, técnicas y métodos diseñados a superar las barreras lingüísticas y culturales. El estudio de los procedimientos traductológicos es relevante particularmente cuando se trata de los textos literarios, en los que es crucial transmitir no sólo el significado, sino también las características estilísticas del autor concreto.

Un ejemplo de literatura singular de traducir es obras de Carlos Ruiz Zafón, en las cuales se mezclan diferentes géneros y que llevan una atmósfera específica. Sus novelas “La sombra del viento” y “El laberinto de los espíritus” presentan un reto para los traductores ya que contienen un vocabulario abundante y muchas referencias culturales. Este trabajo se fija en el análisis de las estrategias y procedimientos traductológicos utilizados en la traducción de estas novelas al ucraniano.

El estudio se basa en los planteamientos de I.V. Korunets (2008), un lingüista y traductor ucraniano, que ocupa de los estudios de traducción, M.S. Zarytskii (2004), un autor de diferentes publicaciones y manuales sobre lingüística, teoría y práctica de traducción, etc., Mona Baker (1992), una investigadora británica conocida por sus investigaciones sobre las estrategias de traducción, y Eugene Nida (2003), un lingüista estadounidense conocido por su teoría de la equivalencia

formal y dinámica. Sus logros en la teoría de traducción sirven de base para análisis de los procedimientos en la traducción.

A continuación, llevaremos a cabo un análisis de unos ejemplos específicos extraídos de “La sombra del viento” y “El laberinto de los espíritus”. A través de la comparación entre el texto original y su traducción, analizaremos los procedimientos traductológicos, así como el mantenimiento de la equivalencia del contenido.

En el primerejemplo se usa la modulación – una transformación más extendida en la traducción de todos los géneros de los textos: “Desgranaban los primeros días del verano de 1945...” (Zafón, 2001) – “Стояв червень 1945 року” (Сафон, 2017). El traductor reduce y modula la frase para lograr una transformación más natural y breve en ucraniano. Al usar la modulación, hay que concordar otros elementos de la frase, por lo que se usa la sustitución de la persona y el numero “desgranaban” – “стояв”.

“Els Quatre Gats quedaba a tiro de piedra de casa y era uno de mis rincones predilectos de toda Barcelona” (Zafón, 2001) – ““Ельс-Кватре-Гатс” розташовувалася у п’ятьох хвилинах ходи від нашого будинку. Це було одне з моїх улюблених місць” (Сафон, 2017). Aquí el traductor decide transmitir la expresión idiomática en una medida temporal concreta, y no usar el equivalente idiomático en ucraniano, lo que resulta más accesible para un lector. Por lo demás, se usa la división de la frase para facilitar la comprensión de la información, dividiéndola en los trozos más pequeños.

“Yo, por si las moscas, había borrado la dirección de Carax de los archivos de la editorial” (Zafón, 2001) – “...я про всяк випадок вилучила Хуліанову адресу з картотеки компанії” (Сафон, 2017). Al principio, se usa la adaptación de la frase hecha, y ya que en ucraniano no hay un equivalente directo, se utiliza una frase de estilo común con el significado correspondiente. Adicionalmente, aquí se emplea la generalización, es decir no se traduce “editorial” como “видавництво”, sino como “компанія” (significado más amplio), porque se comprende del contexto.

En el último ejemplo se usa descripción de un concepto desconocido al público ucraniano: “...durante los disturbios de la Semana Trágica...” (Zafón, 2016) – “... під час заворушень Трагічного тижня!...” (Сафон, 2018). El traductor hace una nota a pie de página, describiendo este fenómeno “Трагічний тиждень (ісп. Semana trágica) – низка антимілітаристських виступів...”. Esto ayuda al lector ucraniano entender la cultura y la situación en que se encuentra el personaje.

El análisis realizado demuestra que la combinación de diferentes estrategias y procedimientos traductológicos permite mantener un equilibrio entre la fidelidad al texto original y su comprensibilidad para un lector ucraniano. Las técnicas de adaptación cultural, modulación, descripción y demás son cruciales para la adecuada transmisión del contenido y sus rasgos estilísticos de las obras de Zafón. Este estudio contribuye a la comprensión del complejo proceso de la traducción literaria y da elaboraciones para futuras investigaciones comparativas.

LITERATURA

- Зарицький, М. С. (2004). *Переклад: створення та редагування*. Парламентське видавництво.
- Корунець, І.В. (2008). *Вступ до перекладознавства*. Нова Книга.
- Сафон, К.Р. (2017). *Тінь вітру* (І. Паненко, Пер. з англ.). CorrellianaLLC, HemiroLtd., видавництво українською мовою. Книжковий Клуб “Клуб Сімейного Дозвілля”. (Оригінал опубліковано 2001 р.)
- Сафон, К.Р. (2018). *Лабіринт духів* (О. Лесько, Пер.) CorrellianaLLC. HemiroLtd., видавництво українською мовою. Книжковий Клуб “Клуб Сімейного Дозвілля”. (Оригінал опубліковано 2016 р.)
- Baker, M. (1992). *In other words. A coursebook on translation*. Oxon. Routledge.
- Nida, E. (2003). *The Theory and Practice of Translation*. Leiden. Brill Academic Pub.
- Zafón, C.R. (2001). *La sombra del viento*. Editorial Planeta, S.A., 2006.
- Zafón, C.R. (2016). *El laberinto de los espíritus*. Editorial Planeta, S.A., 2018.

ADÄQUATHEIT BEI DER WIEDERGABE DES IDIOSTILS DES AUTORS IN DER LITERARISCHEN ÜBERSETZUNG

Derkatsch J. R.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Wissenschaftliche Betreuerin: **Formanjuk O. L.**

Doktorin, Dozentin

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Der Idiostil des Autors stellt ein Mittel dar, um die persönliche Einstellung gegenüber Dingen, Ereignissen, Phänomenen, Menschen usw. durch das Prisma der eigenen Weltanschauung auszudrücken. Das Hauptmerkmal des Idiostils ist die Individualität, da der Autor bei der Erstellung eines Textes die sprachlichen Mittel wählt, die sich am besten für den Zweck der Kommunikation eignen. Dies macht die Wiedergabe des Idiostils bei der Übersetzung von Belletristik zu einer besonders herausfordernden Aufgabe, da jeder Autor seine eigene, einzigartige Art hat, Gedanken auszudrücken.

Es lässt sich feststellen, dass die literarische Übersetzung als Schnittpunkt zweier Weltanschauungen betrachtet werden kann – die des Autors und die des Übersetzers. Dieser Prozess beinhaltet die Übertragung des ursprünglichen Stils auf den interpretierten Stil, was bedeutet, dass der Übersetzer seinen eigenen Stil an den interpretierten Stil anpasst. Aktaş und Koçak (2012) betonen, dass die Adäquatheit eines Übersetzers eng mit den sozialen Handlungen verbunden ist. Insbesondere in literarischen Übersetzungen sei es entscheidend, dass der Text der jeweiligen Epoche und Zielgruppe angepasst wird (S. 23).

Für die exakte Erfassung des Ideengehalts eines literarischen Textes ist es notwendig, die Lebens- und Arbeitsweise des Autors zu kennen. Eine kontextuelle Vertiefung des Textes ist daher unabdingbar. Dies bedeutet, dass die historische Epoche, in der der Autor tätig war, sein Umfeld sowie potenzielle Probleme bei der Erstellung des Werks zu studieren sind. Ebenso sind seine möglichen Gedanken und Erfahrungen zu berücksichtigen.

Darüber hinaus ist eine adäquate Wiedergabe des Idiostils des Autors in einem anderen Sprachsystem nur durch einen kreativen Ansatz bei der Übersetzung möglich. Die literarische Übersetzung ist daher als eine der anspruchsvollsten Übersetzungsarten zu betrachten, da sie nicht in erster Linie die exakte Übertragung des Textsinns, sondern vielmehr dessen Nachdichtung umfasst. In der Konsequenz nimmt der Übersetzer bis zu einem gewissen Maße den Platz des Autors ein und erlebt die im Werk geschilderten Ereignisse wie die Hauptfigur.

Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass dieser kreative Ansatz nicht zu einer Verfälschung der Absicht des Autors führt. Aljoschina (2019) weist darauf hin, dass eine vollständige Originalgetreue bei einer Übersetzung nicht zu erreichen ist. Die Erhaltung von Stil und Kolorit ist ein wesentlicher Aspekt der Übersetzung, da ihr Verlust die Wahrnehmung des Werkes durch den Leser beeinflussen kann (S. 55).

Der Übersetzer darf also die ästhetischen, kommunikativen und pragmatischen Komponenten des Ausgangstextes nicht verletzen, sondern muss sie korrekt an das Zielpublikum anpassen, um Sinnentstellungen und kulturelle Unterschiede zu vermeiden. Schließlich kann eine falsche Übersetzung dazu führen, dass die Individualität des Autors verloren geht und der Stil des Werks verfälscht wird.

Es sei darauf hingewiesen, dass eine adäquat übersetzte literarische Arbeit eine leicht lesbare Struktur aufweisen sollte und in ihrer Klangfarbe dem Original möglichst nahe kommen sollte. Eine adäquate Übersetzung vermittelt demnach die Bedeutung und Funktion des Originals, bewahrt dessen Genre und stilistische Merkmale bei und entspricht den allgemein akzeptierten Normen und Erwartungen des Publikums (Jablotschnikowa, 2019).

Daraus lässt sich schließen, dass die Adäquatheit der Wiedergabe des Idiostils des Autors durch eine Reihe von Kriterien bestimmt wird, zu denen die Einhaltung der stilistischen Merkmale des Originals, die Berücksichtigung des kulturellen Kontextes beider Sprachen und die genaue Wiedergabe der emotionalen Färbung des Textes gehören.

LITERATUR

- Aktaş, T., & Koçak, M. (2012). Äquivalenz, Adäquatheit und Akzeptabilität in der Übersetzung von literarischen Texten. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi – Journal of the Institute of Social Sciences*, 9, 17–27.
- Brunner, M. E. (2010). Literaturübersetzung und Interpretation – Die Suche nach dem Subtext hinter dem Text. In *Globalisierte Germanistik: Sprache, Literatur, Kultur*, 520–541.

- Альошина, М. Д. (2019). Критерії та принципи визначення адекватності відтворення ідіостилю автора в перекладі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 37(3), 54–57.
- Яблочнікова, В. О. (2019). Перекладацька адекватність та еквівалентність. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 38(1), 177–179.

SYMBOLIK UND BILDER IN SPRICHWÖRTERN UND REDEWENDUNGEN (HERZ, BLUMEN, VÖGEL)

Dorofejewa I. M.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Gamsjuk M. W.

Professor, habilitierter Doktor

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Die Symbolik und Bildhaftigkeit von Begriffen wie “Herz”, “Blumen” und “Vögel” in Sprichwörtern und Redensarten sind tief in der deutschen Kultur verwurzelt und spiegeln Werte und gesellschaftliche Normen wider. Diese Symbole vermitteln nicht nur Gefühle und Beziehungen, sondern auch kulturelle Konzepte und historische Entwicklungen.

Als Symbol für Liebe und Gefühle wird *das Herz* oft verwendet, um die Komplexität menschlicher Beziehungen auszudrücken. In vielen deutschen Sprichwörtern verweist das Herz auf innere Impulse und inneres Wissen, das sich nicht immer rational erklären lässt, wie in dem Sprichwort *Das Herz hat seine Gründe, die der Verstand nicht kennt* (“Серце має свої причини, яких розум не знає”) (Schmidt, 2024). Diese Formulierung macht deutlich, dass emotionale Entscheidungen oft nicht durch logisches Denken erklärt werden können, sondern durch tief verwurzelte Gefühle, die uns leiten. Das Herz wird also nicht nur als Organ verstanden, sondern als Quelle intensiver, unerklärlicher Gefühle, die das Verhalten in zwischenmenschlichen Beziehungen beeinflussen.

Blumen als Symbole der Liebe und Schönheit sind ein wichtiges Element des Volksglaubens. Sie werden oft verwendet, um romantische Beziehungen auszudrücken. Eine der bekanntesten symbolischen Blumen ist die Rose. Der Ausdruck *Eine Rose für die Liebe* (“Троянда для кохання”) vermittelt nicht nur das klassische Bild einer Blume als Liebessymbol, sondern unterstreicht auch die Komplexität und Vielschichtigkeit der Gefühle. Die Rose, die sowohl schön als auch zart ist, hat auch Dornen, die uns an die Schwierigkeiten erinnern, die romantische Beziehungen begleiten können. So wird diese Blume zu einer Metapher für alle Aspekte der Liebe: Sie ist nicht nur eine Quelle der Freude und Schönheit, sondern symbolisiert auch den Schmerz, die Aufopferung und die Herausforderungen, die auf dem Weg zum Glück entstehen können (Steiner, 2021, s. 63).

Vögel sind ein weiteres häufig verwendetes Symbol in deutschen Sprichwörtern über Liebe. Der Ausdruck *Zwei Vögel im selben Nest* (“*Два птахи в одному гнізді*”) weist auf Eintracht und Harmonie in der Beziehung zwischen zwei Menschen hin. Dieses Bild von Vögeln, die zusammen im Nest leben, symbolisiert Liebe und Treue, aber auch das gemeinsame Leben als Paar. *Das Nest* ist dabei ein Zeichen von Geborgenheit, Schutz und einem sicheren Raum für die beiden, in dem sie ihre Liebe und ihre Lebensreise teilen können (Ulrich, 2023, s. 91). Ein wichtiger Teil dieses Ausdrucks ist die Idee der Gemeinschaft, bei der zwei Menschen durch gemeinsame Gefühle, gegenseitige Unterstützung und das Streben nach einem gemeinsamen Leben vereint sind.

Im Laufe der Zeit hat sich die Interpretation von Symbolen wie *Herz*, *Blumen* und *Vögel* erweitert. In der modernen Sprache haben sich die Bedeutungen dieser Symbole erweitert. Sie verlieren zunehmend die übermäßige Idealisierung und Ritualisierung und erhalten eine individuellere Dimension.

Moderne Sprichwörter und Redewendungen reflektieren die veränderte Bedeutung von Symbolen wie *Herz*, *Rose* und *Vogel*. Zum Beispiel wird das *Herz* nicht mehr nur als Symbol der romantischen Liebe verstanden, sondern auch für die Selbstliebe, wie es in dem Sprichwort *Wer sich selbst liebt, wird auch von anderen geliebt* (“*Хто любить себе, того люблять і інші*”) zum Ausdruck kommt. Die *Rose*, die früher mit einem hohen moralischen Anspruch verbunden war, wird heute oft mit Freude und Feierlichkeit in Verbindung gebracht, wie in *Eine Rose im Garten des Lebens* (“*Троянда в саду життя*”) ein Zeichen für die positiven Momente des Lebens. Die *Vögel*, die traditionell die Freiheit symbolisierten, stehen in modernen Redewendungen wie *Vögel fliegen hoch, wenn sie ihren Raum haben* (“*Птахи літають високо, коли у них є простір*”) für das Streben nach Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung, was den Fokus auf individuelle Freiheit und persönliche Entfaltung in Beziehungen unterstreicht (Vogel, 2024, s. 110).

Daher spiegelt die Symbolik der lexikalischen Komponenten *Herz*, *Blumen* und *Vögel* in modernen deutschen Sprichwörtern und Redensarten sowohl tief verwurzelte kulturelle Werte und Emotionen wider als auch neue symbolische Bedeutungen, die im Laufe der Zeit hinzukommen.

LITERATUR

Schmidt, L. (2024, November 5). *The history of German romantic phrases*.

Retrieved from <https://germanlinguisticsblog.com/romanticphrases>

Steiner, L. (2021). Romantic metaphors in early German proverbs. In J. Weber & K. Hoffmeister (Eds.), *German linguistic traditions* (p. 63). Berlin: Springer.

Ulrich, V. (2023). Proverbs about love in 19th century Germany. In M. Gruber (Ed.), *Philology and culture* (p. 91). München: C. H. Beck.

Vogel, M. (2024). German idioms about love in folklore. *German Folklore Studies*, 22(1), 110. Retrieved from <https://germanstudies.org/folklore2023>

CHRISTINA DALCHER'S WORKS IN THE CONTEXT OF DYSTOPIAN FEMINISM

Dotsenko D. M.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Rykova H. S.**

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

“Dystopia is a futuristic, imagined universe in which oppressive societal control and the illusion of a perfect society are maintained through corporate, bureaucratic, technological, moral, or totalitarian control” (Definition and Characteristics of a Dystopian Novel).

Within this framework, feminist dystopias stand out as a critical subgenre, focusing on the unique ways patriarchal systems subjugate women and other marginalized groups. By addressing issues such as gender inequality, reproductive rights, and the commodification of women, feminist dystopias reimagine dystopian themes through a gendered lens. This subgenre not only criticizes the consequences of patriarchy but also explores the resilience, agency, and solidarity of women in oppressive circumstances.

The first recognized feminist dystopian work, “*Herland*” (1915) by Charlotte Perkins Gilman, is often credited with establishing the foundation for this literary subgenre. Set in an isolated, all-female utopian society, the novel criticizes the patriarchal values of the early 20th century by contrasting them with a community built on equality, cooperation, and collective well-being. Although “*Herland*” leans more toward utopia than dystopia, its exploration of gender roles, female autonomy, and societal transformation positions it as a precursor to later feminist dystopias.

As feminism evolved through its various waves, so did the representation of dystopia in literature. Early feminist dystopias, such as Margaret Atwood’s “*The Handmaid’s Tale*” (1985), reflected concerns about the commodification of women’s bodies, reproductive rights, and theocratic control. Set in the totalitarian regime of Gilead, the novel explores themes of control, religious fundamentalism, and resistance, solidifying its place as one of the most influential feminist dystopias. Similarly, works like Octavia Butler’s “*Parable of the Sower*” (1993) and Naomi Alderman’s “*The Power*” (2016) continued to push the boundaries of the genre, incorporating intersectional perspectives and broader critiques of power and privilege.

The historical development of feminist dystopian literature reveals a shift from utopian aspirations, as seen in “*Herland*,” (1915) to darker, more cautionary tales that underscore the fragility of women’s rights and freedoms. This transition mirrors the growing awareness within feminist criticism of the persistence of systemic gender-based oppression, despite progress in legal and social realms.

Christina Dalcher, an American author and linguist, has made a notable contribution to contemporary literature, particularly in her exploration of themes

such as power, control, and gender dynamics. While not explicitly branding herself as a feminist figure, Dalcher's works engage with issues central to feminist discourse, positioning her within the broader movement as a writer who interrogates societal structures through her narratives.

Dalcher's academic background in linguistics informs much of her writing, particularly her focus on communication, language, and their intersections with power. Language, as a tool of both expression and control, plays a crucial role in understanding societal hierarchies and gender inequality - topics deeply entwined with feminist theory.

Dalcher's work "*Vox*" (2018) reflects several key aspects of modern feminist thought, particularly those related to *second-wave* and *fourth-wave feminism* [New Feminist Activism, Waves and Generations]. Second-wave feminism, which emerged in the 1960s and 1970s, emphasized issues such as reproductive rights, workplace equality, and the dismantling of patriarchal control over women's bodies and lives. Fourth-wave feminism, beginning in the 2010s, focuses on intersectionality, digital activism, and the fight against systemic and cultural sexism. Dalcher's focus on power dynamics and the societal subjugation of women resonates with these movements, highlighting the enduring relevance of feminist critiques.

In the introduction to the book, Christina Dalcher writes, "*I hope this book makes you think about the power of language, that uniquely human capacity that separates us from the rest of the animal kingdom. Second, I hope VOX stirs you to go out and cast a vote in your next election—to use your voice*" (Christina Dalcher). This statement calls attention to the power of language as a tool that can shape society and influence change. From a feminist perspective, it emphasizes the importance of reclaiming language and using it to challenge societal norms and gender inequalities. Additionally, it underscores the significance of political participation, urging individuals—especially women—to exercise their right to vote as a means of asserting their autonomy and ensuring their voices are heard in shaping the future.

REFERENCES

Dystopias: Definition and Characteristics. (6. д.). Powered by NCTE | Read Write Think.

https://www.readwritethink.org/sites/default/files/resources/lesson_images/lesson926/DefinitionCharacteristics.pdf

Atwood, M. E. (1990). *Handmaid's Tale*. Little, Brown Book Group Limited.

Butler, O. E. (1993). *Parable of the sower*. Four Walls Eight Windows.

Alderman, N. (2017). *Power*. Penguin Books, Limited.

Dalcher, C. (2018). *Vox*. Argon Verlag GmbH.

Molyneux, M., Dey, A., Gatto, M. A. C., & Rowden, H. (2020). Feminist activism 25 years after Beijing. *Gender & Development*, 28(2), 315–336.

<https://doi.org/10.1080/13552074.2020.1750140>

Perkins, G. C. (2019). *Herland*. Createspace Independent Publishing Platform.

LOVE, JEALOUSY AND OBSESSION: COMMON AND DIFFERENT FEATURES

Dulnieva Y. I.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Vasylenko O. B.**

Lecturer

Kyiv National Linguistic University

Have you ever felt your heart race when you saw someone you love? Or a sudden wave of jealousy when your best friend spends more time with someone else? Maybe you've even caught yourself thinking about someone non-stop, unable to focus on anything else. Love, jealousy and obsession are three strong emotions we experience, and they have power to bring us happiness, anxiety, or even heartbreak. But there are things that make them some way similar and draw the line between a healthy connection and something destructive.

One of the most significant similarities between love, jealousy and obsession is their connection to human attachment and emotional bonding. Love is often described as the most beautiful emotion, and for a good reason. When we love someone —whether it's a partner, a friend, or even a pet— we feel warmth, trust, and a sense of belonging. Love is rooted in deep emotional and biological processes, involving hormones such as oxytocin and dopamine. Think about parents holding their newborn baby for the first time or the excitement of falling in love. These moments make us feel safe and happy (The Council of Science, n.d.).

But love doesn't always come without complications. Imagine you're in a happy relationship, and then one day, you see your partner laughing with someone else. A tiny voice in your head whispers: "What if they like them more than me?" That's jealousy – a natural but tricky emotion that can either strengthen or destroy a relationship. According to Science Focus, jealousy evolved to maintain relationships, ensuring loyalty between partners. This emotional response ensures that individuals invest in their relationships and protect their partners from external threats. Similarly, obsession, though often seen as negative, can also be a form of deep attachment and focus, driving individuals to seek closeness and security. In small amounts, it can push people to appreciate each other more. But when jealousy turns into constant suspicion and control, it becomes toxic, leading to arguments, insecurity, and even aggression (Phys.org. 2022; Science Focus, n.d.).

Now, imagine checking your phone every five minutes, waiting for a message from someone you barely know. You're constantly thinking about them, replaying conversations in your head. This is not love – this is obsession. Unlike love, which is balanced and mutual, obsession is one-sided and overwhelming. ScienceDirect explains that obsession triggers the same brain pathways as addiction, making people feel dependent on another person for their happiness. While love gives freedom, obsession traps people in a cycle of anxiety and possessiveness (ScienceDirect, n.d.).

Despite their common origins, love, jealousy, and obsession differ significantly in their impact on individuals and relationships. Love is usually characterized by

mutual respect, trust, and care. It encourages personal growth and emotional well-being. In contrast, jealousy arises from fear and insecurity, leading to anxiety and sometimes destructive behavior. Science Focus highlights that jealousy, when excessive, can lead to controlling tendencies, emotional distress, and even aggression. Obsession, on the other hand, differs from love and jealousy in its intensity and lack of balance.

So, we can come to a conclusion that love, jealousy, and obsession are deeply interconnected emotions, each playing a role in human relationships. While they share common neurological and evolutionary roots, their effects are very different. Love is generally positive and fulfilling, it makes us feel secure and happy, whereas jealousy reminds us not to take relationships for granted, and obsession... well, it warns us when something is unhealthy. Understanding these emotions can help us build stronger relationships – ones based on trust, not fear.

So, the next time you feel jealous or obsessed, ask yourself: “Is this love, or is it something else?”

REFERENCES

Phys.org. (2022, February). “*The science of jealousy*”.

Retrieved from <https://phys.org/news/2022-02-science-jealousy.amp>

Science Focus. (n.d.). “*Where does jealousy come from?*” Retrieved from <https://www.sciencefocus.com/the-human-body/where-does-jealousy-come-from>

ScienceDirect. (n.d.). “*Obsession*”.

Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/topics/neuroscience/obsession>

The Council of Science. (n.d.). “*The science of love*”.

Retrieved from <https://council.science/blog/the-science-of-love/>

THE ROLE OF INTENSITY IN MOULDING THE IMAGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE: A PRAGMASTYLISTIC APPROACH

Dziatko Ye. P.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Izotova N. P.**

Doctor of Sciences (Philology), Professor

Kyiv National Linguistic University

Artificial intelligence (AI) has become an integral part of modern digital communication, influencing how users perceive and interact with technology. One of the critical elements in AI-generated speech is intensity, which plays a crucial role in shaping its pragmastylistic impact. Intensity in language refers to the degree of force, emphasis, or emotional weight conveyed through lexical choices, syntactic structures, and prosodic features (Wierzbicka, 1991). The study of intensity from a pragmastylistic perspective examines how stylistic devices function in communicative interactions to achieve specific pragmatic effects

(Leech & Short, 2007). This paper explores how intensity moulds the image of AI, affecting users' perceptions of artificial entities in digital discourse.

The study of intensity in AI-generated speech is rooted in pragmatics and stylistics, focusing on how linguistic elements create communicative effectiveness. Intensity can be classified based on lexical, syntactic, and phonetic levels:

1. Lexical intensity – the use of adjectives, adverbs, and emphatic expressions that heighten or diminish meaning (e.g., “absolutely”, “extremely”) (Quirk et al., 1985).

2. Syntactic intensity – the manipulation of sentence structures, such as exclamations, parallelism, or ellipsis, to enhance emphasis (Culpeper & Kytö, 2010).

3. Phonetic and prosodic intensity – vocal stress, pitch modulation, and rhythm contribute to the perceived intensity in spoken AI responses (Tannen, 1989).

From a pragmatic standpoint, AI systems employ intensity to simulate human-like engagement, ensuring clarity, persuasion, and emotional appeal (Crystal, 2003). The degree of intensity in AI-generated speech influences user trust and acceptance, impacting perceptions of reliability, warmth, or dominance (Nass & Brave, 2005).

To explore the role of intensity in AI speech, let us analyze an excerpt from OpenAI's ChatGPT:

User Query: “Do you think AI can replace human emotions?”

AI Response: “Absolutely not! While AI can simulate emotions convincingly, true human feelings are deeply rooted in experience, consciousness, and biological processes. AI can assist, but it can never replicate the depth of human emotions.”

In this context the semantic intensity is created through:

a) *Lexical Intensity*: the use of “Absolutely not!” as an emphatic negation conveys strong certainty, reinforcing AI's authoritative stance.

The phrase “deeply rooted” intensifies the claim about human emotions, emphasizing their complexity.

The adverb “convincingly” reinforces the AI's ability to imitate emotions, yet sets a distinction between imitation and reality.

b) *Syntactic Intensity*: the contrastive structure “AI can assist, but it can never replicate” underscores AI's limitations, creating a persuasive effect.

The use of parallelism (“experience, consciousness, and biological processes”) highlights multiple facets, enhancing emphasis.

c) *Pragmatic and Stylistic Effects*: the intensity in this response projects AI as a knowledgeable entity, strengthening user trust.

The strong negation and confident assertions reduce ambiguity, positioning AI as an authority rather than a passive responder. However, excessive intensity may lead to perceived overconfidence, reducing credibility in more nuanced discussions.

The contrastive emphasis between AI's abilities and limitations serves to create a more human-like persuasive argumentation, ensuring engagement without

overstepping its role. The choice of direct, declarative sentences over hedging expressions ensures clarity, making the response appear more decisive and reliable.

To conclude, intensity in AI speech plays a pivotal role in moulding its image, balancing between engagement, authority, and credibility. Through lexical choices, syntactic structures, and prosodic modulation, AI-generated responses create a communicative effect that can either enhance user interaction or risk artificiality. Understanding these pragmastylistic strategies allows for the refinement of AI communication, ensuring a more effective and human-like digital discourse.

BIBLIOGRAPHY

- Crystal, D. (2003). *The Cambridge Encyclopedia of the English Language*. Cambridge University Press.
- Culpeper, J., & Kytö, M. (2010). *Early Modern English Dialogues: Spoken Interaction as Writing*. Cambridge University Press.
- Leech, G., & Short, M. (2007). *Style in Fiction: A Linguistic Introduction to English Fictional Prose*. Pearson Education.
- Nass, C., & Brave, S. (2005). *Wired for Speech: How Voice Activates and Advances the Human-Computer Relationship*. MIT Press.
- Quirk, R., Greenbaum, S., Leech, G., & Svartvik, J. (1985). *A Comprehensive Grammar of the English Language*. Longman.
- Tannen, D. (1989). *Talking Voices: Repetition, Dialogue, and Imagery in Conversational Discourse*. Cambridge University Press.
- Wierzbicka, A. (1991). *Cross-Cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction*. Mouton de Gruyter.

DER URSPRUNG DER OIKONYME IM DEUTSCHEN SPRACHRAUM

Golubewa A. D.

Nationale linguistische Universität Kyiw

Wissenschaftlicher Betreuer: **Gamsjuk M.**

Dr. habil., Professor

Nationale linguistische Universität Kyiw

Bereits 1854 wies P. Kassel auf “die Bedeutung der kartographischen Darstellung von Oikonymen als Grundlage für deren historische und sprachliche Interpretation” hin. “Es ist zweifellos eine Tatsache, dass das Interesse an Deutschland und seiner Karte zunimmt, und daher ist es vom historischen oder geographischen Standpunkt aus durchaus sinnvoll, die Oikonyme als Bezugspunkt zu nehmen“ (Jürgen Udolph, 1994).

Im deutschen Sprachraum sind die Ortsnamen überwiegend keltisch-germanischen Ursprungs. Die Grundwörter geraten allmählich in Vergessenheit, und viele von ihnen sind heute nicht mehr von Suffixen zu unterscheiden. Zum Beispiel: Die Suffixe -em, -en, -um wurden nach und nach aus dem Grundwort -heim gebildet. Das Grundwort zeigt den Grund für die Benennung eines Ortes an,

es kann auf verschiedene Merkmale eines Gebietes hinweisen. Beispiele: -berg, -wald, -kirchen (Чепурна 3. Б., 2019).

Germanische Oikonyme stammen aus der germanischen Sprachtradition, die sich im V. Jh. zum Althochdeutschen (und Altniederdeutsch) entwickelte. Die Namen entstanden im Zuge der Besiedlung und Erschließung der Länder (XI – XIII Jh.). Von 1050 – 1150 bis 1350 – 1650 bildeten sich mittelhochdeutsche und mittelniederdeutsche Namen, und ab 1650 entstanden neuhochdeutsche Namen. Die Ortsnamen spiegelten die natürlichen Gegebenheiten, die menschliche Tätigkeit und den Prozess der Besiedlung wider. Personennamen leiten sich oft von germanischen Namen im Dativ Plural (*Elchingen*) ab. Später verbreiteten sich Siedlungsnamen mit den Suffixen -hausen, -heim usw., die auf einen festen Wohnsitz hinweisen (*Sondershausen, Hildesheim*) (M. Niemeyer, 2012, S. 8).

Die häufigste Pflanzenart in Mittel- und Osteuropa sind Wälder. Ursprünglich war fast das gesamte Gebiet Deutschlands mit Wald bedeckt. Diese historische Tatsache spiegelt sich auch in der Oikonomia wider: *Buchenwald, Lindau, Fichtelgebirge* (Барнякова, В. М. & Снісар, А. В. 2019).

Barniakova (2019) stellt außerdem fest, dass die alten Deutschen in großen Familien lebten und ihre Siedlungen riesige Ansammlungen von Häusern und Nebengebäuden waren. Deshalb wurden die meisten Namen der Gemeinden mit den Wörtern "Haus" und "Wohnung" verbunden - "Haus", "Heim" - und sie haben bis heute überlebt: *Haßmersheim, Heidenheim an der Brenz, Frauenheim* (c. 400).

Bestimmungswörter in Namen enthalten oft sich wiederholende Elemente, wie z. B. die Adjektive alt-, neu-, weiß-, schwarz- (z. B. Oldenburg, Weissenburg). Konstituierende Elemente für Namen stammen aus Namen von Pflanzen und Tieren (*Buchloe, Greifenberg*); Namen von Menschen und Stämmen (*Gütersloh, Frankenberg*); geografischen Objekten (*Inslerburg, Kolbermoor*); menschliche Schöpfungen (*Burgdorf, Innsbruck*). Um ähnliche Namen zu unterscheiden, werden kennzeichnende Partikel hinzugefügt: Ober-, Unter-, Groß-, Klein- (*Oberaspach, Kleinmachnow*), sowie geografische Angaben (*Frankfurt am Main, Bad Münstereifel*) (M. Niemeyer, 2012, c 4).

Außerdem wurden Oikonyme anhand von semantischen Merkmalen wie Zeitparameter (*Alt Schwerin, Neuenhaus*), Stadtgröße (*Groß-Zimmern, Fusch an der Großglocknerstraße*), emotionale Bewertung (*Freudenberg, Glückstadt*), Farbmerkmale (*Rot am See, Schwarzenbach, Weissenburg*), Lage (*Windhof, Sonnenhalb, Winterhur Nordbach*) und Höhe (*Bodensdorf, Niedererlinsbach, Rosbach vor der Höhe*) gebildet.

Die Namen deutscher Städte haben Arten von metonymischen Übertragungen: wegen des Vorhandenseins zahlreicher Gewässer ist die häufigste Periphrase "*das deutsche Venedig*", die sich in den Städten Berlin, Emden, Hamburg, Papenburg festgesetzt hat. "*Bayrisches Nizza*" ist eine Periphrase der Stadt Aschaffenburg. Es ist eine Umschreibung der Stadt wegen ihres mediterranen Klimas, der Magnolienblüten und sogar der Palmen, die der Stadt Nizza sehr ähnlich ist. Frankfurt am Main hat ein sekundäres Oikonym Main hatten, da in beiden Städten moderne Wolkenkratzer und Gebäude im modernen urbanen Baustil gebaut wurden. *Rom des Nordens, das*

deutsche Rom, wird Köln genannt, weil die Stadt eines der größten Zentren des Katholizismus war und noch immer ist (E. V. Voit-Longus).

LITERATUR

- Барнякова, В. М. & Снісар, А. В. (2019) *Семантичні особливості німецьких ойконімів*. Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених “Родзинка – 2019” / XXI Всеукраїнська наукова конференція молодих учених. 399–401.
<https://eprints.cdu.edu.ua/id/eprint/3338>
- Чепурна З. В., (2019). Німецькі фразеологічні одиниці з онімним компонентом в історико-перекладацькому аспекті. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Збірник наукових праць. № 43 том 5*, 156–158.
<https://doi.org/10.32841/2409-1154.2019.43.5.42>
- Niemeyer, M. (Hrsg.). (2012). *Deutsches Ortsnamenbuch*. Berlin/Boston: De Gruyter. 4–7
- Udolph, Jürgen: *Namenkundliche Studien zum Germanenproblem* / von Jürgen Udolph. - Berlin; New York : de Gruyter, 1994 (Reallexikon der germanischen Altertumskunde: Ergänzungsbände; Bd. 9)
- Voit-Longus E. V. *Semantik der deutschen Oikonyme, Periphrasen und Toponyme* / E. V. Voit-Longus // [Elektronische Ressource].
<https://multiurok.ru/files/siemantika-niemetskikh-oikonimov-pierifraz-itopo.html>

DIE VERWENDUNG VON PHRASEOLOGIE MIT NUMEROLOGISCHEN KOMPONENTEN IN LITERATUR UND ALLTAGSKOMMUNIKATION

Gruschewa A. W.

Nationale linguistische Universität Kyiv

Wissenschaftlicher Betreuer: **Gamsjuk M.**

Dr. habil., Professor

Nationale linguistische Universität Kyiv

Phraseologische Einheiten spiegeln die innere Welt, Kultur, Bräuche und Traditionen dieser oder eines anderen Volkes, verankert in der Sprache. Phraseologismen mit numerologischer Komponente ergänzen das sprachliche Weltbild eines Volkes, da jedes Volk eine besondere Einstellung zu Zahlen hat, die mit bestimmten Stereotypen und Konzepten verbunden sein kann, die sich in der Sprache widerspiegeln. Sie verfügen über die einzigartige Fähigkeit, “verborgene Bedeutungen von Zahlwörtern aufzudecken, die mit den Besonderheiten außersprachlicher Faktoren und der Mentalität der Sprecher zusammenhängen” (Burger, 2010).

Die Einstellung zu Zahlen hängt auch von den historischen Ereignissen ab, die sich im Umfeld einer Person ereignen. Durch das Verständnis der historischen Entwicklung können wir nachvollziehen, wie sich Bedeutungen im Laufe der Zeit transformieren und welche kulturellen Faktoren dabei eine Rolle spielen. Ihre

Arbeiten bieten wertvolle Einblicke in die Mechanismen des sprachlichen Wandels und die Einflüsse, die dazu führen. Shkoliarenko argumentiert zudem, dass diachrone Veränderungen in numerologischen Phraseologismen oft durch gesellschaftliche Umbrüche oder technologische Fortschritte bedingt sind. So sind einige ältere Redewendungen heute kaum noch gebräuchlich, während moderne Entwicklungen neue numerologische Ausdrücke hervorbringen (Школяренко, 2012).

Viele numerologische Phraseologismen stammen aus alltäglichen Erfahrungen und reflektieren soziale oder wirtschaftliche Bedingungen. Beispielsweise drückt “0815” etwas Gewöhnliches oder Standardmäßiges aus – der Ursprung dieser Redewendung liegt im Militär, wo ein Maschinengewehr dieses Namens als standardisiertes Modell galt. Ebenso bedeutet “Auf 180 sein”, dass jemand sehr wütend ist – dies stammt aus einer Zeit, als 180 km/h eine ungewöhnlich hohe Geschwindigkeit darstellte. Auch Sprichwörter wie “Zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen” oder “Vier Augen sehen mehr als zwei” verdeutlichen das pragmatische Denken vergangener Generationen.

Im täglichen Sprachgebrauch der Deutschen begegnen uns zahlreiche Redewendungen mit numerologischen Komponenten, die oft unbewusst verwendet werden. Diese festen sprachlichen Strukturen erleichtern die Kommunikation, indem sie komplexe Sachverhalte auf einprägsame und bildhafte Weise ausdrücken.

Nicht nur im Alltag, sondern auch in der Literatur haben sich numerologische Phraseologismen etabliert. Schriftsteller, Dichter und Journalisten nutzen sie bewusst, um sprachliche Bilder zu schaffen, kulturelle Assoziationen hervorzurufen oder eine symbolische Bedeutung zu vermitteln. Auch in Romanen greifen Autoren auf numerologische Phraseologismen zurück. Sie dienen der Charakterzeichnung, der Verdeutlichung von Handlungsabläufen oder der Darstellung kultureller Konzepte. Beispielsweise wird die Wendung *eine Achterbahnfahrt der Gefühle erleben* genutzt, um emotionale Höhen und Tiefen plastisch zu schildern. Solche Redewendungen verstärken die emotionale Tiefe und verleihen literarischen Werken einen authentischen Ausdruck.

Ein bekanntes Beispiel ist die Redewendung *eine Sache auf sieben Ecken drehen*, die ausdrückt, dass eine Angelegenheit unnötig kompliziert wird. Eine weitere häufig verwendete Wendung ist *sieben Sachen packen*, die bedeutet, dass man sich bereit macht oder seine wichtigsten Dinge zusammenpackt. Solche Redewendungen sind fest im deutschen Sprachgebrauch verankert und werden sowohl in der gesprochenen als auch in der geschriebenen Sprache genutzt.

Einige Redewendungen basieren auf historischen oder sprichwörtlichen Weisheiten. “Buch mit sieben Siegeln” bezieht sich auf etwas Unverständliches oder Geheimnisvolles, während “Das fünfte Rad am Wagen” jemanden beschreibt, der überflüssig ist. Zudem gibt es Redewendungen mit moralischem Bezug, wie “Wer zwei Hasen hetzt, fängt keinen” – eine Mahnung zur Konzentration auf das Wesentliche.

Die Untersuchung der Phraseologismen mit numerologischen Komponenten im Deutschen hat gezeigt, dass die phraseologische Struktur der untersuchten Sprache viele Gemeinsamkeiten mit anderen Sprachen, z. B. dem Ukrainischen, gibt. Einerseits sind diese Gemeinsamkeiten auf eine gemeinsame Herkunft

der Phraseologismen zurückzuführen, z. B. aus der Bibel (“in alle [vier] Winde verstreuen”), auf die Globalisierung der Kommunikation (“Dritte Welt”) oder gemeinsame Kultur- und Bildungstraditionen, die die Menschen aus dem Kreis der westlichen Kultur teilen (z. B. “etwas ist sicher wie zwei mal zwei vier”). Aber auch Sprachkontakte und die Einwirkung von bestimmten Kultursprachen auf andere Sprachen (Mieder, 2006).

Die Ursprungsquellen von Phraseologismen mit numerologischer Komponente sind Volkssprache, Alltagsleben, Märchen, biblische Quellen usw. (Altmayer, 2004). Ein gründliches Studium der phraseologischen Einheiten ist äußerst notwendig, da es uns einerseits ermöglicht, das Erbe des Volkes in Sprache und Literatur zu bewahren, und andererseits das Weltbild erweitert und die jüngere Generation mit den geistigen Schätzen ihres Volkes bereichert. Ein Phraseologismus, der im Text richtig verwendet und geschickt hervorgehoben wird, kann eine wortreiche logische Konstruktion ersetzen, das Gesagte bildlich zusammenfassen, die Rede beleben und ihr einen besonderen emotionalen und ausdrucksstarken Ton verleihen.

LITERATUR

- Школярєнко, В. І. (2012). Вивчення фразеологічного складу німецької мови з позиції діяхронічного аспекту лінгвокультурології.
- Altmayer, C. (2004). *Kultur als Hypertext. Zur Theorie und Praxis der Kulturwissenschaft im Fach Deutsch als Fremdsprache*. München: Iudicium.
- Burger, H. (2010). *Phraseologie: Eine Einführung am Beispiel des Deutschen* (4. Aufl.). Berlin.
- Mieder, W. (2006). Andere Zeiten, andere Lehren. Zur Sprach- und Kulturgeschichte des Sprichwortes. *Sprichwörter zwischen Tradition und Innovation*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, 40–64.

THE UNITED KINGDOM CODE: LANGUAGE UNITS AND THEIR TRANSLATION

Havryliuk V. V.

Kyiv National Linguistic University

Ivanenko K. V.

Lecturer

Kyiv National Linguistic University

The modern vocabulary of the United Kingdom is enriched with a significant number of new words. The new words are reflected in both spoken and written language, creating unique expressions, terms, and linguistic constructions. Influenced by changes in technological, cultural, and socio-political life of Britain, these units acquire culturally specific meaning. We called such words realias. “Realias are mono- and polylexeme units, the main lexical meaning of which contains the complex of ethno-cultural information traditionally attached to

it. On the other hand, this knowledge is completely unidentified in the receiving language. ” (R. Zorivchack, 1989, p. 58).

This raises the important issue of understanding their genuine sense and proper translation into other languages. The accuracy of their translation is pivotal not only for effective communication, but also for preserving the genuine meaning, all the nuances and context that form an authentic image of British culture.

In order to facilitate the work of the translator, nationally biased words were divided into several broad categories: Geographical, Ethnographical, and Sociopolitical terms, based on their typology.

Consequently, linguists have identified six predominant methods for translating realias that are applied for a specific group. This knowledge has been passed through the generations and was utilized during this research as well.

The importance of this study lies in the necessity for a more profound analysis of the UK vocabulary in diverse spheres of life, the identification of challenges in its translation, and the proper ways of rendering the meaning and translation.

The object of the study is nationally biased units of British vocabulary, that pose a challenge for translation.

The subject of the study is ways of translating nationally biased units of British vocabulary from English into Ukrainian.

Let us examine the features and types of transformations that are utilised in the translation of nationally biased units of the lexicon.

“Trifle is a complicated, classic English dessert that has a lot of ingredients which are layered. ”

Трайфл – це складний, класичний англійський десерт, який має багато інгредієнтів, що нашаровуються один на один.

In this instance, the transcription method was employed to ensure an accurate representation of the original pronunciation of the Source Language (hereinafter refers as SL), using the tools of the Target Language (hereinafter refers as TL).

“The Fringe features over 50,000 performances and more than 3,000 shows, which take place over three weeks every August. ”

Кожного серпня, лише за 3 тижні, Единбурзький фестиваль мистецтв “Фріндс” проводить більше 50 000 виступів і 3000 шоу.

In order to translate the realia in this sentence, the transcription method with an explication of their genuine specific meaning was employed. This approach was used due to the unavailability of an accurate translation of the festival in the TL, owing to its limited prevalence.

“Fifteens are a traditional Northern Irish traybake – a must-try for those visiting Northern Ireland!”

Вишнево – кокосовий рулет - це традиційний десерт з Північної Ірландії, який обов'язково варто спробувати тим, хто відвідує Північну Ірландію.

The descriptive translation method was used in the translation of this linguistic unit since no other method would have conveyed the genuine meaning with sufficient precision.

“St. Patrick’s Day always takes place on March 17th, commemorating the saint’s death in 461 AD.”

День святого Патрика завжди відзначається 17 березня, в пам'ять про смерть святого в 461 році нашої ери.

Concerning globally renowned terminology, word-for-word or loan translation was employed, as the term is well understood by the TL audience.

"Henry Tudor defeated and killed Richard III at Bosworth Field on August 22, 1485, bringing the Wars of Roses to a close."

Генріх Тюдор переміг і вбив Річарда III на Босвортському полі 22 серпня 1485, завершивши **Війну Троянд***

**Війна між родинами Ланкастерів та Йорків*

In certain instances, loan/word-for-word translation alone may not suffice. Ukrainians are not familiar with the term **"Війна троянд"**, therefore an in-text explanation or a footnote defining the term was applied.

*"In general, the **Early May Bank Holiday**, which often falls on 1 May, is celebrated with maypole dancing."*

На День праці, який зазвичай святкується 1 травня, танцюють навколо Травневого дерева.

It was determined that the term is not unique itself, and only its name is culturally influenced by the UK. Consequently, it was translated using the semantic analog of the TL.

All things considered, we can note the employment of various ways of translating British vocabulary into another language system. Transcription, Transcription and explication of genuine nationally specific meaning, Descriptive translation only, Translation of componental part and additional explication of the nationally biased units, Loan translation, and Translating through semantic analogies were used to adapt realias into the Ukrainian language. These methods contribute to the accurate reproduction of British nationally biased units, helping to preserve their semantic and cultural sense in translation.

BIBLIOGRAPHY

Кузенко Г. М. (2008) *The world of interpreting and translating*. Видавництво МДГУ ім. Петра Могили, Миколаїв

Корунець І. В. (2001) *Теорія і практика перекладу (аспектний переклад)*. Нова книга, Вінниця

Зорівчак Р. П. (1989) *Реалія і переклад*. Видавництво при ЛНУ, Львів

Зорницький А. В., & Сизоненко М. Б. (2016) Конотативні реалії як лінгвістичне явище та особливості їх функціонування у складі сучасних американських фразеологізмів. Житомир

[http://eprints.zu.edu.ua/21029/1/Зорницький %20А. %20В. %2С %20Сизоненко %20М. %20Б..pdf](http://eprints.zu.edu.ua/21029/1/Зорницький%20А.%20В.%20С%20Сизоненко%20М.%20Б..pdf)

<https://englishwithlucy.com/lesson/15-british-foods-you-have-to-try/>

<https://study-uk.britishcouncil.org/why-study/about-uk/holidays>

<https://lovebuyingbritish.co.uk/events/st-patricks-day-ireland/>

<https://www.discoverbritain.com/history/icons/greatest-men-british-history/>

<https://www.britannica.com/event/Wars-of-the-Roses>

DIE ROLLE DER AFFIXE IN DER BILDUNG DER DEUTSCHEN EMOTIONAL MARKIERTEN SUBSTANTIVE

Havrylova E. S

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Hamziuk M. W.

Doktor der Philologie, Professor

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Die Wortbildung spielt eine zentrale Rolle in der deutschen Sprache, insbesondere bei der Schaffung neuer lexikalischer Einheiten mit spezifischen Bedeutungsnuancen. Eine der wichtigsten Methoden der Wortbildung ist die Affigierung, also die Anfügung von Präfixen oder Suffixen an eine Wortbasis. Besonders interessant ist dabei die Frage, wie Affixe zur emotionalen Markierung von Substantiven beitragen. In dieser Arbeit wird untersucht, welche Affixe im Deutschen zur Expressivität von Substantiven beitragen, welche semantischen und pragmatischen Funktionen sie übernehmen und welche Kontexte sie besonders häufig prägen.

Die deutsche Sprache verfügt über ein reichhaltiges System an Affixen, die sowohl die Bedeutung als auch die stilistische Färbung eines Wortes beeinflussen können. Grundsätzlich unterscheidet man zwischen Präfixen (Vorsilben), die vor der Wortbasis stehen, Suffixen (Nachsilben), die nach der Basis stehen, und Zirkumfixen, die das Wort umschließen. Während einige Affixe rein grammatische Funktionen haben, wie die Bildung von Pluralformen oder Ableitungen von Verben, haben andere eine semantische Funktion und beeinflussen die emotionale Wertung eines Wortes.

Emotionale Markierungen in der Sprache dienen dazu, Subjektivität, Bewertungen oder Expressivität auszudrücken. Besonders Suffixe haben im Deutschen eine bedeutende Rolle bei der Expressivität von Substantiven. Einige Suffixe und Präfixe sind speziell dafür bekannt, dass sie eine emotionale Konnotation in die Wortbedeutung einführen.

Diminutive Suffixe wie *-chen* und *-lein* führen oft eine Bedeutung der Verniedlichung, Verkleinerung oder auch der Zärtlichkeit ein. Sie können positive, neutrale oder ironische Konnotationen haben. Beispiele dafür sind *Häuschen* (kleines Haus), *Mütterchen* (liebvolle oder mitleidige Bezeichnung für eine alte Frau) oder *Händchen* (eine niedliche oder zarte Hand).

Pejorative Suffixe dienen häufig dazu, eine negative oder abwertende Bedeutung auszudrücken. Ein klassisches Beispiel ist das Suffix *-ei* oder *-erei*, das oft eine abwertende oder ironische Note besitzt: *Bettelei* (abwertend für das Betteln), *Schreierei* (unnötiges, lautes Schreien), *Wichtigtuerei* (übertriebenes Wichtigtu). Auch *-heit* und *-igkeit* können manchmal in einem negativen oder übertriebenen Sinne verwendet werden, z. B. *Blödigkeit* (Dummheit) oder *Kleinlichkeit* (übertriebene Genauigkeit).

Präfixe wie *ur-*, *erz-* oder *stock-* verstärken die Bedeutung des Wortes und unterstreichen oft extreme Zustände oder Charaktereigenschaften. Beispiele sind *urkomisch* (sehr lustig), *erzfeindlich* (stark verfeindet) oder *stockdumm* (extrem dumm). Diese Präfixe dienen dazu, eine emphatische oder emotionale Verstärkung auszudrücken.

Um den Gebrauch emotional markierter Substantive besser zu verstehen, kann man deren Verwendung in literarischen oder Alltagssprachlichen Texten untersuchen. In der Literatur werden Diminutive oft für liebevolle oder ironische Charakterbeschreibungen genutzt, während Pejorative in satirischen oder kritischen Kontexten vorkommen. In der gesprochenen Sprache sind expressive Präfixe sehr häufig anzutreffen, da sie eine starke emotionale Bewertung ermöglichen.

Besonders interessant ist die Tatsache, dass ein und dasselbe Affix je nach Kontext und Intention des Sprechers entweder positiv oder negativ interpretiert werden kann. Zum Beispiel kann *-chen* sowohl liebevoll als auch herablassend klingen (*Fräulein* – historisch eine respektvolle, später aber abwertende Bezeichnung für eine unverheiratete Frau).

Die Untersuchung zeigt, dass Affixe eine bedeutende Rolle in der emotionalen Markierung von Substantiven im Deutschen spielen. Während Diminutive oft eine Verniedlichung oder eine emotionale Nähe ausdrücken, werden pejorative Suffixe für abwertende oder ironische Aussagen genutzt. Expressive Präfixe verstärken hingegen die Bedeutung eines Wortes und dienen dazu, starke Emotionen zu vermitteln.

Die Analyse emotional markierter Substantive gibt nicht nur Einblick in die Mechanismen der Wortbildung, sondern auch in die Art und Weise, wie Sprache soziale, kulturelle und kommunikative Bedeutungen transportiert. Eine weiterführende Forschung könnte untersuchen, wie solche Affixe in verschiedenen deutschen Dialekten oder in der historischen Sprachentwicklung verwendet wurden.

LITERATUR

- Fleischer, Wolfgang & Barz, Irmhild (2012). *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. De Gruyter.
- Eisenberg, Peter (2013). *Grundriss der deutschen Grammatik*. Band 1: Das Wort. Stuttgart: Metzler.
- Ortner, Hans (1991). *Emotionale Sprache: Formen und Funktionen*. Narr.
- Schäfer, Roland (2018). *Einführung in die Morphologie des Deutschen*. De Gruyter.
- Köpcke, Klaus-Michael (1993). *Suffigierung als Mittel der Bedeutungsmodifikation im Deutschen*. Tübingen: Niemeyer.

MILITARY INTERPRETATION AND TRANSLATION IN THE CONTEXT OF THE ONGOING FULL-SCALE CONFLICT IN UKRAINE: AN ANALYTICAL EXAMINATION IN ENGLISH AND FRENCH

Hemba O. I.

Kyiv National Linguistic University
Research Supervisor: **Melko Kh. B.**
Associate Professor (Philology)
Kyiv National Linguistic University

The full-scale conflict in Ukraine has highlighted the critical importance of military interpretation and translation. In a war involving multiple nations, organisations, and international coalitions, accurate language mediation is a core for humanitarian efforts and development in military industry scope.

As Pekka Kujamäki and Hilary Footitt stated that translators were positioned by the Army in what might be termed a “professionally deficient framework”, represented as lacking of key elements of a military professionalism encapsulated in the portmanteau term “security clearance”, that is to say unquestioned and proven loyalty to their employer, and insulation from the personal, social and emotional implications of the field of conflict (Kujamäki, P., & Footitt, H.).

Inese Kočote and Tatjana Smirnova, in their turn, noted that for translating military-related texts, translators should develop not only advanced linguistic, but also comprehensive thematic competence to be able to deal with translation problems. Competence in translation of military-related texts may become a competitive advantage for student translators specialising in various fields of language for special purposes (Kočote, I., & Smirnova, T.).

In a war zone, having interpreters can mean the difference between life or death for soldiers. In a public market, they might be able to overhear a snippet of conversation indicating that an ambush is imminent. They can establish relationships with the local population and extract, crucial bits of information about nearby insurgents. If a soldier inadvertently causes a miscommunication, a translator can defuse the situation before it gets deadly (<https://surl.li/xfhacq>).

In terms of military terminology, the NATO glossary of terms and definitions concerning the safety and suitability for service munitions, explosives and related products is the best option for English-French translation. And as for English-Ukrainian translation it is recommended to use the English-Ukrainian military dictionary available on the Internet.

The full-scale war in Ukraine has shown that the way of warfare has been shifted from military personnel fighting to using remote controlled equipment. The mostly used engaging equipment on the terrain of Ukrainian war are *drones* (<https://surl.li/mqgpwt>), the term of which we can translate as *дрон* (<https://surl.li/mqgpwt>), *drone* (<https://surl.li/ueqtei>). They can be *kamikaze drone* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *дрону-камікадзе* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *les drones kamikaze* (<https://surl.li/vminfk>) or *drones with weapons* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *дрони з озброєнням на борту*

(<https://surl.li/mqgpwt>) – *les drones armés* (<https://surl.li/vvkgoc>). Formally the drones are called *UAVs* (*unmanned aerial vehicle*) (<https://surl.li/qdzcbm>) – *Бн/ІА* (*безпілотний літальний апарат*) (<https://surl.li/mqgpwt>) – *le drone* (<https://surl.li/ueqtei>) and as usual they are *FPV-drones* (*first-person view*) (<https://surl.li/mqgpwt>) – *безпілотник із функцією виду від першої особи* (jarg. *ФІВ*) (<https://surl.li/mqgpwt>) – *le drone en FPV* (<https://surl.li/fciqty>).

All aircraft in military terminology in the role of adjectives are called *airborne* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *повітряно-десантний* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *aéroporté(e,s)* (NATO), that are in the service of *airborne brigade* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *повітряно-десанта бригада* (<https://surl.li/mqgpwt>) – or as usually called *airmobile brigade* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *АЕМБр* (*аеромобільна бригада*) (<https://surl.li/mqgpwt>) – *la brigade aéroportée* (NATO). The drones can be used in *aerial reconnaissance* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *аеропозвідка* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *la reconnaissance aérienne* (<https://surl.li/oivbgr>) with the use of *airborne surveillance drones* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *розвідувальні дрони* (*БІА*) (<https://surl.li/mqgpwt>) – *les drones de surveillance* (<https://surl.li/huuqen>). The breakthrough of Ukrainian military industries have become an innovation that doesn't have analogues in the world - the *missile-drone 'Palianytsia'* that is a drone and a missile at the same time, which falls under both definitions in terms of its tactical and technical characteristics (<https://surl.li/gwawzh>). The neologism is possible to be translated as '*ракета-дрон*' and '*le drone-missile*'. Among modern missile systems are highly used *long-range ballistic missiles* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *балістичний реактивний снаряд дальної дільності* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *le missile balistique à longue portée* (<https://surl.li/trdijg>) or *short-range ballistic missile* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *балістична ракета малої дальності* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *le missile balistique à courte portée* (<https://surl.li/trdijg>), which can be *guided* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *керований* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *guidé* (NATO).

For the defence *soldiers* – *військові* – *les soldats* use *mortars* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *міномети* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *les mortiers* (<https://surl.li/bymogw>), which shoot with *high explosive shells* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *осколково-фугасний снаряд* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *des obus explosif* (<https://surl.li/bymogw>). And for air defence, *air defence guided missile systems* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *зенітні ракетні комплекси* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *les systèmes de défense aérienne et antimissile* (<https://surl.li/jwdhto>) and *air-defence interceptors* (<https://surl.li/mqgpwt>) – *перехоплювачі ППО* (*проти повітряної оборони*) (<https://surl.li/mqgpwt>) – *les intercepteur de défense aérienne* (<https://surl.li/tzyyxb>).

The modern warfare, exemplified by the conflict in Ukraine, has proved that the work of military translators and interpreters extends far beyond simple word-for-word translation, encompassing technical expertise and real-time decision-making that can influence the course of military operations and diplomatic negotiations. As warfare increasingly incorporates advanced technologies such as drones and precision-guided missiles, military translation must continue to adapt, ensuring that communication remains accurate.

LITERATURE

- Kočote, I., & Smirnova, T. (2016). Aspects of military-related text translation from English into Latvian. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 231, 107–113.
- Kujamäki, P., & Footitt, H. (2016). Military history and translation studies. *Border Crossings. Translation Studies and Other Disciplines*, 49–71.

REFERENCES

- Jan H ERIKSEN, Rear Admiral, NONA Chairman, MAS. (2020). *GLOSSARY OF TERMS AND DEFINITIONS CONCERNING THE SAFETY AND SUITABILITY FOR SERVICE OF MUNITIONS, EXPLOSIVES AND RELATED PRODUCTS*. AOP-38 (Edition 2/édition 2).
- Dictionnaire français : définitions faciles, synonymes, exemples.* (б. д.). Linternaute.com : Information, loisirs, culture et découvertes...
<https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/>
- English-Ukrainian military dictionary | Англо-український військовий словник.* (б. д.). English-Ukrainian military dictionary | Англо-український військовий словник.
<https://english-military-dictionary.org.ua/>
- Larousse.fr : encyclopédie et dictionnaires gratuits en ligne.* (б. д.). Larousse.fr : encyclopédie et dictionnaires gratuits en ligne.
<https://www.larousse.fr/>
- La Vitrine linguistique de l'Office québécois de la langue française.* (б. д.). La Vitrine linguistique de l'Office québécois de la langue française.
<https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/>
- (б. д.).
<https://www.militarylinguist.com.ua/what-are-military-translations/>
- Défense aérienne et antimissile : le dispositif français.* (б. д.). Ministère des Armées.
<https://www.defense.gouv.fr/actualites/defense-aerienne-antimissile-dispositif-francais>
- Drone avec pilotage en immersion : nos conseils drone FPV.* (б. д.). Les droners | Le blog voyage qui vous inspire à voyager.
<https://lesdroners.fr/univers-drone/pilotage-drone/piloter-un-drone-de-loisir/avec-quoi-piloter-un-drone/drone-avec-pilotage-en-immersion/>
- Eddazi, F. (2018). Le droit à l'épreuve des drones militaires, LGDJ, *Les drones armés*. (б. д.). Enseignement militaire supérieur.
- Gyori, B. (2024). Ukraine's new Palianytsia missile-drone enters serial production, minister says. (б. д.). The Kyiv Independent.
<https://kyivindependent.com/ukraines-new-palianytsia-missile-drone-enters-serial-production-defense-minister-says/>
- Surveillance Drone.* (б. д.). Elistair | Spécialiste du Drone Filaire.
<https://elistair.com/fr/applications/defense-surveillance-drone/>
- Zaoui, H. (2024, 24 жовтня). *Guerre en Ukraine : comment le premier "drone kamikaze" a été fabriqué à Toulouse.* ladepeche.fr.
<https://www.ladepeche.fr/2024/10/24/comment-le-premier-drone-kamikaze-a-ete-fabrique-a-toulouse-12279805.php>

FUNCTIONAL PERSPECTIVE OF PREPOSITIONS IN MODERN ENGLISH

Hendel K. T.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Berezenko V. M.**

CSc. (Philology), Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

Function words play a crucial role in the construction of an English sentence. In Modern English the relations between words are conveyed mainly by their position and prepositions. Therefore, prepositions are an important functional category in English language.

The aim of the study is to highlight the importance of prepositions in Modern English and look into the peculiarities of the use of prepositions in Modern English.

During the detailed study of the topic, theoretical and practical **methods** were used, such as: the method of theoretical analysis of reference literature, the induction method, that is, the formation of one's own conclusions based on the study of certain information, the abstraction method, the descriptive method for a sequential analysis of the characteristics of the studied category, the observation method, which is based on tracking changes in the object of study, the method of continuous sampling, with the help of which sources of illustrative material were formed.

Modern English has undergone many transformations along the way of its historical development. Among the most noticeable changes are structural and phonetic reduction, productive word formation, and a tendency to use analytical forms. Thus, Modern English is considered to be a language of analytical structure (Рябуха, Куликова, 2021, с. 232).

A characteristic feature of **analytic languages** is the expression of relationships between words using function words, intonation, and the order of arrangement of meaningful words in a sentence (Кочерган, 2001, с. 326-327).

In an analytic language like Modern English case endings are almost absent. Therefore, prepositions are the main means of expressing the relationship of a noun or pronoun to other words in a sentence (Калашніков, 2005, с. 4).

The **preposition** is a function word, which shows a relation between two notional words. Prepositions turn a sentence into a structurally complete expression. They play an important role in creating precision in communication.

Prepositions are single **monomorphemic words**, which are the most basic words of the language. They are essentially required for any language. Prepositions show different relationships between phrases in sentences. The most significant relations include time, direction, position and different degrees of emotional and mental attitudes (Yaş, 2022, p. 48).

One of the most important questions in the context of studying **semantic perspective** of prepositions is their classification. According to their semantic characteristics, prepositions can be classified in the following way. There are prepositions of place, time and movement. Prepositions of place indicate

location that does not change. Prepositions of time indicate a time reference in a sentence. Prepositions of movement show direction, motion, or change of location.

In the context of studying prepositions, it is also essential to investigate their agentive role, attributive value, possessive and partial relations.

Agentive prepositions show how one entity interacts with another. In other words, these prepositions are used to build the connection between the action and the doer in a sentence. Generally agentive prepositions connect the noun and the verb. In Modern English, preposition “*by*” is mostly used as an agentive preposition (Nakamura, 2013, p. 50).

Prepositions can be used to provide additional information about a noun, therefore they may serve an attributive function in a sentence. This can be spotted in prepositional phrases that act as attributes. If a prepositional phrase describes a noun or pronoun, it means that the prepositional phrase is functioning as an attribute in a sentence.

Prepositions of **possession** are used to show that something belongs to a person, an animal or a thing. They are also used to express a connection between things. The most often used prepositions of possession are “*of*”, “*to*” and “*with*”.

Prepositions can be of **instrumental, beneficial and activity defining meaning**. An instrumental relation is expressed by the prepositions “*with*” and “*by*”. They link a noun or pronoun to another word in a sentence, describing a machine, technology, or device used to accomplish something.

Another important concept is **combinability** of prepositions. The combinability of prepositions is expressed in how they can connect with nouns, verbs, and adjectives in order to form meaningful phrases.

The study of prepositions with their functional perspective proves their crucial role in forming sentences in Modern English is rich.

BIBLIOGRAPHY

- Кочерган, М. П. (2001). *Вступ до мовознавства*. Київ: Видавничий центр “Академія”.
- Калашніков, Г. Д. (2005). *Прийменники англійської мови*. Тернопіль: ТДЕУ.
- Рябуха, Т. В, Куликова, Л. А. (2021). Граматичні зміни в сучасній англійській мові: Серія: Філологія. Журналістика. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*, том 32 (71), №4 Ч.1. Retrieved from: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-1/39>.
- Emin Yaş, (2022). *English Prepositions As Function Words Are Not As Easy For Language Learners As Normally Supposed To Be*. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/361943299_English_Prepositions_As_Function_Words_Are_Not_As_Easy_For_Language_Learners_As_Normally_Supposed_To_Be.
- Yuji Nakamura, (2013). *Agentive prepositions in the Bricking Homilies*. Retrieved from: <https://dcu.repo.nii.ac.jp/records/367>

CARACTERÍSTICA LINGUOESTILÍSTICA DE LA IMAGEN FEMENINA EN LA NOVELA DE ROSA MONTERO “LA HIJA DEL CANÍBAL”

Herasymenko M. V.

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

Sudorzhenko H. P.

Candidata a doctora en Filología

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

La descripción de la imagen femenina ha sido objeto de investigación entre los lingüistas como españoles tanto ucranianos (Ahumada Peña, H., Antón, C. G., Gago J., Melero, N., Páez, E., Zúñiga, G. F. Котова, М. М). En las últimas décadas, la representación de la mujer en la literatura ha sido un tema de creciente interés en los estudios literarios y lingüísticos. Con la evolución de los roles de género en la sociedad, la literatura ha reflejado estos cambios, pasando de representar a la mujer como un personaje pasivo y subordinado a construir figuras femeninas con mayor autonomía, complejidad psicológica y profundidad narrativa. Sin embargo, con el desarrollo de la sociedad y los cambios socioculturales, los personajes femeninos de la ficción han ganado en profundidad e independencia (Antón, 2017).

Estos cambios son especialmente notables en la literatura española contemporánea, donde autoras como Rosa Montero se replantean activamente los roles de género tradicionales. Su novela “La hija del Caníbal” es un ejemplo de texto literario donde la autora utilizando diversos medios lingüísticos y estilísticos demuestra la transformación de la imagen femenina.

El estilo de autor consiste en su propia manera de elegir recursos léxicos, construcciones sintácticas, tropos artísticos y técnicas de composición. La definición del estilo como fenómeno varía en función del enfoque científico. El autor en el texto literario configura la singularidad del personaje y determina cómo transmitir sus pensamientos y sentimientos (Melero, 2005). El estilo propio de Rosa Montero es un vivo ejemplo de fusión de géneros, en el que combina armoniosamente elementos de ficción y periodismo (Ahumada Peña, 2000). Por eso, sus obras adquieren profundidad, multiplicidad de niveles y la capacidad de explorar la realidad a través de un prisma literario.

El objeto del nuestro estudio es la investigación de los recursos lingüísticos y estilísticos utilizados por la autora para construir la identidad de la protagonista.

En la novela “La hija del Caníbal”, el lenguaje desempeña un papel clave en la formación de la identidad de una mujer (Zúñiga, 2013). La protagonista, Lucía, pasa un difícil camino de autodescubrimiento, y los cambios en su mundo interior se reflejan a través de las peculiaridades del lenguaje y el estilo: de la confusión y la duda a la confianza y la independencia.

La creación de un retrato psicológico de la protagonista es un aspecto importante en la literatura que permite transmitir la profundidad de carácter, las emociones y el mundo interior del personaje. Esto se consigue mediante el uso de diversos

medios lingüísticos que forman una imagen polifacética de la protagonista y de su estado psicoemocional.

Las peculiaridades lingüísticas y estilísticas del personaje femenino de la novela conforman su profundidad y autenticidad. En la revelación del mundo interior de la protagonista desempeña un papel importante el monólogo interior, que nos permite asomarnos a sus dudas, temores y aspiraciones (Gago, 2017). La ironía y el sarcasmo se utilizan para transmitir su actitud escéptica ante el mundo, su incertidumbre y su lucha con sus propias emociones.

El contraste entre los ideales tradicionales de feminidad y las nuevas ideas de independencia y autorrealización queda patente en los diálogos de la protagonista con otros personajes. El diálogo no solo sirve para dar voz a los personajes, sino que también refleja sus relaciones y dinámicas con los demás. Las interacciones entre personajes a través de sus palabras pueden mostrar conflictos, jerarquías y cambios emocionales sin necesidad de una narración detallada (García Jiménez, 2003). El simbolismo, en particular, el uso de ciertas imágenes metafóricas, refleja los profundos cambios internos que se producen en ella a lo largo de la obra. Asimismo, el uso de diversos recursos estilísticos ayuda a crear una imagen femenina más profunda y multifacética.

Además, es oportuno notar la sintaxis variada para crear dinámica narrativa. Por un lado, distintos tipos de oraciones compuestas que expresan relaciones de modalidad subjetiva sirven para transmitir pensamientos y sentimientos de un personaje. Por otro lado, las oraciones no extensas y fragmentadas pueden servir para mostrar la tensión emocional, el miedo o la ira, y aumentar el dramatismo.

A partir de la información precedente, podemos concluir que los medios lingüísticos y estilísticos utilizados en la novela contribuyen a que la imagen de la protagonista sea realista y multidimensional. De este modo, la novela de Rosa Montero les permite a los lectores penetrar en lo profundo de la identidad femenina, de la libertad de elección y el desarrollo interior.

LITERATURA

- Ahumada Peña, H. (2000). *Guiños Esperpénticos en la Narrativa de Rosa Montero. Cyber Humanitatis*, (14).
- Antón, C. G. (2017). *La mujer en la contemporaneidad literaria. Letras*, (6), 133–139.
- GAGO, J. (2017). Simulación del yo y monólogo interior. El relato de Salinas. *Écho des études romanes*, 13(2), 55–65.
- Melero, N. (2005). *¿Qué es el estilo literario? Apuntes y reflexiones de un traductor. Cuadernos Cervantes de la Lengua Española*, (57), 12–17.
- Páez, E. (2005). *Escribir. Manual de técnicas narrativas*. Ediciones SM.
- Zúñiga, G. F. (2013). *Manual de creación de personajes*.
<http://hdl.handle.net/20.500.12749/979>

ESTRUCTURA Y SEMÁNTICA DEL LÉXICO MILITAR EN ESPAÑOL Y PECULIARIDADES DE SU TRADUCCIÓN AL UCRANIANO

Herasymets P. V.

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

Dirigente científica: **Bokova P. M**

Doctora en filología, profesora asociada

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

Uno de los desafíos globales a los que se enfrenta la humanidad moderna son los conflictos militares en zonas de guerra en todo el mundo. Es importante tomar conciencia de la necesidad de informar sobre estos acontecimientos de manera veraz y adecuada, ya que, con frecuencia, el lenguaje utilizado para describir y analizar los eventos militarizados se convierte en una herramienta manipuladora en manos de políticos, medios de comunicación, expertos militares, historiadores, escritores, entre otros. La selección de unidades léxicas con una connotación específica determinará la pragmática de la expresión. Por lo tanto, el estudio del léxico militar se sitúa dentro del ámbito de las cuestiones relevantes de la ciencia lingüística y define la pertinencia de esta investigación, cuyo objetivo es examinar el concepto de léxico militar y los enfoques para su estudio. El léxico militar es un sistema complejo que incluye conceptos relacionados tanto con la vida cotidiana de los militares como con sus tareas directas en el servicio. Además, el léxico militar está estrechamente entrelazado con el lenguaje cotidiano, y las unidades léxicas militares aparecen cada vez más en el vocabulario del hablante. Por ello, su sistematización, clasificación y estudio de los procesos de formación y difusión resultan pertinentes y necesarios.

Existen diversas perspectivas sobre la definición del concepto de “léxico militar”. Sin embargo, lo fundamental es comprender que el léxico militar es un vocabulario particular que refleja, de una manera u otra, la influencia de factores internos y externos que deben considerarse en la traducción. La terminología militar ocupa un lugar especial en el sistema léxico de cualquier idioma. La traducción de este léxico al ucraniano se complica por las diferencias semánticas, los diversos contextos histórico-culturales y las peculiaridades gramaticales. Según los científicos se divide el léxico militar en varias categorías: a. términos oficiales y rangos militares (*general, capitán, teniente, soldado* – *general, capitán, teniente, soldado*). b. nombres de armas y equipo militar (*fusil, tanque, misil, dron* – *fusil, tanque, misil, dron*). c. estrategias y tácticas (*guerra de guerrillas, ataque relámpago, defensa táctica* – *guerra de guerrillas, ataque relámpago, defensa táctica*). d. argot y eufemismos (*teatro de operaciones, bajas colaterales, pacificación* – *teatro de operaciones, bajas colaterales, “pacificación” como eufemismo para la represión de la resistencia*).

El estudio del léxico militar en sincronía y diacronía ha permitido a los investigadores dividirlo en los siguientes grupos principales: – terminología militar, que designa conceptos “directamente relacionados con el ámbito

militar, las fuerzas armadas, los métodos de combate, etc.” – terminología técnico-militar, que también abarca conceptos directamente vinculados con el ámbito castrense y sus estrategias. – léxico militar con carga emocional, representado por palabras y expresiones que se utilizan con mayor frecuencia en el habla militar coloquial y que, en la práctica, funcionan como sinónimos estilísticos de los términos militares correspondientes. El léxico militar en español a menudo incluye: significados metafóricos (*trinchera política – guerra de trincheras política, campo de batalla económico – campo de batalla económico*, eufemismos para ocultar el verdadero significado de las acciones (*neutralización – eliminación, operaciones especiales – operaciones militares secretas*), préstamos de otros idiomas , especialmente anglicismos (*drone, radar, briefing*) (Sánchez, 2019).

La terminología militar es una parte integral del léxico militar, por lo que requiere un análisis detallado. La terminología militar y su vocabulario especializado son la base de la cooperación en operaciones militares y la comprensión mutua. La sistematización de la terminología militar permite organizar y ejecutar operaciones conjuntas y formular órdenes con claridad. Cabe señalar que una característica distintiva del léxico militar es la presencia de palabras y expresiones eufemísticas con carga emocional, basadas en la combinación semántica de distintos significados dentro de un mismo contexto o en palabras y expresiones de sonido similar (López, 2021). Dentro de las unidades con carga emocional del léxico militar se pueden incluir el argot militar, jergas y expresiones idiomáticas específicas.

El léxico militar desempeña un papel crucial en la formación del español contemporáneo y constituye un sistema complejo, cuyos componentes se desarrollan de manera independiente y se influyen mutuamente. Tras un análisis detallado del concepto de “léxico militar”, se ha llegado a la conclusión de que la terminología militar, como una de sus mayores subdivisiones, define conceptos directamente relacionados con la actividad militar y conlleva la mayor carga semántica. Asimismo, se ha determinado que la terminología militar está formada por un conjunto de términos específicos, que a su vez se definen como unidades léxicas que designan conceptos de carácter general o especializado dentro del ámbito militar. Por otro lado, el léxico militar con carga emocional está compuesto por palabras y frases utilizadas en la vida cotidiana de los militares y puede emplearse con fines estilísticos para representar acciones militares o nombrar objetos y elementos de uso habitual en el ejército.

LITERATURA

- Sánchez, R. (2019). La terminología militar en español: evolución y estructura. Madrid: Ediciones Académicas.
- López, J. (2021). Eufemismos y metáforas en el lenguaje militar español. Barcelona: Instituto Lingüístico.

A REVIEW OF RECENT STUDIES ON THE PHONEMIC STRUCTURE OF LINGUISTIC UNITS (WITH REFERENCE TO GERMANIC LANGUAGES)

Hlazkova C. T.

Kyiv National Linguistic University
Scientific supervisor: **Subota S. V.**
CSc. (Philology), Associate Professor
Kyiv National Linguistic University

During the last decade, various studies of the phonological organisation of the Germanic languages have been undertaken by both domestic and foreign linguists.

One of the fundamentals of such research is understanding of the phonemic structure on the level of linguistic units (morphemes, syllables, words, and word-forms), achieved by description and analysis of language material, generally collected from either lexicographic sources or various corpora (Golston, Wiese, 1998; Kuzmenko, 2019). That allows the academics to put forward some universals, formulate templates of phonological organisations of the Germanic language group (Van Oostendorp, 2020).

While the standard varieties have been studied extensively, the examinations of phonological structure of dialects have been found lacking. This understanding has motivated further analysis of the Germanic languages in their regional forms, e.g., the syllable structure of German dialects (Lameli, 2022).

The synchronic studies of Modern English and its variants continue contributing to the data field of phonology. For instance, the research of phonemic structure of North American words has been conducted, using the lexicographic material of the CMU English Pronouncing Dictionary and statistical computing (Yang, 2016). The data set of 116,588 entry words was divided into syllables, and analysed from the perspective of phoneme distribution and that of syllable structure. The mono- and disyllabic words were noted to be the most frequent. The results obtained have been comparable with those of the speech corpus analysis.

The issues of Old Germanic languages have been under consideration for more than twenty years. The analysis of the syllable weight of North Germanic languages and their dialects has suggested a modelling of the phonological development from Old to Modern Germanic languages (Kristoffersen, 2011).

Taking into account most preferred Germanic word length, the research of the Gothic monosyllables (Басько, 2005) has been conducted. The later studies (Cybora, 2023) have highlighted the similar tendencies in the phonological structure of the Gothic root morpheme and word/syllable, e.g., the equally high constructive potential of such canonical forms as CVC, and CVCC.

The Gothic word-forms (cf. a lexeme, a word in its abstract sense) and their organisation have been thoroughly analysed, demonstrating the language-specific restrictions and limitations (Park, 2020).

Currently, more and more studies on the analysis and re-evaluation of the Old English phonemic inventory are conducted (e.g., Stenbrenden, 2020). However,

the thorough description of the phonological structure of the language at the given stage of development necessitates the analysis of phonemic distribution and functioning.

There have been diligent studies of the Old English phonological organisation on the morphemic (Cyбopa, 2012) and syllabic (Ioroi, 2016) levels. The phonemic structure of word has not yet been investigated upon large database.

As may be noted, the phonemic structure of Germanic language units has been studied both in standard varieties and dialects, while the analysis of the phonemic structure of the Old English word is currently not fully concluded. This contributes to the relevancy of its research.

LITERATURE

- Golston, Ch., Wiese, R. (1998). The structure of the German root. In Kehrein, W., Wiese, R. (eds.), *Phonology and Morphology of the Germanic Languages* (pp. 165–185), Max Niemeyer Verlag.
- Ioroi, Takahiro. (2016). *Syllable structure in Old English (Part 1)*. 『高知県立大学文化論叢』 4, 1–19.
- Kristoffersen, G. (2011). Quantity in Old Norse and modern peninsular North Germanic. *Journal of Comparative Germanic Linguistics*, 14(1), 47–80.
- Kuzmenko, Yu. (2019). Shortening of long stressed vowels in Frisian. *Scandinavian Philology*, 17(1), 5–21.
- Lameli, A. (2022). Syllable structure spatially distributed: patterns of monosyllables in German dialects. *Journal of Germanic Linguistics*, 34(3), 241–287.
- Park, S. (2020). Phonemic patterning of word-forms in Gothic. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*, V(1), 228–274.
- Stenbrenden, G.F. (2020). Old English <cg> and its sound correspondences in Old English and Middle English. *English Language & Linguistics*, 24(4), 687–718.
- Van Oostendorp, M. (2020). Germanic syllable structure. In Putnam, M. T., Page, B. R. (eds.), *The Cambridge Handbook of Germanic Linguistics*, (pp. 33–48), Pennsylvania State University.
- Yang, B. (2016). Phoneme distribution and syllable structure of entry words in the CMU English Pronouncing Dictionary. *Phonetics and Speech Sciences*, 8(2), 11–16.
- Васько, Р.В. (2005). Фонемна структура односкладових словоформ готської мови. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*, 7, 35–41.
- Субота, С. В. (2012). *Фонемна структура кореневої морфеми в давньо-, середньо- та новоанглійський період (на матеріалі лексикографічних джерел)* [Дис. ... канд. філол. наук, Київ. нац. лінгвіст. ун-т].
- Субота, С. В. (2023). Фонемна структура кореня в готській мові (комплексний кількісний аналіз на матеріалі словників). *Вісник КНЛУ. Серія Філологія*, 26(1), 139–154.

STRATEGIES AND WAYS OF TRANSLATING NOUN CLUSTERS DENOTING PARIS 2024 OLYMPIC GAMES

Hopkalo Y. V.

Kyiv National Linguistic University

Research Supervisor: **Nykytchenko K. P.**

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

Mass media discourse abounds in noun clusters which help convey information succinctly and effectively. Referring to Korunets I. V. (2017), asyndetic noun clusters can be defined as “word-groups consisting of two, three or more nouns” that are in “subordinate relations to each other” (p. 225). This means that one noun in its structure is nucleus, which as a rule takes the final position, and one is adjunct. Such substantival clusters can consist of two, three, four, five, six or seven components.

The semantic structure of asyndetic noun clusters is condensed, so it may be difficult to identify clearly their components and structure. An adjective can be added to the structure of a cluster and this does not change the asyndetic nature of a cluster but can change the starting point of translation (Shlapak, 2016, p. 59).

The ways of noun clusters translation can be defined according to the following factors: the number of units in a cluster, the semantic relations between the components, the structure of an adjunct and a head nouns, the presence of adjectives, participles or any other part of speech. A crucial point is to choose the starting component for translation (Shlapak, 2016, p. 58).

Karaban V. I. (2004, p. 383) claims that translation of complex words consists of two main steps: analytical and synthetic. During the analytical stage a translator defines the components of a cluster, what semantic relations the components have with each other and the head noun. The nature of these connections predetermines the order of noun cluster translation. The synthetic phase means arranging of these components according to the semantic relations and producing the final variant of translation.

Two-component asyndetic noun clusters appear to be the most widely used in mass media discourse, the translation of which either starts from the head noun (“*tyre whisperer*” – “*заклинатель шин*”) or the adjunct noun (“*summer break*” – “*літні канікули*”). Some asyndetic noun clusters can have compound adjuncts (“*cup-winning captain*” – “*капітан-переможець кубку*”).

The structure of two-component clusters can vary considerably. They can have either A+NN structure (“*British cycling programme*” – “*британська велопрограма*”) or AN+N structure (“*Olympic Games Paris 2024*” – “*Олімпійські ігри у Парижі 2024*”) and this semantic interrelation between the components defines the approach to translating it.

Similarly to two-component clusters, the translation of three-component asyndetic noun clusters is predetermined by the units of the cluster themselves. If a noun cluster is of the NN+N-type, the most common approach of translation is to start with the head noun, then proceed with the first noun and the second one: “*Winter Sports Festival*” – “*фестиваль зимових видів спорту*” (a 3-1-2 approach)

(Корунець, 2017, р. 232). If it is the N+NN-type cluster, the translation should start with the NN head component: “Friday’s opening ceremony” – “церемонія відкриття в п’ятницю”.

The translation of four-component asyndetic noun clusters requires careful attention to their components. As a rule, one can begin translation with the head noun and move to the first adjunct noun, as in the following example, “Paris Olympics badminton tournament” – “турнір з бадмінтону на Олімпійських іграх у Парижі”. Sometimes the structure of four-component noun clusters is not clear and components can denote some nationally-biased lexicon, so such clusters are translated descriptively (Корунець, 2017, р. 238): “French judo champion Teddy Riner” – “Чемпіон Франції з дзюдо Тедді Рінер”; “three-time gold medal sprinter Marie-José Pérec” – “триразовий володар золотої медалі спринтер Марі-Жозе Перек”. Various approaches of translation can be used, if an adjective, participle or N’s component is added to a noun cluster: “Olympic Games Paris 2024 men’s doubles quarter-finals” – “чвертьфінал чоловічого парного турніру Олімпійських ігор у Парижі 2024 року”.

Sheverun N. V., Nikolska N. V. and Kositska O. M. (2022) claim that the translation of multicomponent terms necessitates the usage of contextual method, which helps decode the meaning of groups of nouns. Thus, “Olympic Games Paris 2024 marathon record-breaking performance” – “Олімпійські ігри в Парижі 2024 рекордний результат марафону” is translated beginning with the head noun. In this context the first component is an adjective, so translation starts with it.

Six- and seven-component asyndetic noun clusters are rarely encountered in the mass media discourse. Firstly, it is necessary to define a head noun and it will be a starting component for translation. Then we look how the components are semantically connected in a cluster. For example: “Spanish Mixed marathon walk relay record holder María Pérez” – “Іспанська рекордсменка змішаної марафонської естафети зі спортивної ходьби Марія Перес”.

To conclude, asyndetic noun clusters are difficult to translate because of condensed semantic nature. Semantic connections between the units of the cluster play the most important role when the approach of translation is chosen.

BIBLIOGRAPHY

- Карабан, В. І. (2004). *Переклад англійської наукової і технічної літератури: граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми*. Нова Книга.
- Корунець, І. В. (2017). *Теорія і практика перекладу (аспектний переклад)*. (5-те вид. виправ. і допов.). Нова Книга.
- Shlapak, I. (2016). Rendering of terms and term-word combinations from English to Ukrainian. *Інформаційна культура у просторі професійної комунікації: мат. всеукр. наук.-метод. інтернет-конф.*, 57–60.
- Sheverun, N. V., Nikolska, N. V., & Kositska, O. M. (2022). Structural Features of English Multicomponent Terms into Ukrainian Translation (on the basis of sublanguage of transportation organization and transport management). *Закарпатські філологічні студії*, 2 (23), 207–212.

EINFLUSS DES RÖMISCHEN REICHES AUF DIE DEUTSCHE SPRACHE UND KULTUR.

Hrehul Y. D.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Wissenschaftliche Betreuerin: **Petrochuk O. W**

Dozentin. Nationale Linguistische Universität Kyjiw

“Non tam praeclarum est scire Latine, quam turpe nescire” (Cicero, n.d.) – “Не так почесно знати латину, як ганебно її не знати” (Balalaeva, & Vakulyk, 2012). Die Bedeutung der lateinischen Sprache für die Geschichte der europäischen Zivilisation wird an dieser Aussage deutlich.

In der Epoche der Blütezeit des Römischen Reiches fungierte Latein als die einflussreichste Sprache auf dem europäischen Kontinent. Ihre Verbreitung erstreckte sich nahezu über den gesamten europäischen Kontinent, den Nahen Osten, Ägypten und Teile Nordafrikas. Die lateinische Sprache etablierte sich infolge von Kriegen, Handelsbeziehungen und der Interaktion mit der Außenwelt als internationale Kommunikationssprache. Sie drang aktiv in die eroberten Regionen ein und vermischte sich mit den lokalen Dialekten, was deren Wortschatz und Grammatik stark prägte.

Der Beginn der kulturellen und sprachlichen Kontakte zwischen Römern und Germanen ist eng mit den militärischen und handelspolitischen Beziehungen verknüpft. Eine der bedeutendsten Informationsquellen bezüglich der frühen Interaktionen ist das Werk des römischen Historikers Plinius der Ältere (23–79 n. Chr.). Sein Werk “Bella Germanica” umfasste 20 Bücher, die den Kriegen Roms mit germanischen Stämmen gewidmet waren. Es liegen keine Quellen vor, die einen vollständigen Text dieses Schriftstellers ermöglichen würden. Jedoch konnten einige Fragmente seines Schaffens in den Werken späterer römischer Autoren nachgewiesen werden.

Es lässt sich feststellen, dass die lateinische Sprache und Kultur einen wesentlichen Einfluss auf fast alle modernen europäischen Sprachen hatte, insbesondere auf die romanischen Sprachen (Italienisch, Spanisch, Rätoromanisch etc.). Zu den Sprachgruppen, die in hohem Maße vom Lateinischen beeinflusst wurden, zählen die germanischen Sprachen. Unter diesen ist besonders hervorzuheben die Gruppe der Sprachen, aus denen sich später das heutige Deutsch entwickelt hat.

In Bezug auf den Einfluss des Römischen Reiches auf die germanischen Sprachen und die germanische Kultur nimmt die Sprache als Träger immaterieller Kultur eine bedeutende Rolle bei der Wiedergabe ethnokultureller, psychologischer und mythologischer Vorstellungen und Erfahrungen ein. In diesem Kontext ist eine Erwähnung des Lateinischen unerlässlich. Es fungierte nicht nur als Kommunikationsmittel, sondern auch als einflussreiches Instrument der kulturellen Integration und des Wissenstransfers.

Die Bedeutung des Lateinischen für die Entwicklung der deutschen Sprache wird durch zahlreiche Studien bestätigt: Marek Vondruška zitiert in seiner Magisterarbeit “Untersuchungen zu Latinismen und Gräzismen in ausgewählten deutschsprachigen Zeitungen” verschiedene Wissenschaftler, die den Einfluss des Lateinischen auf die germanischen Sprachen untersucht haben. Schmidt und Langner stellen

insbesondere fest: “Besonders starke Einflüsse von Latein empfangen die (“West”) germ. Sprachen” (zit. nach Schmidt, & Langner, 1996, S. 59). Eisenberg vertritt eine ähnliche Meinung: “Von allen betrachteten Sprachen hat die Deutsche zum Lateinischen die älteste direkte Verbindung” (zit. nach Eisenberg, 2012, S. 77).

Darüber hinaus ist bei der Erwähnung der lateinischen Sprache der Einfluss des Griechischen zu berücksichtigen. Der ständige Kontakt zwischen den Römern und den Griechen führte dazu, dass die lateinische Sprache stark von der griechischen beeinflusst wurde. Diese Beeinflussung manifestierte sich in sogenannten indirekten Entlehnungen. Da die Sprache ein wesentliches Element der Kultur einer Gesellschaft darstellt, ist dieser Prozess von großer Bedeutung. Gleichzeitig ist er oft unsichtbar geblieben, da die meisten griechischen Lehnwörter über das Lateinische in die germanischen Sprachen gelangten.

Obwohl Latein heute oft als “tote Sprache” bezeichnet wird, hat es seinen Status als “lebende Sprache” offiziell nur im Vatikan beibehalten. Dennoch zeigt sich sein Einfluss weiterhin in den Bereichen Wissenschaft, Medizin und Recht. Latein hat nach wie vor einen hohen Stellenwert in der globalen Kultur, Terminologie und Bildung und nimmt auch in der modernen Welt eine einzigartige Rolle ein.

Zusätzlich zu seinem sprachlichen Einfluss hat das Lateinische auch ein umfangreiches kulturelles Erbe hinterlassen. In ganz Europa finden sich zahlreiche historische Denkmäler mit lateinischen Inschriften, die von der Bedeutung dieser Sprache für die Verwaltung, die Architektur und das kulturelle Leben der alten Zivilisationen zeugen. Ein solches Beispiel ist die Porta Nigra in Trier, Deutschland.

Daraus lässt sich schließen, dass das Latein nicht nur zur Entstehung der romanischen Sprachen beigetragen hat, sondern auch die Entwicklung des Deutschen und anderer europäischer Sprachen wesentlich beeinflusst hat.

LITERATUR

- Vondruška, M. (2016). *Untersuchungen zu Latinismen und Gräzismen in ausgewählten deutschsprachigen Zeitungen* [Magisterarbeit, Univerzita Palackého v Olomouci].
- Балалаєва, О. Ю., & Вакулик, І. І. (2012). *Латинська мова: Довідник для студентів спеціальності “Водні біоресурси та аквакультура”* (І. В. Соломаха, Ред.). Фітосоціоцентр.

SEMÁNTICA Y PRAGMÁTICA DE LAS INTERJECCIONES EN LAS OBRAS DE GARCÍA LORCA

Ivanova Y. I.

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

Sudorzenko H. P.

Candidata a doctora en Filología

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

La lengua es un sistema de reglas y estructuras y también es un mecanismo vivo que con sus recursos léxicos, gramaticales y fonéticos refleja emociones, intenciones

y relaciones entre las personas. Uno de los medios de expresión lingüística más llamativos son interjecciones que desempeñan importantes funciones comunicativas, emocionales y pragmáticas. En la lengua española desempeñan un papel especial en el discurso artístico, ya que ayudan a transmitir emociones, sirven para atraer la atención del interlocutor o influir en la dinámica del diálogo.

Las interjecciones se identificaron por primera vez como clase léxica y gramatical independiente (parte de la oración) en la gramática latina de Varrón (siglo I a.c.). Con el desarrollo de la ciencia gramatical, la naturaleza de las interjecciones ha sido definida de distintas maneras. La primera definición encontramos en la obra de A. Nebrija “Gramática de la lengua castellana”. Nebrija no las clasifica como categoría gramatical independiente para él las interjecciones forman parte de los adverbios. Antonio Nebrija explica que a diferencia de la tradición latina, que consideraba las interjecciones como una parte separada del discurso, su clasificación (basada en el modelo griego) considera las interjecciones como uno de los significados de un adverbio. Nebrija subraya que las interjecciones expresan ciertos estados emocionales con la ayuda de sonidos indefinidos, por ejemplo *ai* (expresa dolor), *jajaja* (risa), *tat, tat* (señal de advertencia). Así pues, las interjecciones se consideran elementos lingüísticos peculiares que sirven para transmitir experiencias emocionales. [Nebrija, p.198]

Actualmente, el estudio de las interjecciones en la lingüística hispánica presenta múltiples enfoques y clasificaciones. Aunque las interjecciones han sido objeto de interés desde la gramática tradicional, su análisis sistemático en términos de semántica y pragmática ha cobrado especial relevancia en los estudios modernos. Las interjecciones son unidades lingüísticas que expresan emociones, estados de ánimo y actitudes del hablante de manera espontánea y con un alto grado de fijación estructural. Su interpretación depende en gran medida del contexto comunicativo y de la intención del hablante (Alarcos Llorach, 1995).

Cada sistema lingüístico posee un conjunto de interjecciones que reflejan la idiosincrasia y las particularidades culturales de una comunidad. En español, las interjecciones no solo cumplen una función expresiva, sino que también pueden actuar como marcadores discursivos, modulando el flujo de la comunicación. La interacción entre semántica y pragmática en el uso de interjecciones permite comprender mejor la dinámica del discurso y la forma en que los hablantes transmiten significados más allá del nivel léxico.

Nuestro objeto es investigar la estructura, semántica y pragmática de las interjecciones en español, así como caracterizar peculiaridades de su funcionamiento en diferentes situaciones comunicativas e identificar especificidades de su traducción a partir de las obras de Federico García Lorca.

Acerca de la estructura de las interjecciones, según la RAE, las interjecciones pueden ser simples *¡ay!*, *¡cielos!*, *¡venga!*, *¡diablos!* o compuestas (locuciones interactivas) que están formadas por dos o más palabras como *¡Ay de mí!*.

Analizando la interpretación semántica de las interjecciones llegamos a la conclusión que ella depende del contexto en el que se utilizan interjecciones. Por ejemplo, la interjección *¡Andá!* puede expresar sorpresa, incredulidad o alegría, dependiendo de la entonación y el entorno comunicativo (Bernardi, 2017).

Referente a la pragmática de las interjecciones el Diccionario de la lengua española, indica que en términos pragmáticos, las interjecciones cumplen diferentes funciones en el discurso artístico. Ellas actúan como recursos de cortesía, elementos de refuerzo expresivo o estrategias discursivas para captar la atención del interlocutor. En español, palabras como “*bueno*” y “*pues*” pueden funcionar como interjecciones con valor pragmático, modulando el discurso y facilitando la interacción verbal (Galant, 1998). A partir del análisis realizado, podemos concluir que las interjecciones en español son elementos lingüísticos con una fuerte carga expresiva, cuya interpretación depende tanto de su estructura como del contexto pragmático en el que se emplean.

LITERATURA

- Alarcos Llorach, E. (1995). Gramática de la lengua española. – Madrid: “Real Academia Española”, p. 240.
 Doi <https://archive.org/details/gramaticadelalen0000alar/page/240/mode/2up?view=theater>
- Bernardi, A. L. (2017). *Las interjecciones deverbales cinéticas: hacia un bosquejo de un principio ordenador desde una mirada cognitiva*. La Plata, p. 84. Doi https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/79247/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Galant, B. (2020). *Los marcadores discursivos pues y bueno desde el prisma de su traducción al polaco*. Romanica Cracoviensia, p. 30.
 Doi <https://www.ejournals.eu/pliki/art/16745/>
- Nebrija, A. (1981). *Gramática de la Lengua Castellana*. Madrid: Editorial Planeta Alvi, p. 198.

STRATEGIEN DER WIEDERGABE VON PHRASEOLOGISCHEN EINHEITEN MIT DER KOMPONENTE “SEELE”

Jastschuk S. I.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Wissenschaftliche Betreuerin: **Formanjuk O. L.**

Doktorin, Dozentin

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Die Phraseologie nimmt unter den anderen Sprachwissenschaften einen wichtigen Platz ein. Sie befaßt sich mit festen Wortverbindungen einer Sprache. Diese Wortgruppen übernehmen bestimmte Funktionen und können in ihrer Bedeutung einzelnen Wörtern innerhalb des Sprachsystems und in Sätzen ähneln. Zu den Ersten, die Phraseologieeinheiten untersuchten, gehörten Lexikographen. Sie stellten fest, dass es in der Sprache feste Wortverbindungen gibt, die eine spezifische Struktur aufweisen und eine Bedeutung haben, die sich von der Summe der Einzelbedeutungen ihrer Bestandteile unterscheidet.

Phraseologismen sind oft Träger wertvoller kultureller Informationen, mit deren Hilfe man verschiedene Lebensbereiche besser verstehen kann. Verschiedene Komponenten, die Phraseologismen enthalten, können unterschiedliche Lebensbereiche beschreiben und als Ausdruck bestimmter Emotionen dienen. SEELE besitzt als spiritueller Begriff unter solchen Komponenten einen besonderen Platz ein und kann in verschiedenen Kontexten verwendet werden. Ziel dieser Untersuchung ist es, die semantischen Besonderheiten phraseologischer Einheiten mit "Seele" zu analysieren, ihre Bedeutung und Verwendung zu erklären und ihren Einfluss auf die Sprachkultur aufzuzeigen.

Die Vorstellung von der Seele umfasst verschiedene Bedeutungen. Sie kann als das innere Erleben eines Menschen verstanden werden, das seine Gedanken, Gefühle und sein Bewusstsein einschließt.

Philosophische Lehren prägten die Bedeutung der SEELE-Komponente. Seit dem 17. Jahrhundert befasste sich die Philosophie intensiv mit dem Verhältnis von Körper und Seele. Schiller und Goethe sahen die Seele als Quelle von Vernunft, Moral und Ästhetik. Schiller betrachtete die "Schöne Seele" als Ziel ästhetischer Erziehung – eine harmonische Einheit von Pflicht und Neigung, Vernunft und Sinnlichkeit, sichtbar in Anmut und Würde. Diese Ideen spiegeln sich in zahlreichen Redewendungen wider.

Redewendungen mit "Seele" sind oft bildhaft und metaphorisch. Die Redewendungen mit dieser Komponente können beispielsweise das emotionale Gleichgewicht oder innere Spannungen ausdrücken. Als Beispiel können folgende Ausdrücke angeführt werden: "*Sich etwas von der Seele reden*"; "*Das geht mir an die Seele*". Eine weitere Funktion dieser Komponente ist auch die Anzeige von Charaktereigenschaften oder die allgemeine Beschreibung des Menschen. Mit "Seele" ist hier das innere Wesen eines Menschen gemeint. In dieser Kategorie tritt die Komponente "Seele" typischerweise als Substantiv auf. Dies äußert sich in Ausdrücken wie: "*Eine treue Seele*"; "*Eine schwarze Seele haben*"; "*Eine gute Seele*"; "*Eine verlorene Seele*". Solche Ausdrücke haben entweder eine positive oder eine negative Konnotation.

Ausdrücke mit dieser Komponente werden oft verwendet, um die Bedeutung des Gesagten zu verstärken. Zu solchen Ausdrücken gehören: "*mit ganzer Seele*"; "*sich etw. von der Seele reden*", "*in die Seele treffen*".

Auch ist Es häufig zu beobachten, dass in Redewendungen mit der Komponente "SEELE" auch die Komponente "LEIB" enthalten ist, zum Beispiel: "*die Seele aus dem Leib frgen*"; "*die Seele aus dem Leib reden*"; "*Sich die Seele aus dem Leib schreien*". Dies lässt sich durch die besonderen Beziehungen zwischen Körper und Seele in philosophischen und theologischen Lehren erklären. In vielen philosophischen und religiösen Traditionen wird der Mensch als Zusammenspiel zwischen seinem physischen Körper ("Leib") und seiner immateriellen Essenz ("Seele") verstanden.

Manchmal treten in phraseologischen Einheiten mit der Komponente SEELE synonymische Ausdrücke auf, die dieselbe Bedeutung haben, aber stilistisch variieren, z. B. "eine Seele von Mensch" und "eine gute Seele sein".

Zusammenfassend beziehen sich diese Phraseologismen vor allem auf Spiritualität und Persönlichkeit. Ihre Bedeutungen zeigen den Einfluss religiöser und philosophischer Ideen. Sie drücken Emotionen, Charaktereigenschaften, Beziehungen und spirituelle Konzepte aus, sind oft metaphorisch und spiegeln kulturelle sowie sprachliche Traditionen wider.

LITERATUR

- Баран, Я. А., & Зиморя, М. І. (1999). *Теоретичні основи фразеології*. Доступ онлайн: https://shron1.chtyvo.org.ua/Zymomria_Mykola/Teoretychni_osnovy_frazeolohii.pdf
- Цегельська, М. В. (2002). Семантичні особливості фразеологізмів на позначення часу в українській мові. *Складні питання вузівського курсу української мови*, 86–90. <https://surl.gd/zqimmh>
- Алефіренко, М. Ф. (1987). *Теоретичні питання фразеології*. Вища школа.
- Брік, Н. (2022). Семантика ФО з компонентом на позначення “душа”. *Філологія XXI століття*, 11–13.

DIE ROLLE VON SOZIALEN NETZWERKEN IN DER VERBREITUNG DES JUGENDSLANGS

Karnakowa J. H.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Wissenschaftliche Betreuerin: **Formanjuk O. L.**

Doktorin, Dozentin

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Die Jugendsprache ist ein dynamisches und wandelbares Phänomen, das sich ständig weiterentwickelt. Besonders in der heutigen digitalen Welt spielen soziale Netzwerke eine entscheidende Rolle in der Verbreitung neuer sprachlicher Strukturen und Begriffe. Plattformen wie TikTok, Instagram und Twitter ermöglichen es Jugendlichen, schnell und unkompliziert miteinander zu kommunizieren, wodurch neue Ausdrücke und Slang-Begriffe innerhalb kürzester Zeit populär werden. Durch die globale Vernetzung verschwimmen geografische und kulturelle Grenzen, sodass sprachliche Einflüsse aus verschiedenen Regionen und Kulturen ineinanderfließen. Diese Form der digitalen Kommunikation beschleunigt den Sprachwandel und führt zur Etablierung neuer Begriffe im alltäglichen Sprachgebrauch.

Ein wesentlicher Aspekt dieses Phänomens ist die Funktionsweise sozialer Netzwerke selbst. Inhalte, die besonders viel Engagement erhalten – sei es durch Likes, Kommentare oder Shares – werden von Algorithmen bevorzugt verbreitet. Dadurch werden virale Trends geschaffen, die oft mit spezifischen sprachlichen

Mustern oder Schlagwörtern einhergehen. Besonders auffällig ist die Verbreitung von Anglizismen und internetbasierten Kürzeln wie *cringe*, *sus* oder *simp*, die sich ursprünglich im englischsprachigen Raum entwickelten und nun fester Bestandteil der deutschen Jugendsprache sind. Diese Begriffe werden durch Memes, Hashtags und virale Videos verbreitet und erreichen so eine breite Nutzerbasis. Dabei ist zu beobachten, dass nicht nur neue Wörter entstehen, sondern auch bestehende Begriffe neue Bedeutungen erhalten oder in veränderten Kontexten genutzt werden.

Ein weiteres Beispiel für den Einfluss sozialer Medien auf die Jugendsprache ist das Phänomen “Kiezdeutsch”. Dieser urbane Dialekt, der sich vor allem in multikulturellen Stadtvierteln wie Berlin, Frankfurt und Hamburg entwickelt hat, ist durch den Einfluss verschiedener Migrantensprachen, insbesondere Türkisch, Arabisch und Balkan-Sprachen, geprägt. Kiezdeutsch vereinfacht teilweise die deutsche Grammatik und verändert Satzstrukturen, wodurch es sich von der Standardsprache unterscheidet. Beispielsweise wird das Verb häufig ans Satzende gestellt weggelassen (*Gehst du Schule?* statt *Gehst du in die Schule?*). Dieser Dialekt hat sich ebenfalls über soziale Netzwerke verbreitet und Einzug in die mediale Berichterstattung gefunden. Durch die Interaktion in digitalen Räumen wie Chatgruppen oder Kommentarsektionen werden bestimmte sprachliche Muster verstärkt und weiterentwickelt. Dies zeigt, dass soziale Netzwerke nicht nur passive Plattformen zur Kommunikation sind, sondern aktiv an der Entwicklung und Standardisierung neuer Sprachformen beteiligt sind.

Die Evolution der Medien spielt hierbei eine zentrale Rolle. Die Art und Weise, wie Menschen miteinander kommunizieren, verändert sich durch technologische Innovationen kontinuierlich. Früher war der Sprachwandel hauptsächlich durch persönliche Interaktionen oder traditionelle Medien wie Fernsehen und Zeitungen geprägt. Heute sind es soziale Netzwerke, die als Haupttreiber dieser Entwicklung fungieren. Sie bieten nicht nur eine Plattform für informellen Austausch, sondern auch für bewusste sprachliche Inszenierung und Identitätsbildung. Jugendliche nutzen spezifische sprachliche Codes, um Gruppenzugehörigkeit zu signalisieren und sich von anderen Altersgruppen oder sozialen Schichten abzugrenzen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass soziale Netzwerke eine bedeutende Rolle in der Verbreitung und Entwicklung des Jugendslangs spielen. Sie schaffen eine Umgebung, in der sprachliche Trends entstehen, weitergegeben und modifiziert werden. Der Sprachwandel erfolgt heute schneller als je zuvor, da neue Begriffe in Echtzeit global verbreitet werden können. Dies führt zu einer dynamischen und flexiblen Jugendsprache, die sich ständig weiterentwickelt und die Art und Weise, wie junge Menschen kommunizieren, nachhaltig prägt.

LITERATUR

Bundeszentrale für politische Bildung. (2025, 14. März). *Neue Medien – Internet – Kommunikation*.

<https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/30956/neue-medien-internet-kommunikation/>

Zukunftsinstitut. (2025, 14. März). *Die Evolution der Medien*. Zukunftsinstitut.

<https://www.zukunftsinstitut.de/zukunftsthemen/die-evolution-der-medien>

Wiese, H. (2025, 14. März). *Kiezdeutsch – ein neuer Dialekt*. Bundeszentrale für politische Bildung.

<https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/32957/kiezdeutsch-ein-neuer-dialekt/>

Zeit Blog. (2025, 14. März). *Sprache verändert sich – Einflüsse auf das Deutsche*.

<https://blog.zeit.de/schueler/2010/11/11/sprache-veraendert-sich-%E2%80%93-einflusse-auf-das-deutsche/>

INCLUSIVE DISCOURSE AS A LINGUOCULTURAL PHENOMENON

Kerechanyn K. I.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Kyrychenko I. S.**

Assoc. Prof., PhD (Linguistics)

Kyiv National Linguistic University

Inclusive discourse has become a central topic in modern linguistics as societies become more culturally and linguistically diverse. This type of discourse aims to guarantee fair representation for all members of society, ensuring that no one is excluded. At its heart, inclusive discourse is about using language that respects and recognizes all individuals, regardless of their background, and it is closely tied to the beliefs and norms of a given culture. When we look at inclusive discourse from a linguocultural perspective, it helps us understand how language reflects social values and cultural traditions.

According to Fairclough (2013), language is not just a tool for communication but also a form of social practice that reflects and perpetuates existing power relations. Therefore, inclusive discourse plays a crucial role in challenging the traditional power dynamics often embedded in language. For instance, many languages have historically favored certain groups while excluding others through gendered, racial, or biased expressions. By addressing these issues in language, inclusive discourse supports the wider societal movement towards fairness and equality.

The way inclusive discourse develops can vary depending on the cultural and linguistic context. In English-speaking countries, much of the focus is on using gender-neutral language and addressing racial sensitivity. Meanwhile, in other cultures, different aspects of inclusivity are emphasized. For example, in Japan, the traditional honorific language system (keigo) is slowly being changed in corporate settings to reduce hierarchy while still showing respect. In Spanish-speaking countries, there are ongoing discussions about how to adapt their grammatically gendered language to include more gender-neutral forms. These differences show that while inclusivity is a shared goal, its implementation often depends on the unique cultural and linguistic background of each society.

One prominent example of inclusive discourse is the language used in international human rights documents. These documents are carefully crafted to avoid any language that may discriminate against or exclude any group. The

Universal Declaration of Human Rights, for instance, uses gender-neutral and culturally inclusive language to ensure that the rights it outlines are universally applicable. For example, the shift towards using “*person with a disability*” rather than “*disabled person*” reflects a change in how society perceives individuals with disabilities focusing on the person first, rather than defining them by their condition.

In many cultures, gendered language has reinforced outdated roles, often favoring men. For instance, terms like “*manpower*” or “*freshman*” used to suggest these roles were male-only. Now, more inclusive words like “*workforce*” or “*first-year student*” are used, recognizing that anyone can fill these roles. Similarly, phrases like “*ladies and gentlemen*” are being replaced with “*everyone*” or “*guests*” to be more welcoming to all genders, including non-binary individuals. The same applies to other areas like race and ability, where outdated or offensive terms are being replaced with more respectful and accurate ones.

The cultural aspect of inclusive discourse becomes clear when we look at how societal values shape language. In many parts of the world, using inclusive language is not just a linguistic trend but also a moral and social responsibility. Schools, the media, and other institutions play a key role in promoting inclusive language. For example, teachers who use inclusive language create a more supportive environment for all students, regardless of their cultural or social background. Similarly, media outlets have the power to influence public attitudes by choosing inclusive terms that help to avoid reinforcing harmful stereotypes.

However, implementing inclusive discourse is not always easy. Cultural and linguistic habits are often deeply rooted, and in some languages, the very language structure can make it hard to introduce inclusive forms. In languages with grammatical gender, for instance, it can be more difficult to find gender-neutral alternatives. Additionally, what is considered inclusive in one culture may not be seen the same way in another, highlighting the importance of considering the specific cultural context. As a result, the process of adopting inclusive discourse requires ongoing effort and sensitivity to changing the understanding of diversity and inclusion.

In conclusion, inclusive discourse is about more than just the words we use; it reflects a society’s commitment to fairness and respect for all individuals. As societies become more connected, the need for inclusive language will only increase, making it a vital area of study in linguistics. By encouraging inclusive communication, societies can create more equal social relationships, where all voices are heard and valued. Through education, policy changes, and conscious practice, inclusive discourse serves as both a linguistic and cultural tool for promoting social justice and equality.

REFERENCES

- Fairclough, N. (2013). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Routledge.
- Cameron, D. (2005). Language, Gender, and Sexuality: Current Issues and New Directions. *Annual Review of Applied Linguistics*, 25, 128–139.
- Wodak, R., & Meyer, M. (2009). *Methods of Critical Discourse Analysis*. SAGE.
- UNESCO (2009). *Promoting Gender Equality through Textbooks: A Methodological Guide*. UNESCO Publishing.

BODY LANGUAGE OF LEADERS AND EXPERTS IN MODERN ENGLISH DISCOURSE

Khailuk A. V.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Berezenko V. M.**

CSc. (Philology), Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

In the modern era of globalized interactions and digital communication, the ability to accurately interpret non-verbal cues is crucial for effective leadership. **Voice tone, gestures, facial expressions, and posture** play significant roles in shaping audience perceptions and influencing engagement, making a thorough understanding of non-verbal communication essential for leadership contexts.

The relevance of this study lies in its contribution to enhancing knowledge of non-verbal communication as a critical component of both leadership and expert discourse. By examining theoretical frameworks such as kinesics, paralinguistics, and other non-verbal signals, this study provides a comprehensive discussion of how non-verbal behaviors influence communicative effectiveness.

To achieve the research objectives, a variety of theoretical and practical methods were employed, including: a review of relevant scholarly works on non-verbal communication, classification and description of different types of non-verbal cues, analysis of proxemic, chronemic, haptic, olfactory, kinesic, paralinguistic, and oculesic behaviors in leadership settings, and an exploration of gender-specific patterns in non-verbal communication. Real-world examples, such as presidential debates, were analyzed to support and validate theoretical conclusions.

The practical application of this research lies in its potential use in professional development programs, especially for leaders, public speakers, and subject matter experts. The **academic foundation** for this research is based on key scholarly works, including *Nonverbal Communication* edited by Judith A. Hall and Mark L. Knapp; *Nonverbal Communication (Second Edition)* by Judee K. Burgoon, Valerie Manusov, and Laura K. Guerrero; *Nonverbal Communication Across Disciplines* by Fernando Poyatos; and the article *Nonverbal Communication* in the *Annual Review of Psychology* by Judith A. Hall, Terrence G. Horgan, and Nora A. Murphy.

The aim of this study is to analyze both theoretical frameworks and real-world applications of non-verbal communication, specifically in the context of leadership interactions. This includes investigating how leaders and experts use non-verbal mechanisms to influence, persuade, and assert authority.

Identifying and utilizing implicit connotations as a basis for nuanced interpretation is crucial for understanding these non-verbal cues. **Kinesics** studies gestures, posture, and facial expressions as indicators of emotion and social status. **Haptics** and **proxemics** focus on the use of touch and space, highlighting

cultural differences in signaling closeness, authority, and distance. **Chronemics** examines how time influences perceptions of hierarchy in communication, while paralinguistics focuses on vocal traits such as tone, pitch, rate, and volume. **Olfaction** explores how scent plays a role in identifying environmental cues and influencing communication, while **oculesics** examines eye movements and gaze in social interactions.

The analysis of the 2024 presidential debate between Donald Trump and Kamala Harris illustrates the importance of non-verbal cues in shaping public perception. Harris's neutral posture and confident smile contrasted with her accelerated blink rate, indicating stress. Trump's dominant presence was emphasized by exaggerated gestures and louder speech, reinforcing perceptions of power. The amplified microphone further magnified his body language, demonstrating how external factors can influence audience interpretation.

Thus, olfactics, sensory communication, proxemics, chronemics, haptics, kinesics, oculesics, paralinguistics, and prosodics are all integral to the process of interpretation, as they often convey meaning indirectly.

BIBLIOGRAPHY

- Ковалінська, І. (2014). *Невербальна комунікація*.
- Cecilia, L. (2023). *Categories of non-verbal communication: How to improve nonverbal communication skills*.
- Dash, B. B. (2022). Significance of nonverbal communication and paralinguistic features in communication: A critical analysis. *International journal for innovative research in multidisciplinary field*.
- Guo, Q., Chuechainat, K. (2024). *Theoretical studies and use of cross-cultural communication*.
- Hall, J. A., Horgan, T. G., Murphy, N. A. (2013). Nonverbal communication. *Annual Review of Psychology*.
- Mammadzada, S. S. (2023). *Verbal and non-verbal communication in linguistics*.
- Navarro, J., Karllins, M. (2008). *What Every Body is Saying*.

DIVERGENT THINKING VS CONVERGENT ONE

Khavrus E. O.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Sotnykov A. V.**

PhD, associate professor

Kyiv National Linguistic University

Creative cognition draws upon a diverse set of neurocognitive processes, but most research has focused on two main types of thinking: first, divergent thinking, referring to expansive generation of novel ideas, and second, convergent thinking, which requires homing in on a single response from a number of possible alternatives.

The process of thinking has always been in the focus of psychologists' attention. The six types of thinking are divergent, convergent, creative, abstract, logical, and concrete. Each of these types of thinking allows us to process information, solve problems, create new ideas, organize information, and make decisions. It was J. P. Guilford, a psychologist, coined the terms of divergent and convergent thinking in 1956 as part of developing his ideas on the nature of intelligence and creativity. According to him, both divergent and convergent thinking are used in the way we approach the solving of problems. He treated divergent thinking as having the following several key traits: **fluency** (the ability to produce a great number of ideas or problem solutions); **flexibility** (the ability to simultaneously propose a variety of approaches to a specific problem); **originality** (the ability to produce new, original ideas); **elaboration** (the ability to systematize and organize the details of an idea and carry it out).

Divergent thinking relies on throwing all the ideas out on the table no matter how difficult, crazy or unconventional they may seem. Divergence is the process of exploring and generating a wide range of ideas and possibilities without any judgment or criticism. Divergent thinking allows designers to expand the possibilities and consider different perspectives, angles, and dimensions of the problem.

In its turn, convergent thinking focuses on reaching one well-defined solution to a problem. This type of thinking is best suited for tasks that involve logic as opposed to creativity, such as answering multiple-choice tests or solving a problem where you know there are no other possible solutions. The main benefits of convergent thinking are the following ones: a quicker way to arrive at a solution; leaves no room for ambiguity; encourages organization and linear processes.

It is true to say that humans combine both of these ways of thinking. While divergent thinking gives several options to solve a problem without rejecting any ideas or approaches. Convergent thinking refers to the process of selecting, evaluating, and refining the most promising ideas from the divergent phase. It involves narrowing down and refining possibilities by selecting the best ideas and combining them to create a coherent and effective solution.

It is also true that divergent and convergent thinking are mostly used in management and brainstorming as the divergent stage provides a lot of ideas and approaches towards a problem and the convergent one gives the possibility to choose the best option out of offered ones. At the same time, there may be a bias towards convergent or divergent thinking. People with a bias towards convergent thinking can be uncomfortable with divergent thinking, seeing it even as a waste of time and unnecessary. This bias can lead to any time spent on divergent thinking being heavily curtailed, or bypassed altogether.

In general, there are the following benefits of divergent and convergent thinking: increased creativity and innovation, better decision-making, human-centered design, enhanced problem-solving and improved collaboration. Further researches in the fields of types of thinking will highlight the correlation between divergent and convergent thinking.

REFERENCES

- Guilford (1967). *The Nature of Human Intelligence*. McGraw-Hill, New York.
- De Vries, Henderika & Lubart, Todd. (2017). Scientific Creativity: Divergent and Convergent Thinking and the Impact of Culture. *The Journal of Creative Behavior*, 53. 10.1002/jocb.184.

RAISING AWARENESS ABOUT AMERICAN STUDIES THROUGH DEDICATED COMMUNICATION CAMPAIGNS

Khilchenko D. M.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Rykova H. S.**

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

Introduction/Purpose of the study

Communication campaigns are an efficient tool that allows to raise awareness, change people's behaviour and build relationships with target audiences. It has already become an integral part of sustainable growth for various business, civil society organisations, education sector and even governments around the world. This study explores how strategic communication campaigns can be used to demonstrate the unique value of the American Studies (AS) program at Kyiv National Linguistic University (KNLU). Through analysing targeted strategies to engage students, educators, and alumni, I will explore the process of creating communication campaigns for promoting specialized academic programs in a competitive landscape.

Key Concept and Frameworks

To establish a robust methodology for our research, the first part of this study comprises a desk research and assessment of relevant methodologies, such as the UK Government Communication Service's Framework (Campaign planning guidance, 2020) and American Communication Campaign Methodologies (Smith, R. D. 2020). Selected methodology provides a structured approach to communication campaign planning and execution. It consists of five key stages: [1] defining clear objectives through a strategic session with stakeholders, [2] understanding the needs of our target audience through Key Informant Interviews and desk research, [3] developing a coherent strategy and communication campaign based on the research findings, [4] implementing it and conducting an evaluation to measure campaign impact.

Approach

Using the methodology described above we will start our work with comprehensive desk research aimed to gather and analyse best existing practices in educational communication at the moment. The desk research will be followed up by Key Informant Interviews (KIIs) with 4 key target audiences: students studying

at KNLU bachelor program, master's degree students, faculty teaching American Studies, and University alumni. The purpose of the KIIs is to understand the target audience's perceptions, needs and current awareness about American Studies in general and KNLU's educational program specifically. Based on the insights from the interviews, a comprehensive communication strategy will be developed and will comprise a strategic approach to raise awareness about American Studies course, tailored messaging for different target audiences, tone of voice describing how to reach each audience effectively and a list communication channels for the campaign. It will also include pieces of content that are with the identified needs and preferences of the audience.

Expected outcomes of the Study

- Key Informant Interviews that will provide valuable insights on target audiences' perceptions and needs as well as challenges and opportunities for raising awareness about the American Studies program at KNLU.
- Communication strategy that will be based on the audience insight and will propose concrete actions to fulfill the purpose of this work – raise awareness about the American Studies program.
- Evaluation of the potential of the approach to be used for other academic areas facing similar challenges.

Conclusion

This work aims to explore the potential of strategic communication campaigns to promote educational programs. It will create a precedent of using targeted communication campaigns designed to improve the visibility and engagement of the American Studies program at KNLU. If successful, the results of this work will have potential to be applied to other university programs.

LITERATURE

- UK Government Communication Service. (n.d.). (2020) Campaign planning guidance.
<https://gcs.civilservice.gov.uk/guidance/marketing/delivering-government-campaigns/guide-to-campaign-planning-oasis/#OASIS-framework>
- Berger, J. (2021). *The catalyst: How to change anyone's mind*. Simon & Schuster.
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Successful qualitative research: A practical guide for beginners*. Sage Publications.
- Smith, R. D. (2020). *Strategic communication management: Building relationships, reputations, and brands*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781003024071>
- TEDx Talks. (2020, January 9). *It's Not Manipulation, It's Strategic Communication*. Keisha Brewer. TEDxGeorgetown [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=QGeHS4jO0X0>
- Center for Strategic Communications and Information Security. (2024) Communication campaigns guide.
https://spravdi.gov.ua/wp-content/uploads/2025/01/schoolforstratcom_posibnyk_z-rozrobky-comkampaniy.pdf

LOCALIZATION OF CULTURAL REALITIES IN FILM ADAPTATIONS OF A. CHRISTIE'S NOVELS

Kidalova K. V.

Kyiv National Linguistic University

Holiad N.

Candidate of Philology

Kyiv National Linguistic University

The localisation of cultural realities in film adaptations of Agatha Christie's novels is an extremely relevant topic that allows us to reveal the relationship between literary heritage and modern visual art. Agatha Christie, the master of the detective genre, created numerous works that have become a source of inspiration for directors from all over the world. However, each film adaptation is not just a transfer of a story from paper to screen, but a process of adaptation that takes into account the cultural, social and linguistic characteristics of the target audience.

It is important to note that both literary works and their film adaptations contain numerous words and expressions that reflect the specifics of a particular culture. These elements, known as *realia*, play a key role in conveying the cultural context of the original work. Realities include both historical and linguistic features that help not only to preserve the authenticity of the story but also to adapt it to the perception of a modern audience (Zorivchak, 1989).

R. P. Zorivchak (1989) provides classifications of *realia* according to historical, semantic and structural aspects. From the historical and semantic point of view, the linguist distinguishes:

- 1) *realia proper*;
- 2) historical *realia* (semantic archaisms);

In terms of structure, there are:

- 1) *realia-monomembers*;
- 2) *realia-polymembers*;
- 3) *realia-phraseological units*

Linguists develop a variety of approaches to translating realities, many of which have common features and can be combined into a fairly comprehensive classification. Ana Fernández Guerra (2012), Spanish academic in the field of translation studies, outlines the following strategies used in translating realities: 1) adaptation; 2) calque; 3) compensation; 4) omission; 5) equivalence; 6) modulation; 7) generalization and particularization; 8) literal translation; 9) paralinguistic or linguistic substitution; 10) transposition; 11) variation.

But the most significant method of translating any reality is localization. The following scholars have studied this linguistic phenomenon: Miguel A. Jiménez-Crespo, V. Yerko, Ye. Ivanytskyi, L. Statkevych.

There are many *realia* in Agatha Christie's novels that help to reflect the national colour. These elements include specific vocabulary, speech patterns and cultural details that reflect the traditions and way of life of a particular

time and place. However, in the process of film adaptation of Agatha Christie's novels, many of these realia are localized. This happens in order to ensure better perception of the film by viewers of other cultures, which requires changes in the language and cultural component. This process can be analysed using the example of the film "Death on the Nile":

1. "Sublime Jaffa cake" – "бісквітне тістечко". Sublime Jaffa cake was created in the UK by McVitie's in 1927. It consists of a thin layer of sponge cake, orange jelly filling and chocolate icing. This dessert is less known to audience outside the UK, so the term "бісквітне тістечко" is more universal and clear for Ukrainians.

2. "Derringer" – "калібр". The term 'Derringer' has its roots in American culture, in particular, it is associated with the Wild West era and the American tradition of carrying compact, concealed weapons for personal self-defence. It was named after its manufacturer, Henry Derringer. The translator decided to adapt it to the local cultural peculiarities by choosing the appropriate equivalent – "калібр".

3. "Shepherd's of Cairo" – "каїрський ресторан". 'The Shepherd's Hotel has been a leading hotel in Cairo and one of the most famous hotels in the world since the middle of the XIX century. The hotel was founded in 1841 by the Englishman Samuel Shepherd under the name 'Hotel des Anglais', later renamed 'Shepherd's Hotel'. It quickly gained popularity among travellers and the local elite for its luxury and high level of service. During the First World War, it served as the headquarters of the British armed forces in the Middle East. Shepherd's Hotel symbolised the era of colonialism and was a meeting point for different cultures, which influenced the development of tourism and hospitality in Egypt. In the translation, the reality was localised through generalisation. The translator conveyed only the functional meaning – a place to eat.

4. "Maṣṭaba" – "гробниця". The maṣṭaba is an important element of ancient Egyptian culture and architecture. It is a rectangular tomb with sloping walls that resembles a truncated pyramid. "Maṣṭaba" was localised as "гробниця" by generalisation, as the this word is a broader term that conveys only its the general function.

The adaptation of cultural realities in film adaptations of Agatha Christie's novels is an important process that reflects the interconnection between literary heritage and contemporary cinema. Translation and localisation of realities play a key role in preserving the authenticity of the original work while adapting it for the perception of viewers from other cultures. As the case of analysing the film "Death on the Nile" shows, translators use various strategies, such as generalisation and adaptation, to make realities understandable to foreign audiences. This is necessary in order to preserve the main idea of the work, but at the same time make it more accessible to a modern audience.

BIBLIOGRAPHY

Зорівчак, Р. (1989). *Реалія і переклад на матеріалі англomовних перекладів української прози*. Видавництво при Львівському державному університеті.

Guerra, A. (2012). Translating culture: Problems, strategies and practical realities. *Roatia Science Journal of Literature, Culture and Literary Translation Art and Subversion*, (5), 1–27.

Смерть на Нилі. (2022). UASerials.

<https://uaserials.pro/6217-smert-na-nili.html>

Death on the Nile (2022) | Transcript - Scraps from the loft. (б. д.). Scraps from the loft.

<https://scrapsfromtheloft.com/movies/death-on-the-nile-2022-transcript/>

WORTBILDUNGSTYPEN IN DEN ERZÄHLUNGEN VON LUISE KASCHNITZ: STILBILDENDE MÖGLICHKEITEN

Kirieieva T. V.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Kulyk N. D.

Doktorin, Dozentin des Lehrstuhls für deutsche Philologie

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Wortbildungsmittel spielen eine Schlüsselrolle bei der Gestaltung der stilistischen Besonderheiten literarischer Texte. Im Werk von Luise Kaschnitz, einer der herausragendsten Autorinnen der deutschen Literatur des 20. Jahrhunderts, werden sie als Instrument zur Schaffung eines bildhaften Systems, zur Vermittlung emotionaler Färbung und zur Erschließung einer tieferen Bedeutungsebene ihrer Texte eingesetzt. Das Erbe von Luise Kaschnitz ist durch die Einzigartigkeit ihres sprachlichen Ausdrucks geprägt. Die stilistischen Möglichkeiten der Wortbildung ermöglichen der Autorin, eine einzigartige sprachliche Atmosphäre zu schaffen, die zugleich die innere Welt der Figuren offenbart und konzeptionelle Ideen unterstreicht. Eines der markantesten Wortbildungsmittel im Werk von Luise Kaschnitz ist die Komposition. In der deutschen Sprache besitzen zusammengesetzte Wörter ein enormes Potenzial zur Schaffung neuer Bedeutungen, und die Autorin nutzt diese Möglichkeit aktiv.

Zum Beispiel finden sich in der Sammlung „Ferngespräche“ Wörter, die physische Konkretheit mit symbolischer Bedeutung verbinden. Das Wort „*Schlangelinie*“ („змійна лінія“) beschreibt nicht nur die Form einer gewundenen Straße, sondern symbolisiert auch die Komplexität und Gefahr des Lebenswegs der Figuren. Ein weiteres Beispiel ist „*Tulpenkleid*“ („тюльпановий одяг“), das für ein Bühnenkostüm verwendet wird. Dieses Wort verleiht dem Bild eine zarte Anmut und betont gleichzeitig den Kontrast zwischen Schönheit und der Zerbrechlichkeit der menschlichen Existenz. Komposita in den Texten von Kaschnitz erfüllen die Funktion der „sprachlichen Ökonomie“, indem sie mehrere Bedeutungen in einem Wort vereinen. Dadurch bereichern sie den Text mit emotionaler Intensität und Metaphorik (Kaschnitz, 1966).

Ein weiteres wichtiges Wortbildungselement im Werk von Luise Kaschnitz ist die Derivation. Sie verwendet Suffixe, um Wörter zu schaffen, die abstrakte Begriffe zu betonen oder bestimmte emotionale Aspekte hervorzuheben. Beispielsweise

spiegeln Wörter mit dem Suffix *-keit*, wie *“Einsamkeit”* (*“самотність”*) oder *“Vergänglichkeit”* (*“минушість”*), philosophische Themen wie Zeit, Verlust und menschliche Vergänglichkeit wider. Solche Derivate verleihen den Texten Tiefe und konzeptionelle Dichte, während sie gleichzeitig die emotionale Atmosphäre der Erzählungen formen.

Präfixbildungen, insbesondere mit der Bedeutung der Verneinung (*un-*), wie *“Unruhe”* (*“неспокій”*), verstärken die Dramatik des Textes, indem sie Konflikte oder widersprüchliche Zustände der Figuren widerspiegeln. Der Einsatz von Präfixen und Suffixen ermöglicht es der Autorin, die Vielschichtigkeit der inneren Welt der Charaktere zu vermitteln und einen Effekt der Mehrdimensionalität der Figuren zu erzeugen (Fleischer & Barz, 2012).

Kaschnitz nutzt auch aktiv die Konversion, also den Übergang von Wörtern aus einer Wortart in eine andere, ohne ihre Form zu verändern. In ihren Texten finden sich häufig Substantive, die aus Verben gebildet wurden, wie *“Schweigen”* oder *“Träumen”*. Der Einsatz solcher Wörter erzeugt ein Gefühl der Erstarrung, eine Pause, die die Aufmerksamkeit der Lesenden auf zentrale Momente des Textes lenkt. Dies zeigt sich besonders in ihren Erzählungen, in denen das Schweigen oder die Träume der Figuren zu wichtigen Symbolen ihrer inneren Erlebnisse werden (Eisenberg, 2013).

Diminutivformen spielen ebenfalls eine wichtige Rolle im Werk von Kaschnitz. Wörter wie *“Hündchen”* oder *“Mäuerchen”* werden eingesetzt, um Intimität, Ironie oder Kontraste zu erzeugen. Die von Kaschnitz geschaffenen Neologismen verdienen besondere Aufmerksamkeit. Zum Beispiel ist in der Erzählung *“Der Tunsch”* das Wort *“Tunsch”* eine individuelle Schöpfung der Autorin, die Assoziationen mit mystischen Phänomenen hervorruft. Es erinnert an *“Mensch”*, doch sein Klang vermittelt ein Gefühl von Unnatürlichkeit. Solche Neologismen fungieren als Markierungen, die über die gewohnte Erfahrung hinausgehen und den Lesenden neue künstlerische Realitäten eröffnen (Wildgen, 2004).

Die Wortbildungsmittel im Werk von Luise Kaschnitz formen eine vielschichtige künstlerische Struktur ihrer Texte. Durch den meisterhaften Einsatz der Wortbildung werden ihre Werke zu einem kraftvollen Mittel der literarischen Reflexion menschlicher Erfahrungen, gesellschaftlicher Realitäten und philosophischer Themen (Hentschel & Weydt, 2013). Die Wortbildungsmittel im Schaffen von Kaschnitz dienen nicht nur der Benennung von Objekten oder Phänomenen, sondern bilden die Grundlage ihres literarischen Stils, der weiterhin neue Generationen von Leserinnen, Lesern und Autorinnen, Autoren inspiriert.

LITERATUR

Booij, G. (2005). *The grammar of words: An introduction to linguistic morphology*. Oxford University Press.

Eisenberg, P. (2013). *Grundriss der deutschen Grammatik: Das Wort*. Metzler.

Fleischer, W., & Barz, I. (2012). *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. de Gruyter.

Hentschel, E., & Weydt, H. (2013). *Deutsche Grammatik: Grundlagen für Lehrerbildung und Sprachunterricht*. de Gruyter.

Kaschnitz, M. L. (1966). *Ferngespräche*. Suhrkamp.
Kaschnitz, M. L. (2007). *Dein Schweigen – meine Stimme: Gedichte und Prosa*. dtv.
Wildgen, W. (2004). *The evolution of human language: Scenarios, principles, and cultural dynamics*. John Benjamins.

LEXEME DES DEUTSCHEN JUGENDEKTS: DER SEMANTISCHE ASPEKT

Kopatsch A. V.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Kulyk N. D.

*Doktorin, Dozentin des Lehrstuhls für deutsche Philologie
Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Die Jugendsprache ist ein dynamisches und vielschichtiges sprachliches Phänomen, das von sozialen, kulturellen und medialen Faktoren beeinflusst wird. Sie zeichnet sich durch kreative Wortbildung, Bedeutungsverschiebungen und spezifische Konnotationen aus. Ein zentraler Forschungsbereich ist dabei der semantische Aspekt der lexikalischen Einheiten des deutschen Jugendlekts.

In der linguistischen Forschung wird Jugendsprache als gruppenspezifisches Soziolekt verstanden, das von jungen Menschen genutzt wird, um Identität und Zugehörigkeit auszudrücken (Androutsopoulos, 2005). Viele lexikalische Einheiten des Jugendlekts zeichnen sich durch metaphorische, hyperbolische oder ironische Bedeutungen aus. Beispielsweise bedeutet „*Ehrenmann*“ oder „*Ehrenfrau*“ nicht nur eine respektable Person, sondern wird oft ironisch verwendet, um bestimmte Verhaltensweisen humorvoll zu bewerten. Ebenso hat „*wild*“ in der Jugendsprache nicht mehr nur die ursprüngliche Bedeutung „*ungezähmt*“, sondern wird auch für etwas Positives und Beeindruckendes genutzt (Schlobinski, 2018).

Ein weiteres charakteristisches Merkmal ist die semantische Flexibilität jugendsprachlicher Lexeme. Viele Begriffe erhalten durch den Kontext neue Bedeutungsnuancen oder werden durch phonologische und morphologische Anpassungen kreativ weiterentwickelt (Burr, 2017). Zudem zeigt sich in sozialen Netzwerken und Messenger-Diensten eine besonders schnelle Evolution jugendsprachlicher Lexik, die häufig an Trends und Memes gekoppelt ist (Stolz, 2020).

Neben der semantischen Erweiterung durch metaphorische oder ironische Bedeutungen ist auch die Umkehrung von Bedeutungen ein häufiges Phänomen in der Jugendsprache. So kann „*krank*“ im Jugendjargon nicht nur wörtlich „*krank*“ oder „*ungesund*“ bedeuten, sondern wird auch als Ausdruck der Bewunderung für etwas besonders Beeindruckendes genutzt, ähnlich wie „*heftig*“ oder „*krass*“. Diese semantische Inversion zeigt, dass Jugendsprache nicht nur auf Wortneuschöpfungen basiert, sondern auch bestehende Begriffe in unerwarteten Kontexten neu interpretiert (Löschhorn, 2021).

Ein weiterer Aspekt ist die Entstehung sogenannter „*Insider-Wörter*“, die sich nur innerhalb bestimmter Jugendgruppen oder Internetgemeinschaften verbreiten.

Diese Wörter haben oft eine stark konnotative Bedeutung und sind für Außenstehende schwer verständlich. Beispiele hierfür sind Begriffe wie *“simp”* (abgeleitet aus dem Englischen für jemanden, der sich übermäßig um eine Person bemüht) oder *“sus”* (kurz für *“suspekt”*, verwendet im Sinne von *“verdächtig”* oder *“merkwürdig”*). Diese lexikalischen Einheiten verdeutlichen, dass der Jugendlekt nicht nur durch direkte sprachliche Innovationen geprägt ist, sondern auch durch die Anpassung und Umdeutung bereits vorhandener sprachlicher Ressourcen.

Eine besondere Rolle bei der Entwicklung jugendsprachlicher Lexeme spielt die Medialisierung und Digitalisierung der Kommunikation. Soziale Netzwerke, Streaming-Plattformen und Online-Foren tragen dazu bei, dass neue Begriffe schnell entstehen und sich über große geographische Räume verbreiten. Besonders prägend sind hier Plattformen wie TikTok, Instagram oder Discord, auf denen sich Trends innerhalb weniger Tage entwickeln können. Durch diese mediale Verstärkung werden bestimmte Ausdrücke nicht nur in der Jugendkommunikation etabliert, sondern können auch Eingang in den allgemeinen Sprachgebrauch finden (Meier, 2022).

Neben den technologischen Einflüssen hat auch die Multikulturalität der Gesellschaft einen bedeutenden Einfluss auf die Semantik des Jugendlekts. Durch Migration und interkulturellen Austausch werden Begriffe aus verschiedenen Sprachen in den deutschen Jugendjargon integriert. Wörter wie *“Baba”* (türkisch für *“Vater”*, im Jugendslang als Synonym für *“cool”* verwendet) oder *“Wallah”* (arabischen Ursprungs, oft als Bekräftigung genutzt) sind Beispiele für diese sprachliche Hybridisierung. Diese Entlehnungen unterstreichen die Offenheit und Vielfalt der Jugendsprache und zeigen, wie sich Bedeutungen in neuen Kontexten entwickeln (Keller, 2021). Dabei sind einige dieser Begriffe mittlerweile so etabliert, dass sie nicht mehr als Fremdwörter wahrgenommen werden, sondern als fester Bestandteil des deutschen Sprachgebrauchs gelten.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die lexikalischen Einheiten des deutschen Jugendlekts eine ausgeprägte semantische Dynamik aufweisen. Ihre Bedeutungen entstehen durch kreative Wortspiele, metaphorische Übertragungen und Konnotationen, die eng mit der jugendlichen Identitätsbildung verknüpft sind. Die Untersuchung dieser Phänomene bietet wertvolle Einblicke in den Sprachwandel und die soziokulturelle Entwicklung der deutschen Sprache.

LITERATUR

- Androutsopoulos, J. (2005). Research on youth language. In W. Dressler, U. Krischke, & S. Keim (Eds.), *Sociolinguistics: An international handbook* (pp. 1493–1503). de Gruyter.
- Burr, E. (2017). *Jugendsprachen: Eine Einführung*. Narr Francke Attempto Verlag.
- Keller, P. (2021). *Sprachliche Hybridisierung: Der Einfluss migrantischer Communities auf die deutsche Jugendsprache*. Metzler Verlag.
- Löschhorn, A. (2021). *Lexikalische Innovationen in der deutschen Jugendsprache*. Verlag für Sprachwissenschaften.
- Meier, T. (2022). Jugendsprachliche Dynamiken durch soziale Medien. *Deutsche Sprache und neue Medien*, 45(1), 98–115.

Schlobinski, P. (2018). *Sprachvariation im Deutschen: Konzepte, Methoden, Analysen*.

de Gruyter.

Stolz, J. (2020). Jugendsprache in sozialen Medien: Ein dynamisches System? *Zeitschrift für Sprachwissenschaft*, 39(2), 212–230.

MEMORY DISTORTION

Korendovych D. Y.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Vasylenko O. B.**

Lecturer

Kyiv National Linguistic University

Have you ever thought about why witnesses may give incorrect testimony, even if they were present at the scene? Or have you ever been in situation when your shared memory with someone is completely different when you talk about it? If yes then don't worry, you're definitely not crazy and such things aren't just hallucinations. It's just memory distortion which is completely normal phenomenon that can happen with anyone.

And before we will get to term "memory distortion", let's figure out what memory means at all. Memory is a mental process of taking in information from surrounding world, processing it, storing it, recalling that information in the future and forgetting it with time.

So, memory distortion is a phenomenon where our memories become changed or inaccurate with time. It appears during recalling process and can be accompanied by misunderstanding, false memories or misinterpretation of situation a person was in. Memory distortion has different causes and takes various forms.

As it was mentioned, there are many factors that influence memory distortion occurring. Such as:

- Aging. During our life new memories can interfere with existing memories. It is called interference that is needed to learn new information and keep it in our memory.

- Emotional state. There were some researches that showed that when people are in a good mood, they are more prone to believe false memories, while having a negative mood will lead them to be more careful and alert, so, less trusting.

- Schemas. Imagine frameworks where you place all information that gets to your brain. This thing is called schemas that can affect our memories by changing them due to our internal bias and beliefs.

- Traumatic experience. Trauma always causes stress and it increases chance of memory distortion or even full suppression of what happened making sort of a memory lapse.

- Mental disorders. Mostly people who have obsessive-compulsive disorder are inclined to memory distortion. It's because of repetitive anxious thoughts

that are affecting emotional state of the individual and on their basis create false memories. Also, there are other disorders, mostly anxiety disorders, that can be the reason of memory distortion, such as post-traumatic stress disorder (PTSD), depression, generalized anxiety disorder (GAD) and so on.

Since we looked over factors of memory distortion, let's move to its types.

There are four types of memory distortion:

- False memories. These are memories that have never actually occurred. They are connected to imagination and suggestibility that often are the reason of creating false memories. Example: a witness may remember things that actually didn't happen during crime he saw.

- Suggestibility. It's the tendency to accept and believe the information without any critical analysis or suspicion. The more suggestible a person is, the more he is exposed to external influences, and therefore it is easy to influence and change his memories. For instance, social media that easily can make a person believe in anything if it's shared by many people, especially if there are people that the individual considers his authority.

- Misattribution. It occurs when a person remembers what happened correctly, but confused memory origin. For example, when you are talking about something and emphasize that you heard it from social media, but in fact your friend told you that.

- Source Amnesia. This type is very similar to previous one, but there a person remembers information losing the source of where or when they got it. As an example, you found a new song, but couldn't remember where you heard it: on the radio, television or just in the street.

So, memory distortion can be a bad and a good thing at the same time but it is normal, because our memory can't be completely perfect. That's just how memory works and with the knowledge of this we can just understand ourselves better.

So, is memory distortion something weird and mythical? Or maybe something more?

REFERENCES

Psychologs Health (2023, September). "*The Psychology Behind Memory Distortion*". Retrieved from

https://www.psychologs.com/the-psychology-behind-memory-distortion/?srsltid=AfmBOopPP-BRxI_WW-ogK9HDQBH1PGISthCohkX-hwyR64D9WxE8410xA

Neha Kashyap (2025, February). "*What Is a False Memory?*". Verywellhealth. Retrieved from <https://www.verywellhealth.com/false-memories-5225965>

Deryn Strange, Takarangi MKT (2015, February). "*Memory Distortion for Traumatic Events: The Role of Mental Imagery*". NCBI. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC4337233/>

Suzanne Degges-White (2024, January). "*False Memories: Causes & Examples of Memory Distortion*". Retrieved from <https://www.choosingtherapy.com/false-memories/>

ROLLE VON TIEREN IN DER SPRACHE UND KULTUR

Korotash V. V.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Wissenschaftliche Betreuerin: **Petrotschuk O. W.**

Dozentin. Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Tiere spielen in der Volksweisheit eine wichtige Rolle und werden auch in deutschen Sprichwörtern verwendet. Sie gehören nicht nur zum Lexikon der Sprache, sondern dienen auch dazu, wichtige soziale, moralische und ethische Normen zu vermitteln.

In den deutschen Sprichwörtern, in denen Tiere eine Rolle spielen, spiegelt sich das volkstümliche Weltbild wider, wobei Tiere häufig als Metapher für menschliche Eigenschaften, Verhaltensweisen und soziale Phänomene verwendet werden. In verschiedenen Kontexten werden Tieren je nach historischen und kulturellen Einflüssen positive oder negative Eigenschaften zugeschrieben (Činkure, 2006).

Nach Činkure dienen Tiere in den meisten deutschen Sprichwörtern als Symbole für bestimmte Eigenschaften oder Situationen, aber ihre Rolle beschränkt sich nicht darauf. Ihnen werden verschiedene Funktionen zugewiesen: Sie können zur Erklärung von Lebensprinzipien, zur Zusammenfassung menschlicher Erfahrungen, zum Ausdruck von Warnungen oder zur Bekräftigung bestimmter traditioneller Ansichten dienen.

Die Vermittlung praktischer Ratschläge oder moralischer Orientierung ist eine der wichtigsten Funktionen der Tierdarstellung in Sprichwörtern. So verwenden viele Sprichwörter ein Tierbild, um die Notwendigkeit von Geduld, Fleiß oder Voraussicht zu erklären. Durch ihre Bildhaftigkeit und Schlichtheit sind sie einprägsam und werden von Generation zu Generation weitergegeben (Hemmi, A. 1994), (Романова Н. В. 2019).

Ein weiterer Aspekt der Rolle von Tieren ist, dass sie zur Erklärung sozialer Beziehungen herangezogen werden. In manchen Sprichwörtern werden Tiere benutzt, um bestimmte soziale Verhaltensweisen, das Verhältnis zwischen stark und schwach und die Überlebensregeln in der Gesellschaft zu illustrieren. Solche Sprichwörter – die Tierenkomponente enthalten, können bestimmte Lebenssituationen kritisieren, ironisieren oder sogar offene Warnungen enthalten.

Redewendungen mit Tieren spiegeln traditionelle Ansichten über die Natur und das menschliche Umfeld wider. Viele dieser Sprichwörter basieren auf der genauen Beobachtung tierischen Verhaltens in unterschiedlichen Lebensräumen, was die enge Verbindung zwischen Natur und Kultur verdeutlicht. Dadurch tragen Tiere zur Vorstellung von Ordnung und Harmonie im Leben bei. Ihre Bedeutung in deutschen Sprichwörtern geht über reine Metaphern hinaus – sie dienen als Übermittler von Volksweisheiten, die helfen, Weltwissen, gesellschaftliche Normen und moralische Werte zu formen. Somit bereichern Tiere nicht nur die Sprache, sondern spielen auch eine

zentrale Rolle bei der Bewahrung kultureller Traditionen und der Weitergabe von Lebenserfahrungen an kommende Generationen (Передерій І. І. 2015), (Романова Н. В. 2019).

In deutschen Sprichwörtern stehen bestimmte Tiere für Eigenschaften wie Stärke, Weisheit oder Fleiß. So wird der Löwe als Symbol für Mut und Führungsqualitäten betrachtet. Dies zeigt sich im Sprichwort "Im Unglück habe des Löwen Mut, trau Gott, es wird bald werden gut", das dazu ermutigt, in schwierigen Zeiten tapfer zu bleiben und auf eine positive Wendung zu vertrauen. Die zentrale Botschaft dieses Sprichworts ist, dass Mut und Zuversicht helfen, Herausforderungen zu meistern.

Ähnlich wird die Biene häufig mit Fleiß und Organisation assoziiert. Der Ausdruck "Dem Fleiß der Biene verdanken wir köstliche Dinge" verdeutlicht, dass ihre unermüdliche Arbeit wertvolle Ergebnisse hervorbringt. Durch das Sammeln von Blütennektar tragen Bienen zur Honigproduktion und vielen weiteren nützlichen Erzeugnissen bei. Im übertragenen Sinn drückt dieses Sprichwort aus, dass Erfolg durch Ausdauer, Geduld und harte Arbeit erreicht wird.

Tiere spielen in deutschen Sprichwörtern eine bedeutende Rolle, die weit über bloße sprachliche Bilder hinausgeht. Sie dienen als Metaphern für menschliche Eigenschaften und Verhaltensweisen, vermitteln moralische und soziale Normen und reflektieren das traditionelle Weltbild der Gesellschaft. Durch die Beobachtung des tierischen Verhaltens wurden Weisheiten und Lebensprinzipien in einfacher und einprägsamer Form überliefert, wodurch sie über Generationen hinweg weitergegeben wurden. Sie helfen, Ordnung und Harmonie im Leben zu verstehen und fördern wichtige Werte wie Mut, Fleiß, Geduld und Ausdauer. Somit sind Tiere nicht nur ein fester Bestandteil der Sprache, sondern auch ein wichtiges Mittel zur Bewahrung kultureller Traditionen und zur Weitergabe von Lebenserfahrungen (Hemmi, A. 1994), (Činkure, 2006).

LITERATUR

- Романова Н. В. (2019). Дикі тварини-фаворити в німецьких прислів'ях: семантичний аспект. *Науковий вісник Херсонського державного університету*, випуск 36
- Передерій І. І. (2015). Класифікація фразеологічних одиниць з зоонімним компонентом у німецькій мові. *Серія "Філологічна"*. 55.
- Hemmi, A. (1994) "*Es muss wirksam werben, wer nicht will verderben*": *kontrastive Analyse von Phraseologismen in Anzeigen., Radio- und Fernsehwerbung*. P. Lang.
- Činkure, I. (2006). Semantische Analyse der phraseologischen Vergleiche mit Tiernamen im Deutschen und im Lettischen. In *Studies about Languages* 9, S. 11–16.

PSYCHOLINGUISTIC FEATURES OF MANIPULATIVE STRATEGIES IN MODERN ENGLISH POLITICAL DISCOURSE

Korsunskyi D. Yu.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Berezenko V. M.**

CSc. (Philology), Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

The rapid development of informational technologies inevitably leads to the transformation of human communication in all of its spheres, and this applies doubly so to communication oriented at large quantities of people, such as politics. As the majority of people receive their news about political topics through curated outlets, we find ourselves in a crisis of media literacy in which the layman is bombarded with overwhelming volumes of misinformation, biases, and manipulation aiming to influence their opinion and worldview while sorely lacking the tools to recognize it.

The relevance of this study is predicated upon the endless and unpredictable nature of linguistic development, which requires constant research into its aspects and how it affects communication within and outside the purview of linguistics. **Political discourse** was chosen for its particular relevance given contemporary events, and the pervasive quantities of manipulation that provide a plenitude of samples for study of the phenomenon.

In context of linguistic research, we consider **manipulation** as a form of psycholinguistic influence in which one party exerts disproportionate control over the other by concealing, withholding, or greatly altering information available to them in order to obscure the speaker's intent or the consequences of the action they are attempting to elicit (Dijk, 2006, pp. 360-366). This type of influence is a primary tool of political actors who routinely have access to a greater volume of information than their voter base and can use and abuse this access in order to substitute biased ideas and favorable agendas for objective reality in the general public's cognition (Pocheptsov, 2001, p. 117).

T. van Dijk broadly categorizes manipulation as an opposition that consists of positive self-presentation and negative other-presentation, where the former specializes in creating or reinforcing a positive opinion of the speaker, while offensive strategies undermine their opposition (Dijk, 2006, p. 16). To this end, political manipulation often entails creating abstracted images of the opposition create a convenient target for the public's grievances and political failings, allowing the audience to "convince itself" of the opposition's faults while minimizing the politician's own (Pocheptsov, 2001, pp. 117-118).

There exists a variety of nonverbal, verbal and paralinguistic means, which induce these effects. Of those, nonverbal tend to be the least controllable. When arbitrary, that is, intentional on behalf of the manipulator, these means can be employed to elicit an emotional reaction towards a given verbal statement. If

nonarbitrary, or unintentional, it can instead undermine the desired effect, such as by telegraphing an emotional reaction or signaling the politician's intent to manipulate (Hall, Coats, LeBeau, 2005, p. 898; Lhommet, Marsella, 2014).

Verbal and paralinguistic means deal with the actual use of language as part of the politician's communicative strategy. **Paralinguistic means** here refer to the use of vocal qualities: good diction and voice projection are associated with strength and authority, whereas poor articulation and vocabulary detract from the politician's image (Kipp, Michael, Martin, 2009, p. 5); similarly, speech tempo can be either slowed to emphasize important points of information or sped up in order to breeze by undesired details and move on to more advantageous points (Dijk, 2006, p. 9).

Finally, **verbal means** of manipulation are those that directly concern the phrasing and composition of the speaker's communicative act. Euphemisms and stylistically-charged language create a sympathetic link with the audience and emotionally amplify the provided arguments; collective language creates a sense of community and shared responsibility; modal verbs and opinion adjectives imbue an implicit bias into factual statements; repetition may be used to reinforce points or shut down logical argumentation against them; imperatives urge the audience to action while interrogatives undermine their certainty in their own opinions etc. (Romaniuk, 2009, p.105; Pocheptsov, 2001, p. 79; Littlemore, 2003, p. 335).

As such, by further examining these strategies with the use of concrete examples, the academic world and the lay audience may better arm themselves against the influx of manipulation that pervades modern politics, and opens avenues for further research into this subject in other spheres of modern discourse.

BIBLIOGRAPHY

- Почепцов, Г. Г. (2001). *Теория коммуникации*. Retrieved from: [http://socium.ge/downloads/komunikacisteoria/pochepcov %20teoria %20komunikacii.pdf](http://socium.ge/downloads/komunikacisteoria/pochepcov%20teoria%20komunikacii.pdf)
- Романюк, С. К. (2009). Прагмалінгвістичний аспект рекламного дискурсу. *Слов'янський вісник. Серія "Філологічні науки"*, 8, 151–156.
- Hall, J. A., Coats, E. J., & Smith LeBeau, L. (2005). Nonverbal behaviour and the vertical dimension of social relations: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 131, 898–924.
- Karamova, A. A., Boduleva, A. R., Khamidullin, R. R., Sergeev, Y. N., & Stovba, A. V. (2019). *Communicative aspect of political discourse*. Retrieved from: <https://www.redalyc.org/journal/6437/643770320020/html/>
- Kipp, Michael, & J.-C. Martin. (2009). "Gesture and Emotion: Can Basic Gestural Form Features Discriminate Emotions?" In *Affective Computing and Intelligent Interaction and Workshops*, 2009. ACII 2009. 3rd International Conference, 1–8.
- Lhommet, L., & Marsella, C. S. (2014). Expressing Emotion Through Posture and Gesture. In R. Calvo, S. D'Mello, J. Gratch, & A. Kappas (Eds.), *The Oxford Handbook of Affective Computing*.
- Van Dijk, T. A. (2006). Discourse and manipulation. *Discourse & Society*, 17(3), 359–383. Retrieved from: <https://doi.org/10.1177/0957926506060250>

BBC'S IMAGE OF BRITAIN: DEPICTING MAIN POLITICAL PARTIES

Kotsiuba V. V.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Potapenko S. I.**

Doctor of Sciences (Philology)

Kyiv National Linguistic University

The image of Britain is formed by reference to political, economic, and social aspects of the country. The British Broadcasting Corporation (BBC) presents Britain through its main political parties, key figures, and foreign policies.

Party names usually serve as descriptions of their political views, ideologies and goals. This investigation looks at the relations between the names of parties and the units which denote their aims during the 2024 UK election. The names of parties are analysed with the help of dictionary definitions and naming units used in the BBC article *Five political parties you might not have heard of* (Kent, 2024).

The name of the *Social Democratic Party (SDP)* rests on the term *social democracy*, defined as a *political ideology that originally advocated a peaceful evolutionary transition of society from capitalism to socialism using established political processes* (Encyclopedia Britannica). The keywords of this definition are *peaceful transition*, *socialism*, and *established processes*.

In the context of the 2024 UK election the activities of this party are described by the units *economically left-leaning*, *culturally traditional*, and *social homes* (Kent 2024) which correlate with the definition.

The unit *economically left-leaning* resonates with the party's name, as it reflects a movement toward socialism. For example, the SDP's tax policy is described in the following way: *tax-sharing allowance for people raising children so families would not pay tax until the household income is £25,000* (Kent, 2024). It represents a policy that is socialistic in nature, and expresses wealth redistribution, a fundamental principle of social democracy. The term *economically left-leaning* is connected with the unit *socialism* in the party's name through reference to concrete social reforms, such as the tax-sharing allowance and the SDP's plans to build 100,000 social homes a year (Kent, 2024).

The term *social homes* is related to the *socialism* element in the party's name and is supported by reference to the SDP's *plans to build 100,000 social homes a year so young families can get on the housing ladder* (Kent, 2024). The housing policy fits the party's name as it reflects its aims to support families and reduce inequality.

The term *culturally traditional* is not fully evident in the definition of social democracy, which focuses on economic and political movements rather than preserving traditions (Encyclopedia Britannica). However, the construction *established political processes* in the definition of social democracy reveals a connection to culturally traditional values. This relation is further demonstrated by the SDP's statement in the text: *We believe in the family as the bedrock of society – families make communities, and communities make a nation* (Kent, 2024).

The Heritage Party characterizes its policy by the units relating its programme to heritage. It is defined as *features belonging to the culture of a particular society, such as traditions, languages, or buildings, that were created in the past and still have historical importance*” (Cambridge Dictionary). Its keywords are *culture, traditions, past, and historical importance*. Meanwhile the article lists the party’s main tasks by the units *traditional family values, low immigration, control our borders, financial responsibility, against the whole net-zero agenda, reverse the cultural destruction, and to return to our true traditions and heritage* (Kent, 2024).

Both units – *traditional family values and return to our true traditions and heritage* – align with the party’s name and with the key components in the definition of heritage which include *traditions and family values*. For example, the Heritage Party refers directly to the *traditions* in the definition of heritage emphasis on *support traditional family values* (Kent, 2024).

The units *low immigration, control our borders and reverse the cultural destruction* reflect the party’s goal of protecting national and cultural identity related to the *culture* aspect of heritage. In the article under analysis, limiting immigration is framed as a way to safeguard the nation’s historical culture, population, and way of life. *Controlling borders* is seen as protecting the nation’s *historical shape*, which aligns with the idea of preserving heritage as defined by the Cambridge Dictionary. The party’s stance on *low immigration and control our borders* directly connects to the *culture* seme in the definition of heritage, as it seeks to maintain the *cultural* and population stability of the nation. Reversing the cultural destruction is emphasised by the historical importance aspect of heritage, as defined by the Cambridge Dictionary, that highlights the value of traditions and cultural identity. This language unit shows oppositions to change and desire to keep historical traditions and national identity.

Though the unit *financial responsibility* is not mentioned in the definition of *heritage*, it can be associated with *past* practical and *historical* values, where economic and natural resources, such as money, water, and land. The unit *against the whole net-zero agenda* in the party’s programme aligns with the definition of *heritage* as the *preservation of historical culture and traditions*.

To conclude, both organisations, the Social Democratic Party (SDP) and The Heritage Party, demonstrate a high level of match between their names and party manifestos. This analysis confirms that party names indeed serve as descriptions of their political views, ideologies, and goals, as stated at the beginning of the paper.

REFERENCES

- Caldwell, J. G. (2023). The origins of social democracy. *Owlcation*.
<https://owlcation.com/humanities/The-Origins-of-Social-Democracy>
Cambridge Dictionary. Heritage.
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/heritage?q=Heritage>
Encyclopedia Britannica. Social democracy.
<https://www.britannica.com/topic/social-democracy>
Kent, J. (2024). Five political parties you might not have heard of. *BBC News*.
<https://www.bbc.com/news/articles/cd17nw277q8o>

DAS VERHÄLTNIS VON NATUR UND GEIST IN DEN POETISCHEN TEXTEN DER DICHTER DER AUFKLÄRUNG (LEXIKALISCH-STILISTISCHER ASPEKT)

Kovalchuk D. V.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Khodakovska N. G.

Dr. habil., Dozentin

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Die Aufklärung (Ende des 17. bis Anfang des 19. Jahrhunderts) war eine Epoche des Rationalismus, der wissenschaftlichen Welterkenntnis, des Fortschrittsglaubens und der entscheidenden Rolle des menschlichen Geistes. In den poetischen Texten dieser Zeit lässt sich eine enge Beziehung zwischen der Natur und dem menschlichen Intellekt nachweisen. Anhand der lexikalischen und stilistischen Analyse lässt sich nachvollziehen, wie die Dichter die Natur als Metapher für Vernunft, moralische Verbesserung und soziale Ordnung verwendeten (Aufklärung als Zeitalter der europäischen Ideologie und Kultur).

Eine der wichtigsten Techniken der Aufklärungsdichter war die Verwendung der Natur als Metapher für rationales Wissen, moralische Verbesserung und eine harmonische Gesellschaftsordnung. In der Poesie dieser Zeit finden sich häufig Allegorien, die die Verbindung zwischen der Natur und dem menschlichen Geist betonen.

Johann Christoph Gottsched zeigt in seinen didaktischen Gedichten, dass die Natur ein Spiegel der menschlichen Tugenden ist. In seinem Gedicht *“Die vernünftigen Tadlerinnen”* (1725) verwendet er das Bild eines Baumes als Symbol für einen wohlherzogenen Geist:

“Ein Baum, gepflegt von kluger Hand,

Bringt reife Früchte, wohlverstand.

Doch ohne Maß und ohne Zucht,

Verdorrt er schnell in wilder Flucht” (Die vernünftigen Tadlerinnen, 1725).

In diesem Abschnitt erscheint der Baum als Symbol für den menschlichen Geist, der sich unter dem Einfluss kluger Führung entwickelt (*gepflegt von kluger Hand*). Seine Früchte stehen für die Ergebnisse von Bildung und moralischer Vervollkommenung (*Bringt reife Früchte*), während der Mangel an Bildung und Selbstbeherrschung zum geistigen Verfall führt (*Verdorrt er schnell in wilder Flucht*). So wird die Natur als Metapher für den Erziehungs- und Moralprozess verwendet und die Bedeutung der Erziehung für die Bildung eines intelligenten und tugendhaften Menschen betont.

In der Dichtung von Friedrich Gottlieb Klopstock, insbesondere in *“Der Zürchersee”* (1750), erscheint die Natur als eine Quelle der Weisheit und der inneren Harmonie:

“Schön ist, Mutter Natur, deiner Erfindung Pracht

Auf die Fluren verstreut, schöner ein froh Gesicht,

Das den großen Gedanken

Deiner Schöpfung noch einmal denkt” (Der Ztirchersee, 1750).

In seinem Gedicht “*Musarion*” (1768) stellt Christoph Martin Wieland die Stille der Natur, in der die Wahrheit geboren wird, dem Lärm der Stadt gegenüber, der sie verdeckt:

*“Im Schatten alter Linden
träumt der Geist von Weisheit.*

Im Lärm der Märkte

vergeht die Wahrheit” (Wieland, Christoph-Martin 1795).

Johann Wolfgang von Goethe entwickelte diese Idee in seinem “*Faust I*” (1808), in dem die Natur als eine Quelle der Wahrheit dargestellt wird, die die menschlichen Illusionen übertrifft:

“Alles Vergängliche

Ist nur ein Gleichnis;

Das Unzulängliche,

Hier wird's Ereignis;

Das Unbeschreibliche,

Hier ist es getan” (Faust, 1808).

In diesen Zeilen ist die Natur ein Symbol der ewigen Harmonie und Wahrheit, dass im Gegensatz zu den menschlichen Illusionen und der Vergänglichkeit des Daseins steht (*Alles Vergängliche ist nur ein Gleichnis*). J. W. Goethe betont, dass sich das wahre Verständnis der Welt nur demjenigen erschließt, der in der Lage ist, die Tiefe der Naturgesetze und der geistigen Harmonie zu begreifen.

Die Natur als Symbol für Weisheit und sittliche Reinheit wird besonders anschaulich in Albrecht von Galer's Gedicht “*Die Alpen*” (1732), in dem er die Berge als einen Ort der Wahrheit und der Loslösung von der Eitelkeit der Welt schildert:

So zeigt die Dichtung der Aufklärung die tiefe Beziehung zwischen der Natur und dem menschlichen Geist auf. Durch Metaphern, Personifikationen, Allegorien und Symbole schufen die Dichter ein ganzheitliches Weltbild, in dem die Natur nicht nur als Lebensraum für den Menschen dient, sondern auch als Quelle der Weisheit, der moralischen Verbesserung und der philosophischen Reflexion.

LITERATUR

Просвітництво як доба європейської ідеології та культури - studentam.net.ua. (б. д.).

<https://studentam.net.ua/content/view/3855/116/>

Der Ztirchersee (1750). *Filozofická fakulta UK*.

https://fphil.uniba.sk/fileadmin/fif/katedry_pracoviska/kgm/Zuerchersee.PDF

Die vernünftigen Tadlerinnen. 1. (1725) - Viewer | MDZ. Munich Digitization Center (MDZ) - Homepage.

<https://www.digitalesammlungen.de/en/view/bsb11045809?page=10,11>

Goethe J. W. Faust (1808).

<https://www.deutschyrik.de/alles-vergaengliche-ist-nur-ein-gleichnis.html>

Wieland, Christoph-Martin (1795). *Sämmtliche Werke* T. 9, 10. Gedichte.

Musarion. Aspasia... Olympia. Die Erste Liebe.

DIE HUMORISIERUNGSFUNKTION VON METAPHERN IN DEUTSCHEN ANTISPRICHWÖRTERN ÜBER FRAUEN UND LIEBE

Kovalenko A.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Wissenschaftlicher Betreuer: **Gamsjuk M. W.**

Dr. habil., Professor

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Antisprichwörter sind ein Teil der Volksweisheit und spiegeln oft soziale Stereotype sowie kulturelle Vorstellungen über Geschlechterrollen und die Beziehungen zwischen Männern und Frauen wider. Besondere Aufmerksamkeit wird den metaphorischen Bildern geschenkt, die einen humoristischen Effekt erzeugen, der sowohl ironisch als auch sarkastisch sein kann.

Die Metapher als sprachliches Mittel hat ein großes Potenzial zur Humorbildung, da sie in der Lage ist, Bedeutungen von einem Bereich auf einen anderen zu übertragen. Wie Lakoff (1980) betont, verleiht *die Metapher* nicht nur den sprachlichen Äußerungen Ausdruckskraft, sondern hilft auch, gewöhnliche Situationen in lustige oder absurde zu verwandeln. *Metaphern* in *Antisprichwörtern* erhalten oft eine ironische oder sarkastische Nuance, die es ermöglicht, ein Lächeln beim Zuhörer hervorzurufen. Sie erfüllen eine wichtige soziale Funktion, indem sie Stereotype und Vorurteile in Frage stellen oder hervorheben.

Die deutsche Sprache enthält viele *Antisprichwörter*, die Frauen und Beziehungen zwischen den Geschlechtern durch *Metaphern* beschreiben. Sie stellen Frauen oft durch Vergleiche mit natürlichen Phänomenen, Tieren oder abstrakten Begriffen dar, wobei bestimmte Verhaltens- oder Charaktereigenschaften hervorgehoben oder kritisiert werden. Wie Kunz (2005) angibt, hilft der Humor in solchen Ausdrücken, diese Themen leichter wahrzunehmen, weist jedoch auch auf die Stereotype hin, die in der Gesellschaft existieren.

Der Humor, der in *den Metaphern der Antisprichwörter* verankert ist, kann ein mächtiges Instrument der Sozialkritik sein. *Metaphern* treten oft als eine Form der Subversion auf, bei der durch Lachen traditionelle Vorstellungen über die Rolle der Frau in der Gesellschaft und ihren Platz in Beziehungen in Frage gestellt werden. Wie Bachtin (1984) betont, kann Lachen ein kritisches Instrument sein, das innere Widersprüche und soziale Probleme offenbart.

Im Rahmen der Untersuchung wird eine gründliche Analyse mehrerer auffälliger deutscher *Antisprichwörter* durchgeführt, die humorvolle *Metaphern* enthalten. Zum Beispiel verwendet der Ausdruck *“Die Frau ist wie ein Schatten – je mehr man nach ihr greift, desto mehr entzieht sie sich”* *die Metapher* des Schattens, um humorvoll die Unvorhersehbarkeit der weiblichen Natur zu zeigen. Ein weiteres Beispiel ist *“Der Mann ist der Kopf, aber die Frau ist der Hals, der ihn dreht”*, wobei die Metapher von Kopf und Hals die Macht-

und Einflussverhältnisse betont und auf kulturelle Stereotype über die Rolle der Frau anspielt.

In deutschen *Antisprichwörtern* lässt sich eine klare Tendenz beobachten, die Frau durch metaphorische Bilder zu definieren, die kulturelle Stereotype über ihr Verhalten, ihr Aussehen oder ihre Rolle in der Gesellschaft widerspiegeln. Humor fungiert in diesem Kontext als ein Mechanismus, der es ermöglicht, nicht nur über diese Stereotype zu schmunzeln, sondern auch wichtige Fragen zur Geschlechtergleichstellung aufzuwerfen. Wie Smith und Jones (2011) anmerken, kann Humor als ein Weg dienen, um Stereotype zu "umkehren" und ihre Absurdität zu zeigen.

Die Untersuchung der humorvollen Funktion von *Metaphern* in deutschen *Antisprichwörtern* ermöglicht ein tieferes Verständnis dafür, wie sprachliche Mittel die Wahrnehmung von sozialen Rollen und Stereotypen formen und wie Humor als Instrument der Kritik und Veränderung im kulturellen Kontext eingesetzt werden kann. *Metaphern* in *Antisprichwörtern* erfüllen nicht nur eine ästhetische Funktion, sondern haben auch einen starken Einfluss auf die gesellschaftlichen Vorstellungen von der Rolle von Frauen und Männern in der Gesellschaft, ihrem Platz in familiären Beziehungen und ihrer Interaktion. Durch die Verwendung von *Metaphern* im humoristischen Kontext entsteht eine Art "umgekehrte" Darstellung sozialer Normen und Geschlechterstereotype, die es ermöglicht, gewohnte Vorstellungen aus einer anderen Perspektive zu betrachten und sie manchmal bis ins Absurde zu verzerren.

Der Humor in *den Metaphern der Antisprichwörter* dient als ein Mittel, das festgefahrene Stereotype untergräbt und traditionelle Ansichten über Frauen und ihren Platz in der Gesellschaft infrage stellt. Er ermöglicht die Kritik bestimmter sozialer Normen, die oft Ungleichheit zwischen den Geschlechtern festigen, und hilft dabei, bestimmte Aspekte der geschlechtlichen Identität neu zu überdenken. *Metaphern*, die in *Antisprichwörtern* über Frauen und Liebe verwendet werden, werden nicht nur zu einem Werkzeug des Humors, sondern auch zu einem mächtigen Mechanismus der sozialen Interaktion, der es durch Lachen ermöglicht, Fragen zu Geschlechterbeziehungen, Macht, gegenseitigem Respekt und Gleichberechtigung aufwerfen.

LITERATUR

- Bachtin, M. (1984). *Probleme der Literatur und Ästhetik*.:Мистецтво.
- Kunz, K. (2005). *Geschlechterstereotype in der modernen Welt*. Verlag.
- Lakoff, G. (1980). *Metaphor and thought: A study in the psychology of metaphor*. Cambridge University Press.
- Smith, J., & Jones, R. (2011). *Humor und Stereotype: Eine sozialwissenschaftliche Betrachtung*. Routledge.

MARKERS OF FUTURITY IN MODERN ENGLISH POLITICAL DISCOURSE: NOMINATIVE AND COMMUNICATIVE ASPECTS

Kovalova A. I.

Kyiv National Linguistic University
Scientific supervisor: **Berezenko V. M.**
CSc. (Philology), Associate Professor
Kyiv National Linguistic University

Nowadays, with the globalization of the information space and the increasing influence of political communications on society, futurity analysis is becoming extremely valuable for explaining the mechanisms of shaping political messages. Accordingly, the relevance of the research is conditioned by the growing interest in the study of political discourse and its linguistic features, in particular the means of expressing temporality, which play a critical role in the implementation of communication strategies and tactics of politicians. Futurity as a category of temporal deixis can be expressed through the selection of lexical and grammatical means, such as the use of modal verbs, modal words and expressions, tenses, temporal adverbs, etc.

Firstly, political discourse is characterized by modality, encompassing a wide array of linguistic devices that express the speaker's attitude towards the truth value, necessity, possibility, or desirability of a proposition. This includes not only modal verbs ("must", "can", "may" "to be", etc.), but also modal adverbs ("perhaps", "likely"), and modal adjectives ("necessary", "possible") (Киливник та Гикава, 2024, с. 18). They allow speakers to signify their level of confidence. For example, "*I think they might do that*" (Staff, 2024, April 30). Moreover, they are capable of conveying both modal and temporal meanings of the future (Kotniuk, 2018, p. 93): "*I will be making a statement on that over the next 14 days*" (Staff, 2024, April 30).

The examination of markers of futurity in political discourse reveals substantial differences between the Trump-Harris debate and Obama's speech. In the debate, "would" was the most frequent (79 times), followed by "will" (44) and "can" (32), while less frequent were "may" (3) and "might" (3). Other modal verbs such as "must" (12) and "should" (17) were also prominent. In contrast, Obama's speech contained far fewer modals related to futurity. "Will" and "can" were used only 9 times each, "might" – 6 times, while "would" was used just 2 times. "Must" and "may" were absent, giving a more declarative and reflective tone rather than one focused on direct commitments.

Modals in political discourse can be of three types: confidence, probability and planning/obligation markers. Using this grouping, political interviews and debates with Donald Trump, Volodymyr Zelenskyy, and Democratic Party candidates were analyzed and statistics on the use of these modal markers was collected. Confidence markers emphasize strong conviction in future events ("*I'm sure we'll win*" – The Economist, 2022, March 27), comprising 51.38 % of occurrences, with "sure" being the most frequent (28.44 %). Probability markers indicate

uncertainty (“*I’ll be releasing it probably over the next week*” – Staff, 2024, April 30), making up 45.87 % of modal words. Planning/obligation markers, the least common (2.75 %), denote scheduled actions or necessity (“...*we’re about to do the same thing...*” – Times, 2019, June 28).

Verbs of intention are often used to refer to futurity, revealing the speaker’s will regarding future actions. There are verbs in English that show actions perceived in the future tense like *to want*, *to expect*, *to plan*, *to need*, referring to the future because of their semantics. For example, “*we have got to pass a Medicare*” (Times, 2019, June 28) displays a strong resolve to implement a significant policy change in the future.

Adverbs of time, such as *soon*, *over time* serve to establish temporal context or expectation regarding future prospects. By setting a timeframe, these adverbs help politicians manage the narrative around their policy goals, affecting public trust.

Grammatical markers of futurity hold a fundamental place in shaping political discourse, as they permit the transmission of intentions, strategies, predictions, of future events. They include the future tense, present tenses with future meaning, conditionals. The simple future is used for promises, the future continuous – for ongoing actions, the present continuous – for planned events and the present simple – for scheduled events (“*the decisions we make in the next three or four years are going to decide...*” – Times, 2019, June 28). These grammatical forms help politicians to shape their message and public opinion and reinforce their agenda.

The subjunctive mood is often used in statements of necessity and counterfactual formulations to imply hypothetical, desired future acts: the unreal subjunctive in speculating on potential futures (“*if we were attacked, NATO wouldn’t be there*” – Staff, 2024, April 30), the present subjunctive in recommendations or demands (“*I demand that esprit European be respected*” – BBC News, 2016, June 28).

Thus, markers of futurity are vital in creating political discourse. By employing lexico-grammatical and grammatical devices, political figures craft compelling visions of the future, inspiring hope and engaging audiences in the formation of shared goals.

BIBLIOGRAPHY

- BBC News. (2016, June 28). *Standing ovation for SNP MEP Alyn Smith’s ‘I beg you’ speech*. Retrieved from: <https://www.bbc.com/news/uk-scotland-scotland-politics-36649450>.
- Kotniuk, L. (2018). Modal Verbs as Means of Expressing Assumptions in the Newspaper Discourse of the English Language. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки*, (1(87)), 92–96. Retrieved from: [https://doi.org/10.35433/philology.1\(87\).2018.92-96](https://doi.org/10.35433/philology.1(87).2018.92-96).
- Staff, T. (2024, April 30). *Read the Full Transcripts of Donald Trump’s Interviews With TIME*. TIME. Retrieved from: <https://time.com/6972022/donald-trump-transcript-2024-election/>.
- The Economist. (2022, March 27). *Volodymyr Zelensky in his own words*. Retrieved from: <https://www.economist.com/europe/2022/03/27/volodymyr-zelensky-in-his-own-words>.

- Times, T. N. Y. (2019, June 28). *2019 Democratic Debates, Night 2: Full Transcript*. The New York Times. Retrieved from: <https://www.nytimes.com/2019/06/28/us/politics/transcript-debate.html>.
- Киливник, В., Гикава, В. (2024). ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ МОДАЛЬНОСТІ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ. *Молодий вчений*, 6.1 (130.1), 16–21. Retrieved from: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-6.1-131.1-4>.

SOCIAL MOVEMENT THEORY AND LITERARY RESPONSE: THEORETICAL FOUNDATIONS OF LGBTQ+ LITERATURE STUDIES

Krasko Z. V.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Rykova H. S.**

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

The relationship between social movements and literary production constitutes a fundamental theoretical framework for understanding how marginalized groups utilize cultural expression to advance political aims and create space for their experiences within broader social discourse. In the context of LGBTQ+ literature, this relationship becomes particularly significant as literary works have frequently served as both reflections of and catalysts for social change. The emergence of LGBTQ+ literature as a distinct field of study demonstrates the complex interplay between cultural production and social transformation.

The conceptual framework of collective identity formation provides essential insights into how social movements create and maintain shared identities that facilitate collective action and community solidarity. LGBTQ+ literature plays a crucial role in this process by providing representations that affirm shared experiences while challenging dominant heteronormative narratives. Through both fictional works and critical texts, a common language for describing experience emerges, models for self-identification are established, and an understanding of the movement's collective history is constructed.

The theory of framing processes illuminates how literature participates in social change through strategic reframing of key concepts. In LGBTQ+ literature, this manifests in the transformation of homosexuality from a medical or moral "problem" to a social identity deserving recognition and rights. Literary texts create new interpretive frameworks through which readers can understand questions of sexuality and gender identity, offering alternative narratives to dominant social attitudes. These framing processes operate both explicitly through thematic content and implicitly through formal innovations in literary technique.

The concept of opportunity structures reveals how changes in social and political conditions create possibilities for new forms of cultural expression. The emergence of more openly political LGBTQ+ literature in the post-Stonewall era

directly correlates with expanded opportunities for activist mobilization, legal changes, and transformations in public discourse. These shifts enabled writers to more openly explore themes of sexuality and gender identity, developing new artistic forms for expressing previously marginalized experiences.

Resource mobilization theory illuminates another crucial aspect of LGBTQ+ literature development – the creation of alternative institutions and support networks. Faced with exclusion from mainstream literary processes, the LGBTQ+ community developed its own infrastructure of publishing houses, literary journals, reading groups, and festivals. This network not only provided platforms for publication and distribution but also created spaces for community formation, critical discourse development, and cultural dialogue.

The concept of tactical repertoire helps understand how LGBTQ+ literature developed specific aesthetic and rhetorical strategies to advance political aims. These include coding techniques for expressing non-normative sexuality, camp aesthetics as a form of cultural critique, and strategic uses of autobiography to validate personal experience. Understanding these tactical choices reveals how literary innovation often emerges from political necessity rather than purely aesthetic concerns.

Particular attention should be paid to the theory of cultural resonance, which examines how movement messages are crafted to resonate with existing cultural frameworks while simultaneously challenging aspects of those frameworks. LGBTQ+ literature often employs familiar narrative forms and genres while subverting their heteronormative assumptions, creating works that can reach broader audiences while maintaining their transformative potential.

The application of social movement theory to LGBTQ+ literature reveals the sophisticated interplay between artistic creation and political transformation. This theoretical framework helps explain not only how literature responds to social movements but also how it actively participates in creating social change. These insights continue to inform contemporary understanding of literature's role in advancing LGBTQ+ rights and recognition.

LITERATURE

- Brim, M. (2014). *James Baldwin and the Queer Imagination*. University of Michigan Press.
- Field, D. (2008). Pentecostalism and All That Jazz: Tracing James Baldwin's Religion. *Literature and Theology*, 22(4), 436–457.
- Mitchell, K. (2012). James Baldwin, Performance Theorist, Sings the Blues for Mister Charlie. *American Quarterly*, 64(1), 33–60.
- Walsh, M. (2018). Tweets of a Native Son: The Quotation and Recirculation of James Baldwin from Black Power to #BlackLivesMatter. *American Quarterly*, 70(3), 531–559.
- Zaborowska, M. (2008). *James Baldwin's Turkish Decade: Erotics of Exile*. Duke University Press.

LA CANTILÈNE DE SAINTE EULALIE: UN TRÉSOR LINGUISTIQUE DE L'ANCIEN FRANÇAIS

Logvinov I. D.

Université nationale linguistique de Kyiv

Directeur scientifique: **Sydelnykova L. V.**

Docteure ès sciences philologiques, professeure HDR

Université nationale linguistique de Kyiv

La Cantilène de Sainte Eulalie est considérée comme l'un des plus anciens textes littéraires en langue d'oïl, et l'un des plus anciens en langue romane du Moyen Âge. Elle date de la fin du IX^e siècle. Cette œuvre est un poème hagiographique, c'est-à-dire elle recouvre plusieurs genres littéraires parmi lesquels on compte en premier lieu la Vita, le récit biographique de la vie du saint. Ce texte, en particulier, raconte le martyre de Sainte Eulalie, une jeune fille chrétienne de Mérida en Espagne, qui a été martyrisée sous l'Empire romain pour avoir refusé de renoncer à sa foi.

La Cantilène se compose de vingt-neuf vers assonancés, répartis en strophes de longueurs inégales. Ce texte est précieux non seulement du point de vue religieux et historique mais aussi linguistique, car il témoigne d'une étape très ancienne du développement du français, à une époque où la langue commençait tout juste à se différencier du latin vulgaire. Il illustre la transition du latin vers les langues romanes et offre un aperçu des débuts de la littérature française (Berger, & Brasseur, 2004). Le texte est écrit dans une forme de langue romane qui reflète une étape intermédiaire entre le latin et le français ancien. Il contient de nombreux éléments clairement distincts du latin classique, tels que l'ordre des mots et la morphologie, tout en conservant des caractéristiques qui seraient ultérieurement perdues dans le développement de la langue française (Chevalier, 2022).

Les phrases dans l'œuvre sont assez courtes, simples, avec l'utilisation de marques de ponctuation qui animent le texte en indiquant des faits de la langue orale, comme l'intonation ou les pauses de diverses longueurs, et de plus, elles précisent le sens et définissent les liens logiques entre ces éléments. Ce sont le point-virgule, la virgule et le point. On observe l'emploi des élisions, l'auteur les utilise en marquant dans l'écriture par une apostrophe: que (*qu'elle*), le (*l'fou*), se (*s'voldret*). L'auteur les emploie pour quelques raisons. L'élision facilite la prononciation en évitant la collision de deux voyelles (hiatus), ce qui rend le discours plus fluide et plus rapide. L'élision permet de réduire le nombre de syllabes dans une phrase, ce qui contribue à l'économie de l'effort dans la parole. En ancien français, l'élision jouait un rôle crucial dans la poésie, notamment pour respecter la métrique des vers. Les poètes utilisaient l'élision pour maintenir le rythme et la structure poétique souhaités. Pour la même raison il y a la chute de "e" dans le pronom "Elle" dans la phrase "*Ell'ent adunet lo suon element*". On voit l'utilisation des compléments d'objet direct et indirect dans certaines phrases du texte: "*Voldrent la faire diavle servir*"; "*Voldrent la veintre li Deo inimi*"; "*Enz en l'fou la getterent, com arde toſt*"; "*Ad une spede li rovere t tolir lo chief*"; "*Posſt la mort, et a lui nos laiſt venir*".

Les conditionnels, des temps passé simple et présent de l'indicatif sont aussi présentés dans l'œuvre: “*Volt lo seule lazsier, si ruo vet Krisť*”; “*Voldrent la veintre li Deo inimi*”; “*Ell' ent adunet lo suon element*”.

Le système de la déclinaison a été simplifié par rapport au latin, mais l'ancien français conservait encore quelques traces de déclinaison, notamment en ce qui concerne les pronoms (Сидельникова, & Кагановська, 2004, с. 98). Par exemple, le mot “li” peut être un article défini ou un pronom personnel sous une forme déclinée. Il en va de même pour “la”: “*La polle sempre non amast lo Deo meneštier*” et “*Enz en l'fou la getterent, com arde tošť*”. Concernant également la morphologie, on observe des formes déclinaison du pluriel qui impliquent l'ajout de “-s” au singulier: “*Elle non eskoltet les mals conselliers*”; “*Chi rex eret a cels dis sovre pagiens*”.

Dans le système lexical, on observe les suffixes pour la formation des diminutifs ou des termes affectueux. L'ajout de “-el” à un nom permet aussi de former un diminutif comme “pulcelle” à partir de “puce” ou encore “la demoiselle” dans la phrase “*La demoiselle ne contredit pas cela*”. La majorité du lexique de la Cantilène de Sainte Eulalie est d'origine latine. Par exemple, des mots tels que “martire” (martyr) et “virgine” (vierge), “corps” et plusieurs autres dérivent directement du latin. Concernant les suffixes latins -ere et -ire, qui servaient à former des verbes à partir de racines nominales ou adjectivales, on observe l'évolution dans ce texte “veintre” (lat. *vincere*), “condreidre” (lat. *credere*), “venir” (lat. *venire*).

Dans le système phonétique les voyelles libres toniques ont subi des altérations très profondes. Dans ce texte “raniet” évolue à “renie”, la voyelle libre tonique “a” devient “e”. Le mot “ciel” a évolué du mot latin *caelum*. La voyelle “e” brève tonique libre devient “ie” comme la chaîne de l'évolution “caelum-celo-ciel”. Le mot “fou” a évolué du mot latin *focus*. La consonne “c” a disparu, et les voyelles “ou” deviennent “eu” comme la diphthongue, et après XIV siècle cette diphthongue se transforme en monophthongue [oe].

La Cantilène de Sainte Eulalie est un texte fondamental pour l'histoire de la langue française et aussi bien pour l'étude de la littérature de Moyen Âge. Sa valeur se trouve dans son caractère hagiographique et dans son témoignage sur l'évolution de l'ancien français qui marque les transformations de la langue française dans chacun des systèmes linguistiques suivants: la morphologie, la syntaxe, le lexique, la phonétique. L'emploi des élisions, des déclinaisons résiduelles, des signes de ponctuation montre une langue en plein développement, qui se trouve à mi-chemin entre le latin et le français. Pourtant, ce texte illustre la naissance du français en tant que langue littéraire particulière, avec ses propres moyens d'enrichissement du lexique, tels que la suffixation, et une structure syntaxique plus souple.

RÉFÉRENCES

- Сидельникова, Л. В., & Кагановська, О. М. (2004). *Практикум з історії французької мови: Навчальний посібник*. КНЛУ.
- Berger, R., & Brasseur, A. (2004). *Les Séquences de Sainte Eulalie*. Librairie DROZ S.A.
- Chevalier, C.-A. (2022). La Cantilène de Sainte Eulalie. *Frankofoni*, 40, 131–141.

PSYCHOLOGY OF FRUSTRATION

Loposha V. V.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Sotnykov A. V.**

PhD, an associate professor

Kyiv National Linguistic University

Frustration is a psychological state that occurs when an individual is unable to achieve a desired goal due to internal or external obstacles. It plays a significant role in human emotions and behaviour, influencing motivation, stress levels, and mental well-being. Feelings of frustration are emotions that most of us feel from time to time. If you have a low tolerance for frustration, there are steps you can take to help you keep your anger in check. Frustration is an emotion that you may experience as a result of feeling powerless or helpless at the moment. It can also be a precursor to anger. It's a common feeling that may occur when something doesn't turn out as you expected, or is outside of your control, like waiting in a long line at the grocery store when you have somewhere else to be.

Frustration can be categorized into two main types:

- Internal frustration: Arises from personal limitations, conflicts, or self-imposed restrictions.
- External frustration: Occurs due to environmental factors, such as social barriers, time constraints, or failures caused by external sources.

Common causes of frustration include unmet expectations, lack of resources, perceived injustice, and goal obstruction. For example, in the workplace, employees may experience frustration due to unclear job roles or unrealistic deadlines.

There are the following Psychological and Behavioural Consequences as: It can lead to various emotional and behavioural outcomes:

- Emotional responses: Anger, stress, anxiety, sadness.
- Behavioural responses: Aggression, avoidance, problem-solving.
- Cognitive effects: Negative self-perception, decreased motivation, learned helplessness.

The research by Seligman (1975) on learned helplessness demonstrates how prolonged frustration can result in passive behaviour and decreased resilience.

As for the issue of coping strategies, the effective frustration management involves cognitive and behavioural strategies:

- Problem-focused coping: Identifying the cause of frustration and finding solutions (e.g., setting realistic goals, improving skills).
- Emotion-focused coping: Managing emotions through relaxation techniques, mindfulness, or social support.
- Reframing perspective: Cognitive restructuring helps individuals perceive frustrating situations in a more positive or constructive way.

Summarizing given above, Frustration is an inevitable part of human experience that influences emotions, behaviour, and mental well-being. While

it can lead to negative outcomes, effective coping strategies can mitigate its effects and enhance resilience. Further research is needed to explore individual differences in frustration tolerance and the impact of cultural factors on frustration experiences.

REFERENCES

- Berkowitz, L. (1989). Frustration-aggression hypothesis: Examination and reformulation. *Psychological Bulletin*, 106(1), 59–73.
- Dollard, J., Doob, L., Miller, N., Mowrer, O., & Sears, R. (1939). *Frustration and aggression*. Yale University Press.
- Freud, S. (1920). *Beyond the Pleasure Principle*. Hogarth Press.
- Lazarus, R., & Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal, and coping*. Springer.
- Seligman, M. E. P. (1975). *Helplessness: On depression, development, and death*. W. H. Freeman.

HUMOR UND SCHERZ IN DER DEUTSCHEN KULTUR

Ludan K. O.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Wissenschaftliche Betreuerin: **Petroschuk O. W.**

Dozentin. Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Sprichwörter sind ein faszinierender Bestandteil der deutschen Sprache und Kultur. Sie dienen nicht nur der Vermittlung von Weisheiten und moralischen Lehren, sondern spiegeln auch die Weltanschauung und kulturelle Identität eines Volkes wider. In der deutschen Kultur spielen Sprichwörter eine bedeutende Rolle in der Alltagskommunikation, insbesondere in humorvollen oder scherzhaften Kontexten. Die Art und Weise, wie Humor durch Sprache ausgedrückt wird, kann viel über die Mentalität und Werte einer Gesellschaft aussagen.

Ein zentrales Merkmal deutscher Sprichwörter ist ihr oft direkter und pragmatischer Charakter. Viele von ihnen enthalten eine gewisse Strenge oder belehrende Tendenz, aber gleichzeitig auch einen Hauch von Humor und Ironie. Dies zeigt sich zum Beispiel in Redewendungen wie “Wer rastet, der rostet”, die auf eine spielerische Weise eine Lebensweisheit vermitteln. Die Deutschen sind für ihren trockenen, oft sarkastischen Humor bekannt, der sich auch in ihren Sprichwörtern widerspiegelt. Dieser Humor ist nicht immer offensichtlich und kann von Außenstehenden manchmal als ernst oder streng wahrgenommen werden. Doch hinter vielen deutschen Sprichwörtern steckt eine tiefe Lebenserfahrung, die oft mit einem Augenzwinkern weitergegeben wird.

Humor hat in der deutschen Kultur eine lange Tradition. Bereits im Mittelalter fanden sich satirische und humorvolle Elemente in der Literatur, die sich über soziale Normen oder menschliche Schwächen lustig machten. Viele Sprichwörter

entstanden in dieser Zeit und wurden als Mittel genutzt, um Missstände humorvoll zu kritisieren oder moralische Lehren mit einer gewissen Leichtigkeit zu vermitteln. So wird etwa mit dem Sprichwort “Es ist nicht alles Gold, was glänzt” auf die Gefahr der Täuschung hingewiesen – eine ernste Botschaft, die jedoch durch die bildhafte Sprache unterhaltsam gestaltet wird.

Deutsche Sprichwörter spiegeln auch die Werte und Normen der Gesellschaft wider. Viele von ihnen betonen Fleiß, Disziplin und Ordnung, Eigenschaften, die traditionell mit der deutschen Kultur assoziiert werden. Doch neben diesen ernsten Themen gibt es zahlreiche Sprichwörter, die humorvolle oder scherzhafte Elemente enthalten. Ein Beispiel ist das Sprichwort “Lieber den Spatz in der Hand als die Taube auf dem Dach”, das auf eine pragmatische und zugleich humorvolle Weise die Bedeutung von Sicherheit und Realismus unterstreicht.

Auch in der interkulturellen Kommunikation spielen deutsche Sprichwörter eine Rolle. Viele von ihnen wurden in andere europäische Sprachen übernommen, da sie universelle Weisheiten und Werte vermitteln. So wurde das deutsche Sprichwort “Zeit ist Geld” in vielen Ländern bekannt und drückt auf prägnante Weise den Wert von Effizienz und Zeitmanagement aus. Die Tatsache, dass solche Sprichwörter weit über den deutschen Sprachraum hinaus verwendet werden, zeigt ihre kulturelle Bedeutung und ihre Fähigkeit, humorvolle und zugleich tiefgründige Botschaften zu transportieren.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Humor und Scherz in der deutschen Kultur eng mit der Sprache und insbesondere mit Sprichwörtern verbunden sind. Sie sind nicht nur ein Mittel zur Unterhaltung, sondern auch zur kritischen Reflexion und zur Weitergabe von Lebensweisheiten. Der deutsche Humor zeichnet sich durch eine Mischung aus Pragmatismus, Ironie und einem gewissen trockenen Witz aus, der sich in vielen Sprichwörtern widerspiegelt. Diese kulturellen Ausdrucksformen tragen dazu bei, das kollektive Gedächtnis einer Gesellschaft zu bewahren und ihre Identität über Generationen hinweg zu stärken.

LITERATUR

Hemmecke M. (Datum der Bewerbung: 2005) Geschichte und Bedeutung des deutschen Sprichwortes.

<https://www.grin.com/document/109718>

Röhrich, Lutz: Das Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. Digitale Bibliothek, Band 42. 1 CD-ROM. Directmedia Publishing 2004.

Schönherr, Erwin (1992). Humor und Witz in deutschen Sprichwörtern. Akademie Verlag.

Wotjak, Barbara: Redewendungen und Sprichwörter. Ein Buch mit sieben Siegeln? In: Fremdsprache Deutsch.

ÜBERSETZUNGSSTRATEGIEN BEI DER WIEDERGABE VON PHRASEOLOGISCHEN EINHEITEN MIT DER KOMPONENTE "HERZ"

Marchenko M. V.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Wissenschaftliche Betreuerin: **Formanjuk O. L.**

Doktorin, Dozentin des Lehrstuhls für deutsche Philologie

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Phraseologische Einheiten mit der Komponente HERZ sind ein bedeutender Bestandteil der Somatismen in der deutschen und ukrainischen Sprache. Sie repräsentieren nicht nur Charaktereigenschaften, Wünsche und Emotionen des Menschen, sondern auch gesellschaftliche und religiöse Wertvorstellungen. Die metaphorischen Bilder, die mit "Herz" verbunden sind, verdeutlichen die Wichtigkeit der Versprachlichung der menschlichen Gefühlswelt (Palm, 1997).

Im Bereich der kontrastiven Phraseologie können phraseologische Einheiten aufgrund kultureller und sprachlicher Unterschiede besondere Übersetzungsprobleme verursachen. Die Übersetzung solcher Einheiten erfordert eine sorgfältige Berücksichtigung semantischer Feinheiten und kontextueller Bedeutungsebenen. Nach Földes (1996) lassen sich phraseologische Entsprechungen in folgende Kategorien einteilen: Phraseologische Entsprechung (absolute/partielle/relative Äquivalenz); Nicht-phraseologische Entsprechung (Lexikalische und Pseudoäquivalenz); Nulläquivalenz (S. 117-130)

Bei der Übersetzung der deutschen Phraseologismen mit der Komponente HERZ ins Ukrainische unterscheidet Rajkova O. (2011) zwischen zwei Hauptstrategien: phraseologische Übersetzung und nicht-phraseologische Übersetzung.

Die erste Strategie wird angewandt, wenn in der Zielsprache eine entsprechende phraseologische Einheit existiert. Man übersetzt solche Phraseologismen mit: 1) absoluten phraseologischen Äquivalente (wenn die phraseologischen Einheiten in beiden Sprachen sowohl in ihrer lexikalischen als auch phraseologischen Bedeutung, grammatischen Struktur und stilistischen Färbung überein stimmen), z. B: *etwas auf dem Herzen haben* – *мати щось на серці* (etwas bedrückt jemanden); 2) Bei den partiellen phraseologischen Äquivalente gibt es leichte Abweichungen in der lexikalischen oder syntaktischen Struktur, jedoch bleibt die Bedeutung erhalten, z.B: *ein schwarzes Herz haben* – *мати черстве серце* (böse sein); *ein Herz aus Stein* – *кам'яне серце*; 3) Und bei den relativen phraseologischen Äquivalente unterscheiden sich die Struktur und Bildhaftigkeit, doch die Bedeutung bleibt ähnlich, z.B: *das Herz auf der Zunge tragen* – *що на думці, те й на язичі* (seine Gedanken direkt aussprechen); *jemandem blutet das Herz* – *серце крається* (tiefen Kummer verspüren).

Falls keine adäquate phraseologische Entsprechung in der Zielsprache vorhanden ist, schafft der Übersetzer nicht-phraseologische Übersetzung, indem alternative Übersetzungsmethoden angewendet werden können: 1) Deskriptive Übersetzung wird verwendet, wenn es keine direkte Entsprechung gibt. Dabei wird der inhaltliche Kern in einem freien Ausdruck wiedergegeben: *Das*

Herz ist ihm in die Hosen gefallen – Він дуже злякався; 2) Lehnübersetzung (Kalkübersetzung), wobei die Struktur direkt übersetzt wird: *jemandem sein Herz schenken – Подарувати комусь своє серце*; 3) Lexikalische Übersetzung, wobei eine phraseologische Einheit durch ein einzelnes Wort oder einen nicht-phraseologischen Ausdruck ersetzt wird: *aus seinem Herzen keine Mördergrube machen – висловитися щиро; відверто*.

Daneben unterscheiden einige Forscher, insbesondere V. I. Karaban (2003), noch die wahlweise Übersetzung von Phraseologismen. Bei der wahlweisen Übersetzung muss berücksichtigt werden, dass die Wahl des richtigen Äquivalents vom Kontext abhängt. Wird ein phraseologisches Synonym als Übersetzung gewählt, müssen alle stilistischen und semantischen Aspekte berücksichtigt werden, z.B: *von Herzen gern – від щирого серця, з дорогою душею, без обиняків, поклавши руку на серце, як на душу*. (S. 323)

Die Übersetzung phraseologischer Einheiten mit der Komponente "Herz" stellt eine besondere Herausforderung dar, da sie kulturelle Konnotationen und metaphorische Bedeutungen wiedergeben. Je nach Kontext und Zieltextstrategie können verschiedene Übersetzungsmethoden angewandt werden. Die Wahl der adäquaten Übersetzungsmethode hängt von der Verfügbarkeit von Äquivalenten in der Zielsprache, der stilistischen Wirkung und dem kulturellen Hintergrund der Phraseologie ab. Eine Analyse zeigt, dass Phraseologismen mit der Komponente HERZ sowohl phraseologisch, als auch nicht-phraseologisch übersetzt werden können.

LITERATUR

- Райкова, О., & Полинкін, В. (2011). Переклад фразеологізмів з німецької мови на українську. *Вісник студентського наукового товариства Дон-НУ імені Василя Стуса*, 36–44.
- Карабан, В. І. (2003). *Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову*. Нова книга.
- Palm, C. (1997). *Phraseologie. Eine Einführung*. Narr.
- Földes, C. (1996). *Deutsche Phraseologie kontrastiv. Intra- und interlinguale Zugänge*. Groos.

PLEONASMS IN ENGLISH AND UKRAINIAN: A COMPARATIVE ANALYSIS

Mishchenko Y. S.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Chhetiani T. D.**

Associate Professor of English Philology and Philosophy of Language

Kyiv National Linguistic University

The problem of the usage of pleonasm in English and Ukrainian has sparked a considerable interest in conducting a more detailed parallel analysis of linguistic constructions and discovering common and distinctive features of their formation.

Pleonastic phenomena are linguistic expressions that contain redundant or repetitive elements that add no new meaning to word combination but make up tautology. In fiction texts and everyday communication, scholars distinguish syntactic and semantic pleonasms.

For example, in the original English version of Mark Twain's story, we can note the quotation "A deep melancholy settled down upon his spirit." where "deep" is a determinant that intensifies melancholy as loneliness. Melancholy can't be the other than inherently deep, thus emphasizing how deeply sorrow penetrated the character's soul. To compare, the Ukrainian phraseological unit "кінця- краю не буде" is used to emphasize the moment of waiting and infinity. The English equivalent of which is "it seemed a good while." The pleonasm "dead silence" could be replaced by a phrase "everything was so still and lonesome."

For the analysis of pleonasms in Ukrainian, some extracts from Ivan Drach's work "The Secret," should be presented here where pleonasms are aptly identified and compared. As we can see in the phrase: "В труні без мови і обмови. Лежав відомий чоловік." The words "mova" and "obmova" have the same lexical meaning, which helps to create rhyming and euphony in the lines, intensifying the meaning of the sentence.

The phenomenon takes place both in spoken and written forms of languages. For example, in English, the established clichés in the spoken form as deeply rooted fixed phrases are: "VIP person" that decodes as "Very Important Person" already includes the noun "person", "free gift" cannot be given for money, otherwise it would not be a gift, in "end result" or "final result" the word "result" already implies the outcome of the process. The next example, "past history" is pleonastic because the word "history" literally means past occurrences/events making the word "past" redundant, the same as in the word combination "future plans".

Pleonasms in the Ukrainian colloquial speech are also commonly used. For example, in the word combinations "спускатися донизу" and "підніматися догори" verbs already indicate directions and adverbs are unnecessary, "пліткувати за спинами" contains the word "пліткувати" that already implies an action that takes place secretly and the component "за спинами" can be easily omitted. In addition, in the phraseological unit "на сьогоднішній день" the word "сьогоднішній" already contains the meaning "сього дня" and the component "day" is redundant, forming up semantic tautology. The same phenomenon we see analyzing the word combination "колега з роботи" where "колега" already means a person you work with.

Furthermore, the idioms "saw with my own eyes" or "heard with my own ears" used in both languages enhance expression without violating language norms. Here the last component reinforces and emphasizes the first word. There are also some phraseological units and proverbs that can be typical aphorisms containing folk wisdom and they add emotional colour to the text. Pleonasms can be found even in the Old Church Slavic language, like in "Все мені пробач [...], гріх скоєний в днешній день" (Православний молитвослов, 1998).

We can conclude that there exists a stylistically justified phenomenon of pleonasticity, which is a norm, and redundancy, which is an extra-normative linguistic phenomenon that is not motivated. Therefore, as we see from

comparing the use of pleonasms in Ukrainian and English, English lacks the common-root words found in the Ukrainian word derivation. This is what traditionally is called tautology.

The use of pleonasms as redundant constructions in speech and poetry plays an important role in creating descriptive impact and conveying depicted events, but one should not forget about conciseness and literacy in the transmission of information and description. Unfortunately, predecessors did not pay enough sufficient attention to the redundancy of word combination in speech and literature. It is still a problem to consider pleonasms as a case of verbal pollution that prevents to convey ideas most accurately.

LITERATURE

Драч, І. Ф. (2002). *Поезії*. Фоліо.

Літкович, Ю. В. (2017). Плеонастичні словосполучення у сучасних англійських текстах. *Studia Philologica*, 7. 80–87.

Селіванова, О. О. (2006). *Сучасна лінгвістика: Термінологічна енциклопедія*. Dovkillia.

Молитва до Ангела-Охоронця (1998). *Українська православна церква*. Київська митрополія.

Ballmer, T. (2003). *Speech Act Classification: A Study in the Lexical Analysis of English Speech Activity*. Linguistic Society of America.

Elster, C. H. (2012). *Pleonasm: A Word Every Writer and Copyeditor Should Know*. Blackwell.

Twain, M. (2024). *The Adventures of Huckleberry Finn*. Miller Publishing Company.

PRAGMATIC AMBIGUITY AS A COMMUNICATIVE STRATEGY IN CONTEMPORARY ENGLISH MEDIA DISCOURSE

Misiura Y. O.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Izotova N. P.**

Doctor of Sciences (Philology), Professor

Kyiv National Linguistic University

In the modern world, the media shape public opinion, influencing political, economic and social processes. The media use a variety of strategies to create a multiple meaning effect, which can contribute to misinterpretation, manipulate public opinion, or capture the attention of the audience. One of the key tools of media discourse is pragmatic ambiguity.

Pragmatic ambiguity is defined as a property of a word or utterance having more than one meaning, which makes it difficult to understand (Fortuny, & Payrató, 2024, p. 1). Linguistics distinguishes lexical, morphological, syntactic, and pragmatic ambiguity (Fortuny, & Payrató, 2024, p. 1). For example, the word

bank can mean both “river bank” and “financial institution”, and long can mean both “long” and “to yearn” (Wasow, Perfors, & Beaver, 2005, p. 265–266).

In media discourse, ambiguity plays an important role in the construction of meaning, as it can be used as a strategic technique that influences the audience’s perception of information (Macagno, & Bigi, 2018, p. 193). Research shows that in pragmatics and argumentation theory, ambiguity is considered not only as a linguistic phenomenon, but also as a means of strategic manipulation and the creation of discussion effects (Macagno, & Bigi, 2018, p. 193).

Sánchez Macarro (as cited in O’Keeffe, 2006, p. 12) states that “All of us as individuals are influenced by the media, our opinions are shaped, reinforced and changed by it.” In this context, ambiguity becomes a powerful communication tool, allowing journalists to create the effect of ambiguity and provide information that can be interpreted differently depending on the context.

That is why the study of pragmatic ambiguity as a communicative strategy in contemporary English media discourse is relevant, as it allows us to better understand the mechanisms of influencing public opinion and identify potential risks of information manipulation.

The aim of the paper is to analyse how pragmatic ambiguity is used in media texts. For this purpose, the headlines demonstrating the concept of ambiguity in English-language media discourse were chosen, using materials from The Guardian, BBC Future and The New York Times as examples. Their analysis allows identification of the main linguistic techniques that influence the interpretation of information.

For instance, the headline *Brighton sink Bournemouth thanks to Danny Welbeck’s instant impact* uses the word “sink”, which in this context takes on a figurative meaning, describing the defeat of the football team (The Guardian, 2025). This metaphor strengthens the expressiveness of the statement, giving the game a competitive and dramatic tone.

Another example is the headline *Why the world is running out of sand*, in which the expression “running out of sand” can be interpreted in two ways. Literally, it refers to the depletion of a natural resource, but it can also be interpreted metaphorically, referring to an hourglass and symbolising the running out of time (BBC Future, 2019). This play of meanings creates intrigue, encouraging the reader to think more deeply about the future.

Another case is found in the headline *Banksy painting self-destructs after selling for \$1.4 million*. The phrase “self-destructs” is typically used to describe the programmed destruction of mechanical objects, but in this context, it is surprisingly applied to a work of art (The New York Times, 2018). In fact, the painting did not self-destruct, but simply fell out of the frame. This use of the term in an unusual sense highlights the singularity of what happened, capturing the audience’s attention.

The analysis of headlines has shown that pragmatic ambiguity is not just a stylistic device, but a powerful tool of influence in media discourse. Such techniques can make news more memorable, but at the same time they can mislead the reader or direct his/her interpretation in the right direction. This is especially true for headlines, which often form the first impression of the material.

BIBLIOGRAPHY

- Fortuny, J., & Payrató, L. (2024). Ambiguity in linguistics 1. *Studia Linguistica*, 78(1), 1–7.
- Wasow, T., Perfors, A., & Beaver, D. (2005). The puzzle of ambiguity. *Morphology and the web of grammar: Essays in memory of Steven G. Lapointe*, 265–282.
- Macagno, F., & Bigi, S. (2018). Types of dialogue and pragmatic ambiguity. *Argumentation and Language—Linguistic, Cognitive and Discursive Explorations*, 191–218.
- O’Keeffe, Anne. 2006. *Investigating Media Discourse*. London and New York: Routledge.
- The Guardian. (2025, February 25). *Brighton sink Bournemouth thanks to Danny Welbeck’s instant impact*. The Guardian.
<https://www.theguardian.com/football/2025/feb/25/brighton-bournemouth-premier-league-match-report>
- BBC Future. (2019, November 18). *Why the world is running out of sand*. BBC Future.
<https://www.bbc.com/future/article/20191108-why-the-world-is-running-out-of-sand>
- The New York Times. (2018, October 6). *Banksy painting self-destructs after selling for \$1.4 million*. The New York Times.
<https://www.nytimes.com/2018/10/06/arts/design/uk-banksy-painting-sothebys.html?smid=url-share>

RECURSOS LINGUOESTLÍSTICOS DE EXPRESAR EL TREMENDISMO EN EL DISCURSO ARTÍSTICO

Morhun A. O.

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

Sudorzhenko H. P.

Candidata a doctora en Filología

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

El tremendismo como fenómeno literario y lingüístico representa una de las tendencias más destacadas en la historia de la literatura española de posguerra. La crisis existencial y el realismo que prevalecen en este movimiento merecen un análisis cuidadoso y profundo desde la perspectiva lingüística para comprender plenamente los mecanismos a través de los cuales se manifiesta en el discurso artístico.

Directamente en un contexto lingüístico, el tremendismo se manifiesta en su tendencia a utilizar un lenguaje agudo y dramático, sin censura, que se posiciona como propenso a causar un fuerte impacto emocional en el receptor. Así, las principales características influyentes son: el uso deliberado de elementos léxicos con una alta carga semántica negativa, estructuras sintácticas que potencian el dramatismo y técnicas estilísticas que enfatizan la crueldad de la narración (Alchazidu, 2016).

El tremendismo surge en España en el contexto de los acontecimientos de la guerra civil, y se considera que la primera obra de este estilo es “La familia de Pascual Duarte” (1942) de Camilo José Cela. La representación de la violencia y la marginación social, el determinismo pesimista, la exploración de la condición humana en situaciones extremas y una visión desilusionada de la realidad se convirtieron en un catalizador para la creación de una literatura única. El tremendismo ha evolucionado desde sus inicios, influyendo significativamente en el desarrollo de la novela y dejando, sin duda, una huella importante en la sociedad (Palacios, A. 2006).

En el discurso artístico, el tremendismo funciona como un modo de representación que desafía las tradiciones estéticas establecidas para confrontar al lector con aspectos perturbadores de la realidad. Este movimiento se manifiesta a través de una cierta estructura narrativa que favorece lo grotesco y lo violento. Este discurso opera a través de técnicas narrativas específicas, como centrarse en detalles espantosos, acumular elementos negativos y crear una atmósfera opresiva. En este sentido, el tremendismo constituye un tipo especial de discurso artístico, caracterizado por su crudeza expresiva y la intención de influir y conmocionar al receptor. Vale la pena señalar que el uso de un lenguaje radical enfatiza puntos de vista emocionales y subjetivos. Este tipo de lenguaje busca una comunicación sencilla y comprensible, pues está influenciado por estados emocionales intensos que reflejan una realidad distorsionada (Renkema, J. 2001).

El tremendismo se caracteriza por una selección específica de vocabulario, que configura ciertos campos semánticos recurrentes asociados con la violencia, la muerte, la enfermedad, la marginación y la degradación moral. Dadas estas características, la corriente del tremendismo distingue campos semántico-funcionales de tensión, fuerzas naturales, conflictos sociales, muerte, autoconciencia, problemas morales, imágenes visuales, olfativas y auditivas. Además, una tarea importante al analizar cualquier campo semántico-funcional es tener en cuenta el contexto de cada oración y el texto en su conjunto. Funcionalmente, los elementos léxicos actúan como intensificadores semánticos que potencian el impacto emocional del texto y contribuyen a la construcción de una visión aterradora de la realidad (Ключка Н. Я. 2012).

El sensacionalismo del texto se expresa por medios estilísticos que afectan al nivel morfosintáctico y léxico-semántico y aseguran su expresividad, tensión emocional e impacto. A nivel morfosintáctico se utilizan la inversión, la anáfora, la elipsis y asíndeton que ayudan a aumentar el dinamismo de la presentación, crear sensación de urgencia o unicidad de la información. Estos recursos permiten enfatizar ciertos detalles haciéndolos más significativos para el lector. A nivel léxico-semántico, el tremendismo se logra mediante el uso de hipérboles, metáforas y epítetos. Estas herramientas ayudan a crear imágenes y evocar una fuerte respuesta emocional. La hipérbole le da a un evento una escala grandiosa enfatizando su importancia, mientras que la metáfora contribuye a una percepción más vívida de la información a través de asociaciones. El uso de oximorones hace que el texto sea tenso y potencia el efecto de sorpresa.

Definitivamente, el tremendismo como movimiento literario no sólo influyó en la literatura española de posguerra, sino que también se convirtió en una

forma única de entender artísticamente la agitación social y la crisis existencial. Sus características lingüísticas y estilísticas, basadas en el uso de medios léxicos emocionalmente ricos y dinámicas, son claves para crear una atmósfera de tensión, choque y drama. Por sus características lingüísticas, el tremendismo no sólo refleja una realidad cruel, sino que también influye en el receptor, formando un nuevo tipo de discurso artístico basado en la implicación emocional, la expresividad y el sensacionalismo.

LITERATURA

- Ключка, Н. Я. (2012). Лексико-семантичне поле як системно структурне утворення. *Наукові записки. Буковинський державний медичний університет. Серія: Філологічна. Випуск 24*. 129–131.
- Alchazidu, A. (2016). *Tremendismo: el sabor amargo de la vida : tras las huellas de la estética tremendista en la narrativa española del siglo (1 ed.)*. Brno, Filozofická fakulta, Masarykova univerzita.
- Palacios, A. (2006). La expresión tremendista en el albor poético de Gabino-Alejandro Carriedo. *Publicaciones de la Institución Tello Téllez de Meneses*, 77, 335–356.
- Renkema, J. (2001). Intensificadores: un marco de analisis. *Revista electrónica discurso*, 1(1), 17.

EL COMPONENTE NACIONAL ESPECÍFICO DE LAS UNIDADES FRASEOLÓGICAS EN LAS LENGUAS ESPAÑOLA Y UCRANIANA DESDE LA PERSPECTIVA DEL PARADIGMA ANTROPOCÉNTRICO DE LA CIENCIA LINGÜÍSTICA

Muraviova D. S.

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

Dirigente científico: **Danylych V. S.**

Doctora en Filología

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

El ser humano es un corazón de cualquiera ciencia conocida por el momento, y la lingüística no ha sido la excepción. El interés por investigar la lengua desde el ángulo antropocéntrico no deja de crecer, introduciendo nuevas ideas y visiones sobre la proyección humana tanto individual como colectiva.

Cualquier hombre es un portador de cierta cultura y mentalidad que en su combinación presentan rasgos distintivos e inherentes exclusivamente a un pueblo, nación. A este respecto, España es un país rico ya que constituye una inmensa variedad de grupos que protegen su singularidad. Las numerosas nacionalidades que habitan en el país hacen su propia contribución en la saturación y enriquecimiento del idioma español.

La diversidad y la subsiguiente mezcla de culturas en el territorio de la Península Ibérica sirvió de base para la creación de una imagen lingüística. Además del

castellano, es imprescindible destacar a otras lenguas como oficiales como portadores de cultura singular: catalán, gallego, euskera y valenciano. La diversidad de numerosos dialectos es un fenómeno particular que constituye un suelo fértil para la investigación en el área de antropología.

El componente más vivo del idioma es su léxico. En particular, es la fraseología que contiene una huella cultural más considerable.

Las unidades fraseológicas constituyen un material significativo para producir una muestra representativa de la sociedad. De esta manera, la información cultural presente en el vocabulario de la lengua (principalmente, en el campo de fraseología) puede ser segmentada en varias capas, a saber: bíblica, mitológica, folclórica, histórica, arquetípica, etnográfica, literaria, simbólica etc.

Como ejemplo, el fenómeno únicamente español, tauromaquia, presenta una raíz de numerosas unidades fraseológicas que no tienen coincidencias u análogos directos en otras lenguas extranjeras (“cambiar de tercio”, “ver los toros desde la barrera”, “ser un maleta”, “ser alguien un buen espada”, “tirarse un farol”, “cortarse la coleta”) (5).

El paradigma antropocéntrico se centra en la idea de que la lengua es psicológica por su naturaleza y está estrechamente ligada al ser humano, sirve de instrumento para expresar las cualidades individuales. En efecto, cualquier persona constituye un núcleo en el proceso de establecer las relaciones entre los representantes de un grupo étnico cultural.

El idioma representa una concentración del espíritu nacional, de su legado cultural, histórico, artístico y mental. Por consiguiente, cada lengua (sobre todo su caudal léxico) puede servir de instrumento para descubrir la naturaleza de una etnia. Los textos como ejemplos verbalizados y étnicamente saturados del pueblo constituyen un material representativo que contiene el conjunto de palabras y frases que reflejan el carácter específico de su vida, cultura y costumbres.

La mayor parte del léxico que ha sido estilísticamente neutral puede adquirir los rasgos más intensos, artísticos y saturados en cierto contexto (étnico, folclórico, popular, social, mitológico). Lo que presenta interés es la manera y peculiaridades de construir el mundo en la mentalidad colectiva, de que forma un pueblo logró autoidentificarse y distinguirse entre los numerosos grupos étnicos (3).

Las unidades fraseológicas representan una visión simbólica, poseyendo a menudo los rasgos de arcaísmo (3). Zhaivoronok V. V. aclara que es exactamente la fraseología que ilumina las peculiaridades culturales nacionales y etnopsicológicas del pueblo. Según la científica Sharmanova N. M., las unidades fraseológicas son construidas a base de contraste entre las ideas y conceptos prototípicos de la norma y realidad. Tal confusión del significado y forma provoca cambios en el sistema semántico, lo que está vinculado con la aparición de realidades mentales nuevas.

En su conciencia, el ser humano evalúa y clasifica los objetos y fenómenos desde varios ángulos como estético y pragmático (a las que se puede añadir el moral y religioso). En la construcción de la unidad fraseológica desempeñaron el papel clave las estrategias de evaluación, a menudo estableciendo unos paralelos con el mundo animal (1).

En conclusión, el caudal fraseológico demuestra que todo en la lengua gira en torno al ser humano. El principio antropocéntrico y el paradigma cognitivista en la lingüística se encuentran en su fase activa ahora. Las tendencias actuales cambian su perspectiva y la lengua se convierte ya en el instrumento para reconstruir las estructuras profundas de la conciencia humana.

LITERATURA

- Жайворонок Н. В. (2007). *Українська етнолінгвістика. Нариси. Довіра*.
 Крочук Ю. В. (2015). Мовна особистість як об'єкт дослідження антропоцентричної лінгвістичних студій. *Молодий вчений*, 17(2).
 Шарманова Н. М. (2015). *Етнолінгвістика : навчальний посібник для студентів факультету української філології*. НПП АСТЕРІКС.
 Corpas Pastor, G. (1996). *Manual de fraseología española*. Gredos.
 De La Fuente González, M. A. (2009). El toro, el torero y la plaza: léxico, fraseología y metáforas culturales. *Tabanque* 22, 139–163.
 Galynska O. M. (2016). Linguo-cultural approach to intertextual phraseology (through somatic code of culture). *Science and Education a New Dimension. Philology*, IV(18), Issue: 80.
 Koszla-Szymanska M. (2000). *Los fraseologismos, dichos y frases hechas y su importancia comunicativa en la enseñanza del español como lengua extranjera*. — Universidad de Varsovia
 Yorda Fernando, Kubarrh Hugo (1996). *Diccionario fraseológico del español moderno*. GREDOS.
- 1.
 - 2.

HYBRID WAR IN MASS MEDIA SPACE: TRANSLATION ASPECT

Myklashchuk N.

Kyiv National Linguistic University

Research Supervisor: **Nykytchenko K. P.**

Candidate of Philological Sciences

Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

The modern world is experiencing numerous conflicts that go beyond traditional warfare and cover the information, economic, political and military dimensions. One of the key concepts defining the latest forms of armed and information confrontation is the concept of “hybrid warfare” (Hoffman, 2019). This phenomenon has been widely covered in the modern English-language media discourse, forming a certain set of meanings and connotations that influence public opinion and international relations. An important component of the analysis of this concept is its translation aspect. After all, the process of translating the content of media texts on hybrid warfare from English into Ukrainian is associated with a number of challenges, including maintaining semantic accuracy, taking into account political and cultural contexts, and choosing adequate translation strategies.

The term “concept” is understood as “a mental unit and an element of consciousness that acts as a bridge between the real world and the language, it also encompasses cultural information, in which it is filtered, processed and systematised” (Полюжин, 2015, с. 215). Concepts exist in the form of “bundles” of notions, knowledge, associations, and experiences (Полюжин, 2015) that are registered in the language.

The concept HYBRID WAR in the contemporary English-language media discourse does not have an unambiguous interpretation, as its content is shaped by the socio-political context and changes depending on the ideological orientation of the source (Mälksoo, 2020). The study of the concept HYBRID WAR in the contemporary English-language media discourse has revealed its ambiguity, dynamism and dependence on the socio-political context (Mälksoo, 2020).

“A Ukrainian strike using American-made missiles to hit targets deep inside Russia using American-made weaponry, has prompted renewed fears of reprisal through “hybrid warfare” – a chaotic tool of conflict that muddies borders and broadens the scope of a frontline” (Leyland, 2024).

In the aforementioned example the word combination “hybrid warfare” denotes mixed strategies, including cyberattacks and information operations, to confront Ukraine. In Ukrainian translation this term undergoes specification “*зібриді методи війни*”, which results in the grammatical transformation of addition. The concept itself is described as “*a chaotic tool*.”

The results of the study showed that the translation of the term ‘hybrid warfare’ in the media discourse is not heterogeneous. The same applies to the term itself. Quite frequently this term can be used as a euphemism for Russian-Ukrainian war, which acquires a synonymous meaning to the term ATO “Anti-Terrorist Operation” (Pomerantsev, 2019).

The main problems of translation are the lack of an established equivalent, the variability of translation strategies, and the need to adapt the text in accordance with the cultural and historical characteristics of the target audience. It has been found that different approaches are used in the translation of journalistic texts containing this concept: transcription, calquing, descriptive translation or combined strategies.

Overall, contextual factors have a significant impact on translation decisions, such as the political bias of the source, genre features of the text, and the pragmatic intent of the author. The study proved that equivalence in the translation of military terminology requires not only accuracy in conveying the meaning, but also a deep understanding of the conceptual features of the term itself.

The results of the study are significant for understanding the mechanisms of information transmission in the international media space. The identified features of the reproduction of the concept HYBRID WAR in Ukrainian translations can be used in further research in translation studies, cognitive linguistics and information security (Hoffman, 2019).

The prospects for further research include a deeper analysis of the discursive strategies used in media texts to form certain interpretations of the concept HYBRID WAR, as well as expanding the corpus of the studied texts to obtain even

more representative results. In addition, an important area is the development of recommendations for translators working with military and political terminology in mass media discourse.

REFERENCES

- Полужин, М. (2015). Поняття, концепт та його структура. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*, 4, 214–224.
- Pomerantsev, P. (2019). *This is Not Propaganda: Adventures in the War Against Reality*. Faber & Faber.
- Hoffman, F. (2019). *Hybrid Warfare and Challenges*. Joint Force Quarterly.
- Leyland, C. (2024). What is hybrid warfare, which some fear Russia will use after Ukraine's strike? *The Guardian*. Retrieved Nov. 20, 2024, from https://www.theguardian.com/us-news/2024/nov/19/hybrid-warfare-russia-ukraine?utm_source=chatgpt.com
- Mälksoo, M. (2020). *The Challenge of Hybrid Warfare through the Lens of NATO's Response: Political and Strategic Dimensions*. Contemporary Security Policy.

OCCASIONALISMS IN THE FANTASY GENRE: LEXICAL CREATIVITY AND TRANSLATION INTERPRETATION

Naumenko A. A.

Kyiv National Linguistic University
Research Supervisor: **Melko Kh. B.**
CSc. (Philology), Associate Professor
Kyiv National Linguistic University

Fantasy literature is renowned for its world-building, often achieved through linguistic creativity. One of the key elements contributing to this is the use of occasionalisms—newly coined words that reflect the unique aspects of fictional universes.

These lexemes pose challenges for translators, as they require strategies that balance meaning preservation, cultural adaptation, and linguistic coherence in the target language. This study is relevant as it explores the linguistic complexity of occasionalisms in fantasy and the strategies used to render them into another language. Analyzing different approaches in translation helps understand the balance between semantic accuracy and stylistic adaptation (Newmark, 1988, p. 145).

Defining occasionalisms in language Occasionalisms are context-dependent neologisms that authors create to expand their fictional worlds. They emerge through diverse word-formation processes, such as affixation, compounding, and borrowing. In fantasy literature, these terms often carry symbolic or cultural significance, adding depth to the narrative (Crystál, 2008, p. 214).

Occasionalisms in fantasy literature Fantasy works frequently introduce occasionalisms that shape the mythos of their worlds. For instance, Sarah J. Maas's *Throne of Glass* and *A Court of Thorns and Roses* series feature words such as Wyrdmarks (ancient magical symbols tied to fate and destiny, translated as Вірдова мітка), Illyrians (a warrior race known for strength, rendered as Іллірійці), and Mating Bond (a mystical connection between destined partners, translated as Шлюбний зв'язок). These terms enrich the lore and require precise translation strategies to maintain their impact.

Challenges in translating occasionalisms The primary difficulties in translating occasionalisms stem from their novelty and cultural specificity. Some words, like Velaris (a hidden city of starlight, translated as Веларіс), can be transferred through transcription, preserving their phonetic integrity. Others, like Basgiath War College (a military training academy for dragon riders, translated as Військовий коледж Басгіату), necessitate a mixed approach, combining calque and transcription to ensure clarity and cultural resonance.

Occasionalisms in Sarah J. Maas's works: *Throne of Glass* and *A Court of Thorns and Roses* Maas's novels showcase complex world-building through original terminology. Examples include: Wyrdmarks → Вірдова мітка (calque) – maintains the original meaning by translating the core components. Illyrians → Іллірійці (transcription) – retains phonetic similarity, emphasizing the cultural uniqueness of the warrior race. Mating Bond → Шлюбний зв'язок (adaptation) – conveys the concept naturally within the Ukrainian linguistic framework.

Techniques in translating occasionalisms in Rebecca Yarros's *Fourth Wing* present additional challenges due to its unique terminology. Key examples include: Tairn → Терн (transcription) – preserves the phonetic identity of the dragon's name. Venin → Венін (transcription) – retains the ominous sound of the corrupted creatures. Blood Oath → Кровна клятва (calque) – ensures clarity while maintaining the sacred connotation. Rider's Quadrant → Квадрант вершників (calque) – conveys the structure of the military academy precisely. 2.3. Comparative review of translation strategies across texts Different translation strategies are applied depending on the nature of the occasionalism. Transcription is often used for names (Navarre → Наварра), while adaptation is applied to hierarchical or military terms (Wing Leader → Командир крила).

Some terms require a mixed strategy, such as Basgiath War College (Військовий коледж Басгіату), where calque ensures comprehension and transcription preserves distinctiveness.

Occasionalisms are an essential feature of fantasy literature, shaping its linguistic and cultural uniqueness. Their translation requires a flexible approach, incorporating transcription, calque, adaptation, and mixed methods to maintain the integrity of the fictional world. By applying these strategies, translators ensure that the original author's intent and stylistic nuances are preserved, allowing target audiences to engage fully with the text.

BIBLIOGRAPHY

- Altynbekov, A., Sovetova, Z., & Veselinov, D. (2025). *Statistical analysis of autochthonous occasionalisms in the works of Brandon Sanderson*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/388257372_STATISTICAL_ANALYSIS_OF_AUTOCHTHONOUS_OCCASIONALISMS_IN_THE_WORKS_OF_BRANDON_SANDERSON.
- Baker, M. (2011). *In other words: A coursebook on translation*. Routledge.
- Brabanter, P. D., Kissine, M., & Sharifzadeh, S. (2014). The interpretation of indefinites in future tense sentences: A novel argument for the modality of will? *Future times, future tenses* (pp. 44–71). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199679157.003.0003>.
- Crystal, D. (2008). *A dictionary of linguistics and phonetics*. Blackwell.
- Eide, K. M. (2019). Modals and Tense. *Proceedings of Sinn Und Bedeutung*, 7, 120–135. <https://doi.org/10.18148/sub/2003.v7i0.796>.
- Gabrielova, E., & Lopatina, V. (2023). *Occasionalisms and linguistic innovation in digital media*. Retrieved from <https://www.academia.edu/45312057>.
- Maas, S. J. (2012). *Throne of Glass*. London: Bloomsbury.
- Maas, S. J. (2015). *A Court of Thorns and Roses*. London: Bloomsbury.
- Pustovit, L. O., & Klymenko, N. F. (2007). *Okazionalizm Occasionalism*. In V. M. Rusanivskyi, O. O. Taranenko, & M. P. Ziabliuk (Eds.), *Ukrainian Language: Encyclopedia*. Kyiv: Ukrainska entsyklopediia im. M. P. Bazhana.
- Translation Journal. (2021). *The challenges of translating fantasy literature*. Retrieved from <https://translationjournal.net/journal/76fantasy.htm>.
- Yarros, R. (2023). *Fourth Wing*. New York: Red Tower Books.

DIE ÜBERSETZUNG DER DEUTSCHEN EIGENNAMEN IM HINBLICK AUF DIE KLASSIFIZIERUNG

Nebrat K. M.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw
Wissenschaftliche Betreuerin: **Formanjuk O. L.**
Dozentin Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Die Onomastik ist ein wichtiges Gebiet für Übersetzer, weil die Kenntnis ihrer Prinzipien zur effektiven und korrekten Übertragung von Eigennamen beiträgt, weshalb solche verwandten Disziplinen für die Optimierung des Übersetzungsprozesses erforderlich sind.

Die Klassifizierung von Eigennamen als Haupteinheit der Onomastik ist gut etabliert, und ihre Analyse wird im Rahmen von separaten Abschnitten wie Anthroponymik, Astronymik, Zoonymik, Chrematonymik, Pragmatonymik, Toponymik, Ergonomik, Ethnonymik und anderen durchgeführt. Angesichts einer so weit gefassten Klassifizierung von Eigennamen weist jede Art solcher Einheiten spezifische sprachliche, semantische und kulturelle Merkmale auf. Sie

sollten bei der Übersetzung berücksichtigt werden, daher sollte jeder Typ einzeln betrachtet werden.

Die Übersetzung von Anthroponymen ist eine wichtige Aufgabe für Übersetzer, da Eigennamen in verschiedenen Textgattungen und in der zwischenmenschlichen Kommunikation weit verbreitet sind, was es schwierig macht, sie in mündlichen und schriftlichen Übersetzungen korrekt und angemessen wiederzugeben.

Bei der Übersetzung ist es wichtig zu beachten, dass Deutsche Anthroponyme haben eine ausgeprägte phonetische Gestaltung, die ihre Wiedergabe in anderen Sprachen erschweren kann, so dass der Übersetzer die spezifischen deutschen Laute und Ausspracheregeln berücksichtigen muss; Namen im Deutschen haben ein grammatisches Geschlecht und können dekliniert werden, was in der Übersetzung korrekt wiedergegeben werden muss, um Geschlechtsumkehrungen oder grammatikalische Fehler zu vermeiden; viele Namen haben historische oder kulturelle Bedeutungen, die die Bedeutung des Textes beeinflussen können, so dass der Übersetzung manchmal Erklärungen oder Anmerkungen hinzugefügt werden sollten; und einige Namen haben beispielsweise regionale Bezüge oder werden in Verkleinerungsformen verwendet, die unbedingt beibehalten werden müssen, um den soziokulturellen Kontext zu vermitteln.

Die Übersetzung von Zoonymen hat viel mit der Übersetzung von Anthroponymen gemeinsam, da die Prinzipien der Namensgebung ähnlich sind. Zoonyme können traditionell oder nicht traditionell sein, und ihre Wiedergabe hängt vom Kontext ab: In Dokumenten, die den Namen eines Tieres offiziell angeben, wird in der Regel die Transliteration verwendet, während in belletristischen Texten andere Übersetzungsmethoden möglich sind, weil Zoonyme eine poetonyme Funktion erfüllen können.

Zoonyme können durch Transliteration, Kalkierung und Adaption übersetzt werden. Gewöhnliche Namen wie "Rex" oder "Bella" werden in der Regel transliteriert, während bedeutungsvolle Namen durch Kalkierung übersetzt werden können, z. B. "Wölkchen" als "хмаринка/хмарка". Aufgrund der unterschiedlichen Traditionen bei der Benennung von Tieren in der deutschen und der ukrainischen Kultur ist es für den Übersetzer jedoch wichtig, die nationalen Besonderheiten zu berücksichtigen, um Missverständnisse zu vermeiden und die kulturelle Angemessenheit zu wahren.

Die Toponymie, als einer der größten Bereiche der Onomastik, weist ebenfalls spezifische Übersetzungsmerkmale auf. Zur Übersetzung von Ortsnamen werden die Methoden der Transkription, Transliteration, Transposition, Berechnung oder eine Kombination dieser Methoden verwendet.

Die Übersetzung der meisten Ortsnamen ist gut etabliert, obwohl es vorkommt, dass ein Übersetzer kein lexikalisches Äquivalent finden kann, und dann sollte er sich nur auf sein Wissen und seine Fähigkeiten verlassen.

Neben den individuellen Merkmalen der einzelnen Arten von Eigennamen sollte man auch die allgemeinen Eigenschaften nicht vergessen:

1. Eigennamen haben formale, semantische und pragmatische Aspekte und dienen der eindeutigen Identifizierung von Referenzobjekten.

2. Eigennamen weisen grammatikalische, graphische und phonetische Merkmale auf, die ihre Übertragung in Sprache und Übersetzung beeinflussen.

3. Eigennamen enthalten oft außersprachliches Wissen, das z. B. den politischen oder kulturellen Kontext widerspiegelt.

4. Eigennamen enthalten auch verschlüsselte historische und soziale Informationen, denn, wie O. Moroz (2012) anmerkt, ist ein Eigenname eine Form der nationalen Darstellung einer Person oder eines Gebiets (S. 143).

Indem die Übersetzer zwischen den verschiedenen Arten von Eigennamen anhand ihrer individuellen Merkmale unterscheiden und ihre gemeinsamen Eigenschaften auf sprachlicher und kultureller Ebene berücksichtigen, können sie die Bedeutung und den Kontext der deutschen Eigennamen besser vermitteln, was wiederum zu einer genaueren Übersetzung führt.

LITERATUR

Греков, В. О. (2018). Роль ономастики у навчанні та вдосконаленні навиків перекладу. *Молодий вчений*, 9(1), 94–100.

Мороз, О. (2012). Власне ім'я як одиниця презентації національної дійсності. *Мовознавчий вісник*, 14, 141–147.

Рибко, Н. В. (2018). Переклад власних назв. *Матеріали XLVII науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ*, Вінниця.
<http://ir.lib.vntu.edu.ua/handle/123456789/20320>.

Kamianets, W. (2000). Zur Einteilung der deutschen Eigennamen. *Grazer Linguistische Studien*, 54, 41–58.

TRANSLATION OF EMOTIONS IN LITERATURE

Nevsyevych D. D.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Shymchyshyn M. M.**

Professor, Doctor of Sciences

Kyiv National Linguistic University

Introduction with Complexity of Emotional Translation. Translating emotions in literary texts is a multifaceted task that requires a deep understanding of the source and target languages. The translator must have linguistic competence in both languages, including an understanding of grammar, syntax, and vocabulary. Beyond this, cultural awareness is essential to capture the emotional context accurately. Emotions are deeply tied to cultural norms and values, and what one culture considers a common emotional expression may be perceived differently in another. Psychological insight is also necessary to interpret the emotional nuances of the characters and their situations, ensuring that these emotions remain intact and resonate with the target audience. In literary translation, it is not only the literal meaning of words that matters but also the emotions they convey. The translator's job is to preserve the atmosphere of the original text—whether it's a feeling of

melancholy, joy, anger, or despair—so that the target reader experiences a similar emotional reaction as the original audience.

Challenges in Emotional Nuances. One of the most significant challenges in translating emotions is that many emotions do not have direct equivalents in other languages. For example, the English word “melancholy” carries a sense of sadness and longing, but it also contains a poetic, almost nostalgic quality that might not exist in other languages. When translating such words, the translator may need to provide additional context or find a close equivalent that captures the same emotional depth, even if the exact meaning is not fully translatable. The problem is further compounded by the fact that some emotions are expressed differently depending on the cultural context. A word might evoke one feeling in one culture but a completely different set of emotions in another. For example, “schadenfreude” (a German term for the pleasure derived from someone else’s misfortune) is a complex emotion that may be hard to convey fully in English without a detailed explanation.

Cultural Differences in Emotion Perception. Emotions are experienced and expressed differently across cultures. While some emotional states, like joy or sadness, are universal, their expressions can vary significantly. Different cultures have unique ways of talking about emotions, which can make translation particularly tricky. For instance, in Japanese, there are many subtle emotional states that are difficult to translate into English, such as “wabi-sabi” (a sense of beauty in imperfection) or “amae” (the feeling of being lovingly indulgent toward someone). These cultural concepts are deeply ingrained in the language and can pose a significant challenge for translators. Additionally, some cultures may place more emphasis on group harmony or face-saving, which can influence how emotions are expressed. For example, in some Asian cultures, outward expressions of emotion may be more restrained, while Western cultures may encourage more open emotional expression. Understanding these differences is key to capturing the emotional intent of the original text and adapting it for the target audience.

Adapting to Target Readers Emotional. expressions in literature must resonate with the target reader, making the translation feel natural and authentic. This requires not only linguistic skill but also an understanding of the target culture. The translator must adapt the emotional expressions to fit the cultural context of the target audience. This can mean altering or replacing certain expressions to ensure that the emotional message remains intact. For example, a joke or emotional expression that works well in one language may not have the same effect in another, and the translator must find a way to convey the same emotional impact while keeping the tone and meaning of the original intact. This adaptation often involves balancing fidelity to the source text with the need to make the translation feel organic and natural in the target language.

Emotional Impact in Literary Translation. The emotional depth of a literary work is one of its most important aspects. A successful translation must preserve this emotional depth while maintaining the integrity of the original narrative. This means that the translator must work to ensure that the emotions conveyed by the characters are not only clear but also impactful. They must also stay true to the

author's voice and intent, as well as the specific atmosphere and tone established in the original work. Achieving this emotional impact requires careful consideration of the text's pacing, style, and word choice. The translator must also be mindful of the emotional journey the reader is on, ensuring that the emotional highs and lows of the original text are preserved in the translated version. Ultimately, the goal of literary translation is to make the target reader feel the same emotional connection to the text as the original audience did.

LIST OF REFERENCES

- Bandura, O. (2015). *Theory of Literary Translation*. KM Academy Publishing House.
- Nelyubov, V. (2018). *Emotions in Literary Texts: Translation Issues*. Litopys.
- Brown, A. D. (2021). Identities in and around organizations: Towards an identity work perspective. *Human Relations*, 001872672199391.
<https://doi.org/10.1177/0018726721993910>

LEXICOLOGICAL AND STYLISTIC REPRESENTATION OF GENDER IN MEDIA: TRENDS AND CHANGES

Olihorskyi D. A.

Kyiv National Linguistic University

Scientific Supervisor: **Shutova M. A.**

Doctor of Philology, Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

The lexicological and stylistic representation of gender in media reflects broader societal changes and highlights evolving attitudes towards masculinity and femininity. Language plays a significant role in constructing and reinforcing gender roles, with media texts often relying on distinct lexical choices and discourse strategies (Butler, 1990). Traditionally, many professional titles and roles have been associated with a specific gender. Terms like “chairman”, “fireman”, “policeman”, and “businessman” were commonly linked to men, while “stewardess”, “actress”, “heiress”, and “hostess” were linked to women. Over time, there has been a shift towards gender-neutral alternatives such as “chairperson”, “firefighter”, “police officer”, and “businessperson” (Wood, 2012).. This linguistic evolution reflects changing social attitudes toward gender equality and inclusivity.

Media representation often relies on different sets of adjectives to describe men and women, reinforcing traditional gender stereotypes. Women are frequently described with adjectives that emphasize appearance, emotions, and nurturing qualities, such as “beautiful”, “graceful”, “gentle”, “emotional”, and “caring”. Meanwhile, men are more commonly associated with adjectives that highlight strength, leadership, and assertiveness, such as “strong”, “bold”, “rational”, “powerful”, and “decisive”. In political journalism, for instance, female leaders are often described in terms of their fashion choices or demeanor, while male

leaders are portrayed in terms of their authority and competence (Connell, 2005). For example, Hillary Clinton's campaign frequently drew media attention to her pantsuits, while male politicians were more commonly described in terms of leadership and policy stances (Kilbourne, 1999).

Visual elements in media further reinforce these gender norms. Masculinity is often linked to powerful and aggressive imagery, such as men depicted in dark clothing, standing in authoritative positions, or shown in action-driven scenes. For instance, a male executive standing atop a skyscraper may symbolize power and ambition, while a male athlete portrayed as a “warrior” on the field reinforces themes of competition and dominance. Femininity, on the other hand, is often associated with beauty, fragility, and delicacy, with perfume commercials frequently using floating petals or soft-focus lighting to convey these qualities.

The representation of gender in media has undergone significant transformations over time. Historically, media discourse reinforced traditional gender norms, with rigid linguistic and visual representations of masculinity and femininity. Mid-20th-century advertisements frequently depicted men as businessmen, decision-makers, or breadwinners, while women were often shown in domestic settings. For example, vintage advertisements for kitchen appliances reinforced the notion that “a woman's place is in the kitchen” (Kilbourne, 1999).

In both language and visual representation, these portrayals reinforced traditional gender stereotypes. Words like “bossy” were often used to describe assertive women, while “assertive” itself was seen as a positive trait when applied to men in leadership roles. Newspapers like *The Times* and *The New York Times* previously referred to female politicians as “lady politicians”, while their male counterparts were simply called “politicians”. Over time, this language evolved, with major outlets adopting gender-neutral terms like “chairperson” instead of “chairman”. Media headlines have also shifted focus. While older coverage often emphasized women's appearance or family roles – for example, “Margaret Thatcher: Iron Lady Balances Politics and Family” – modern headlines prioritize professional achievements, such as “Kamala Harris Makes History as First Female Vice President” (Gill, 2021).

Contemporary media also highlights female empowerment and breaks traditional stereotypes. Campaigns such as Nike's “Dream Crazier”, featuring Serena Williams, celebrate women in leadership and sports. During World War II, classic media like BBC and *The Times* rarely acknowledged women's roles in combat, mainly portraying them as nurses or caretakers. Modern coverage, such as CNN's reporting on the war in Ukraine, highlights female soldiers and war correspondents. Streaming services such as Netflix and HBO now incorporate a broader range of gender identities, including non-binary characters in shows like “Sex Education” and “Euphoria”.

The lexicological and stylistic representation of gender in media continues to evolve, challenging outdated stereotypes and reflecting the complexities of contemporary identity. Understanding these linguistic and visual strategies is crucial for promoting gender equality and fostering critical media literacy. As media narratives continue to adapt, embracing fair and diverse portrayals of gender can contribute to a more inclusive and equitable society.

LIST OF REFERENCE SOURCES

- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Connell, R. W. (2005). *Masculinities (2nd ed.)*. University of California Press.
- Gill, R. (2021). *Gender and the Media: A critical introduction*. Polity Press. 2nd ed., 45–67.
- Kilbourne, J. (1999). *Deadly Persuasion: Why Women and Girls Must Fight the Addictive Power of Advertising*. Free Press.
- Wood, J. T. (2012). *Gendered Lives: Communication, Gender, and Culture*. Cengage Learning.

EMOTIVE UNIT AND ITS TYPES IN ENGLISH MEDIA TEXTS

Osaulko V. O.

Kyiv National Linguistic University
Scientific supervisor: **Redka I. A.**
CSc. (Philology), Associate Professor
Kyiv National Linguistic University

From the biological perspective, emotional phenomenon has been evolved through hundreds of years. The English naturalist Charles Darwin in his work “The Expression of the Emotions in Man and Animals” (1872), identified the core of emotions as an evolutionary process, based on survival skills. The American philosopher and psychologist William James, and the Danish physician Carl Lange raised this question in the light of external stimuli (James-Lange Theory of Emotion).

The American research psychologist Carroll Izard importantly contributed to Differential Emotions Theory (DET), exploring basic emotions and their impact on personalities themselves. What is more powerful, he was the first, who defined ten primary and discrete emotions: *fear, anger, shame, contempt, disgust, guilt, distress, interest, surprise, and joy*, explaining their functions and roles.

To convey our emotions or elicit the recipient’s emotions, we tend to use **emotives** – expressions that help us manage and shape them. The term was introduced by an American historian William M. Reddy. In texts, authors use emotionally marked language (emotives) targeting the reader’s emotional response. As for Media creators, emotives play an integral part in crafting messages that resonate emotionally. They can be used to inform, persuade, manipulate to make a “right” choice, etc.

The following functional emotive typology has been developed by Maryna Zhownir (Zhownir):

1. Emotive-Nominatives: they have a nominal function. Mostly, they are nouns, or noun phrases that indicate the exact emotion.

“On Thursday, Witkoff said Trump had received a letter from Zelensky that included an “apology” and “sense of gratitude”” (Lukiv, J).

2. Descriptive Emotives: they explicitly articulate an emotional state or feeling, giving more details on the writer's tone.

"Zelensky has been under strong US pressure to make concessions ahead of any peace talks, while the Ukrainian president has been pushing for firm security guarantees for Kyiv" (Lukiv, J).

3. Expressive Emotives: they may bring the writer's emotions indirectly, often through interjections, exclamations, or other linguistic devices that do not name the emotion explicitly.

"Oh, it was not the first time that she had ever heard music; but the homely tinkety-plink of their old piano, or the tinny transistors of the kitchen radio, could not convey more than a particle of this" (Harris J).

In this paper, I am highlighting the above-mentioned types of emotives in an article about Ukraine by the British public service broadcaster BBC. Let us consider the main headline: *"Trump 'very frustrated' and Zelensky must strike minerals deal, says adviser"*. In the given example, we can see that *very frustrated* is an emotive-nominative, setting out what Trump feels. *"The comments, made at a White House briefing on Thursday, overshadowed a meeting in Kyiv between Zelensky and Keith Kellogg, the US chief envoy to Ukraine"*. This description illustrates the tense atmosphere in Kyiv meeting without explicitly naming the emotion of distress.

The following example of using the descriptive emotive in the form of an adjective. It intensifies shame: *"The meeting was hailed as "productive" by Zelensky – but it more closely resembled an awkward political date"*.

"Trump also blamed him for starting Russia's invasion". Here, the action of blaming serves as an emotive element, showing Trump's contempt without directly naming it.

"Now there are reports that the US is refusing to recognise a UN resolution which labels Moscow as the aggressor while recognising Ukraine's territorial integrity". In this extract, we observe an emotive-nominative, which names not the emotion, but a collective person (Moscow), who shapes its anger towards Ukraine and its territory.

To summarise everything above, emotions are used in today's reality as a powerful tool in shaping content reception and spread. Emotive unites serve as a bridge between a writer and a speaker on an emotional level. According to the classification above, in the article I have chosen, dominant emotives are descriptive ones, which explicitly articulate negative emotional states, providing clear information about humans' feelings such as frustration, shame, blame, aggressiveness, and help to convey these messages to others effectively.

REFERENCES

- Darwin, C. (1872). The expression of the emotions in man and animals. John Murray.
<https://doi.org/10.1037/10001-000>.
Harris, J. (2010). Blueeyedboy. Doubleday.
Izard, C. (1977). Human emotions. Plenum Press.

- James, W. (1884). What is an emotion? Mind.
- Lamche, A. (2025, February 20). Ukraine must strike minerals deal, says Trump adviser Mike Waltz.
<https://www.bbc.com/news/articles/ceqjn74gdwzo>
- Lange, C. (1885). Om sindsbevægelser: Et psyko-fysiologisk studie (On emotions: A psychophysiological study).
- Lukiv, J. (2025, March 6). Zelensky hopes for 'meaningful' US-Ukraine talks next week. BBC Home - Breaking News, World News, US News, Sports, Business, Innovation, Climate, Culture, Travel, Video & Audio.
<https://www.bbc.com/news/articles/cly2dz0qgxlo>
- Reddy, W. M. (2001). Navigation of feeling: A framework for the history of emotions. Cambridge University Press.
- Zhownir, M. (2012). Emotive words as lexical indicators of emotions in the genre of small talk. *Рідний край*, 2(27), 99–104.

EXPLORING THE AMERICAN DREAM IN 21ST CENTURY LITERATURE

Palibroda V. Y.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Shymchyshyn M. M.**

Professor, Doctor of Science

Kyiv National Linguistic University

The term “American Dream” was coined by writer and historian James Truslow Adams in his best-selling 1931 book “Epic of America”. Truslow (1931) described it as “that dream of a land in which life should be better and richer and fuller for everyone, with opportunity for each according to ability or achievement” (p. 404). The idea of the American dream has much deeper roots. Its tenets can be found in the Declaration of Independence, which states: “We hold these truths to be self-evident, that all men are created equal, that they are endowed by their Creator with certain unalienable Rights, that among these are Life, Liberty, and the pursuit of Happiness”.

To thoroughly examine the American Dream in the 21st century literature the foundation of this research will be the close analysis of the two contemporary novels: Imbolo Mbue, *Behold the Dreamers* (2016) and Tommy Orange, *There There* (2018).

Imbolo Mbue's *Behold the Dreamers* offers a sharp critique of the American Dream by exposing the systemic barriers that prevent its fulfillment for immigrants, particularly those from marginalized backgrounds. Through the experiences of Jende and Neni Jonga, a Cameroonian couple seeking a better life in the United States, the novel challenges the long-standing belief that hard work and determination guarantee success. Instead, it reveals how financial instability,

immigration laws, racial inequality, and the illusion of upward mobility make the American Dream unattainable for many. The novel demonstrates that while America promises opportunity, its social and economic structures often ensure that only a select few can truly achieve lasting success. The story serves as a powerful statement on the failure of the American Dream, revealing its deep-rooted inequities and limitations in contemporary society.

Tommy Orange's *There There* presents a powerful critique of the American Dream by highlighting its exclusionary nature and its failure to accommodate the experiences of Native Americans. Through the intersecting stories of urban Indigenous characters in Oakland, the novel dismantles the myth of opportunity and success, showing how systemic oppression, historical trauma, and cultural erasure prevent Native communities from accessing the promises of prosperity and self-determination. Instead of depicting the American Dream as an achievable goal, the story reveals it as a deeply flawed and inaccessible ideal for Indigenous people, whose histories have been shaped by displacement and marginalization.

At last, the study of the American Dream remains highly relevant in today's world as it continues to shape cultural narratives, social policies, and the aspirations of millions. While traditionally associated with opportunity, equality, and success, the American Dream has increasingly come under scrutiny for its inaccessibility to marginalized groups.

Through an analysis of how fiction challenges and reinterprets this enduring ideal, this study aims to shed light on the real-life experiences of people who are frequently left out of popular accounts of success. The issue is not only a literary analysis but also a vital discussion about justice and opportunity in modern society since it forces readers to reevaluate whether the American Dream is a universal promise or a chosen privilege.

REFERENCES

- Adams, J. T. (1931). *The Epic of America*. Little, Brown, and Company.
- NationalArchives. (n.d.). *Declaration of Independence: A Transcription*. Retrieved from <https://www.archives.gov/founding-docs/declaration-transcript>
- Rosenberg, S. (2011). *Spreading the American Dream: American Economic and Cultural Expansion, 1890-1945*. Hill & Wang.
- Churchwell, S. (2018). *Behold, America: The Entangled History of 'America First' and 'the American Dream'*. Hachette Book Group.
- Ad Forum. (n.d.). *Fannie Mae: American Dream*. Retrieved from <https://www.adforum.com/creative-work/ad/player/34290/american-dream/fannie-mae>
- Mbue, I. (2016). *Behold the Dreamers*. Random House.
- Orange, T. (2018). *There There*. Alfred A. Knopf.

STILISTISCHE FÄRBUNG DER FRANZÖSISCHEN ENTLEHNUNGEN IM DEUTSCHEN

Pasovych V. Y.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Kulyk N. D.

Doktorin, Dozentin des Lehrstuhls für deutsche Philologie

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Die französischen Entlehnungen im Deutschen zeichnen sich durch eine besondere stilistische Färbung aus, die auf ihre historische Entwicklung, ihre semantische Anpassung und ihren Gebrauch in verschiedenen Kommunikationskontexten zurückzuführen ist. Diese Lehnwörter sind nicht nur ein integraler Bestandteil des deutschen Wortschatzes, sondern tragen auch zur stilistischen Differenzierung der Sprache bei.

Ein zentraler Aspekt der stilistischen Färbung französischer Entlehnungen ist ihr gehobener oder fremdsprachlich-eleganter Charakter. Viele dieser Wörter, insbesondere aus den Bereichen Mode (*Haute Couture*), Kunst (*Avantgarde*), Gastronomie (*Menu*), Diplomatie (*Attaché*) und Gesellschaft (*Noblesse*), vermitteln eine gewisse Exklusivität oder Raffinesse.-

Die Geschichte der Entlehnungen aus dem Französischen ins Deutsche umfasst mehrere Schlüsselperioden, von denen jede einzelne die stilistischen Merkmale des Lexikons entscheidend geprägt hat. Das zwölfte und das dreizehnte Jahrhundert brachte die ersten Entlehnungen im Zusammenhang mit der ritterlichen Kultur und der höfischen Literatur. Wörter wie *Abenteuer* (aus dem Französischen *aventure*), *Palaß* (aus *palais*), *Turnier* (aus *tournoi*) fanden Eingang in die deutsche Sprache und brachten einen Hauch von Adel und ritterlicher Ehre mit sich.

Das 17. und das 18. Jahrhundert war die Zeit des stärksten Einflusses der französischen Sprache, als die französische Kultur Europa dominierte und Französisch als Sprache des Adels, der Diplomatie und der Hochkultur galt. Zu dieser Zeit wurde die deutsche Sprache mit Hunderten von französischen Wörtern bereichert: *Salon*, *Parfüm*, *Mode*, *Kostüm*, *elegant*, *Etikette*, und so weiter. Diese Entlehnungen hatten eine ausgeprägte stilistische Färbung von Kultiviertheit und Aristokratie. Das neunzehnte und das zwanzigste Jahrhundert sind durch spezielle Entlehnungen in den Bereichen Kunst, Mode, Küche und anderen Bereichen gekennzeichnet, in denen Frankreich die kulturelle Führung innehatte: *Vernissage*, *Soufflé*, *Balkon*, *Croissant* und so weiter.

Eine der wichtigsten stilistischen Funktionen französischer Lehnwörter ist die Kennzeichnung der Sprache als "säkular", "anspruchsvoll" und zur Hochkultur gehörend. Wörter wie *Charme*, *Etikette*, *Noble*, *Konversation*, *Savoir-vivre*, *Déjà-vu* und *Déjà-vu* haben auch im modernen Deutsch noch einen Hauch von Elitismus und Kultiviertheit. Es ist bemerkenswert, dass in historischen Romanen oder Filmen oft französische Entlehnung gemacht werden, um die Sprache aristokratischer Figuren zu stilisieren und eine Atmosphäre der hohen Gesellschaft zu schaffen. Französische Lehnwörter machen einen großen Teil

der Terminologie in bestimmten Bereichen aus, in denen sie eine spezifische stilistische Färbung der Professionalität haben.

Im Bereich der Gastronomie sind dies: *Dessert, Restaurant, Menü, Sauce, Bouillon, Filet* und so weiter. Diese Wörter bezeichnen nicht nur bestimmte kulinarische Konzepte, sondern verleihen dem Text auch einen Hauch von gastronomischer Raffinesse. In der Mode- und Bekleidungsbranche: *Boutique, Haute Couture, Accessoire, Silhouette*. Die Verwendung dieser Begriffe unterstreicht die Verbindung mit der französischen Modetradition, die als Referenz gilt. In der Kunst: *Aquarell (Aquarell), Vernissage (Vernissage), Plein-Air (plein air), Collage (Collage)*. Im militärischen Bereich: *Feldwebel, Kommandant, Bataillon, Armee, Kapitulation*. Diese Begriffe werden oft als neutral wahrgenommen, weil sie tief in die deutsche Sprache integriert sind, aber aus historischer Sicht behalten sie eine Verbindung zu der Zeit, als das französische Militärsystem als fortschrittlich galt.

Die morphologische Anpassung französischer Lehnwörter spielt auch bei der stilistischen Färbung eine wichtige Rolle. Die angepassten Wörter verlieren oft ihre "französische" stilistische Färbung und werden als neutral wahrgenommen. Das häufig verwendete Wort *Möbel*, das vom französischen *meuble* abgeleitet ist. Und es hat sowohl die Bedeutung eines Substantivs als auch die eines Verbs *der Bewegung*.

Im heutigen Deutsch haben französische Lehnwörter je nach funktionalem Stil unterschiedliche stilistische Färbung. Im wissenschaftlichen Stil fungieren die französischen Lehnwörter oft als etablierte Begriffe (vor allem in den Geisteswissenschaften): *Mentalität, Struktur, Phase, Methode*, und werden als stilistisch neutral empfunden. Im Stil der Publizistik begann man die französischen Entlehnungen wie *Nuance, Niveau, Fazit* zu verwenden, die zum Synonym die deutschen Wörter *feiner Unterschied, Stufe und Schluss*. In der Alltagssprache verwendet können französische Lehnwörter sowohl verwendet werden, um die Raffinesse zu betonen (*Connaisseur statt Kenner*).

Die französischen Entlehnungen in der deutschen Sprache, die in verschiedenen historischen Epochen auftraten, bereicherten das deutsche Lexikon mit Fachbegriffen und verliehen der Sprache eine besondere stilistische Färbung von Eleganz und Raffinesse.

LITERATUR

Bierbach C. & Dr. Baasner F. (2006) *Die Rolle der französischen Sprache in der Europäischen Union*.

<https://www.dfi.de/fileadmin/dfi/pdf/bibliothek/abschlussarbeiten/DA-Kimmich.pdf>.

Dico en ligne Le Robert Définitions, synonymes, prononciation, exemples

<https://dictionnaire.lerobert.com/definition/attache>.

Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache. DWDS – *Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache*.

<https://www.dwds.de/>.

Pastor E. (1980) *Der Einfluss des Deutschen auf den französischen Wortschatz im 19. Jahrhundert. Ein Stück deutsch-französischer Sprach- und Kulturgeschichte. Equivalences* pp. 17–30

https://www.persee.fr/doc/equiv_0751-9532_1980_num_11_2_1039.

INTERSECTIONALITY IN *GIOVANNI'S ROOM* BY JAMES BALDWIN

Petrulevych V. Y.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Vysotska N. O.**

Doctor of Sciences (Philology), Professor

Kyiv National Linguistic University

Identity has always been a major topic of research in the humanities. The views on identity have changed drastically throughout human history. The themes of identity in literature have contributed to shaping national mythologies, which, to this day, define the current worldviews. In this context, the concept of American identity has always seemed unique and complex, owing to the distinctive nature of historic circumstances. The established social and other norms have apparently created obstacles for certain groups of people, who seem not to be aligned with the expected structure. The end of World War II is considered to be the beginning of post-modernism, which gave voice to many overlooked groups of individuals. With that stated, the need for more in-depth research seems to prevail in the current times, as many scholars today acknowledge the complexity of identity studies realizing the error of viewing the identity as belonging to just a single group.

The concept of intersectionality was first introduced in the field of social studies and was used to describe the difference of black women facing discrimination, as they experience both racism and sexism. Kimberlé Crenshaw, who is considered to have coined the term “intersectionality”, describes it as the phenomenon of different social dynamics coming together to create unique challenges (Crenshaw, 2016, 10:45-11:35). Since then, the concept of intersectionality has long been applied in various areas of study. Intersectionality may be seen as a relatively new lens to look through in the field of literary studies. Nevertheless, it could give a more profound perspective on the concept of identity in literature.

James Baldwin is a prominent African American writer considered to be a contemporary classic of American literature. Reflecting on Baldwin's writings on race, gender, and sexuality Frieda Ekotto (2024) ties it to the discourse of intersectional identity. One of Baldwin's most renowned works relevant to the topic may be considered to be his second novel *Giovanni's Room* first published in 1956. *Giovanni's Room* tells the story of David, a white American man, who leaves New York and flees to Paris, where he discovers himself waiting for his fiancée to return. As the story is set in Paris, France, the choice of locus may be interpreted either as Paris being associated with romance, which accords with the theme of exploring sexuality in the novel, or as Paris being the birthplace of the French Revolution, to which Baldwin alludes in his novel (Baldwin, 2007, p.31). Moreover, it is interesting to dwell on the idea of “New Eden”, which is a fundamental American national mythologem. In the novel, Paris might be considered to be “a new Eden”, for David crosses the Atlantic Ocean in search of something better, as Baldwin writes: “Nobody can stay in the garden of Eden” (Baldwin, 2007, p. 22).

Apart from his complex American identity, David seems to be torn between his sexual and masculine identities. In the novel, David strives for normativity in the expressions of both sexuality and masculinity. He gets repulsed by the femininity in men, proceeds even to use a singular, neuter, third-person pronoun to describe a man, whom he meets at a bar and who is dressed and behaves very femininely (Baldwin, 2007, pp. 34-35). Another interesting element of David's intersecting identity is his relationship with his father, which is described to be quite distant and rather emotionless, signifying the known social norm of father-son relationships rooted in the conventional expressions of sexuality and masculinity. Moreover, Ashley Rogers argues that David displays toxic masculinity, which is especially evident in his treatment of both his fiancée Hella and his lover Giovanni (Rogers, 2024, pp. 4-6). In addition, Ashley Rogers criticizes Baldwin for not giving profound intersectional identities to female characters in his literary works, as he does to male ones (Rogers, 2024, pp. 9-10).

As for intersections of sexuality and masculinity with race in *Giovanni's Room*, it might seem quite unexpected to have a white main character in the center of the novel written by an African American author. Although David is not racially marginalized, Baldwin gives a certain perspective on black sexuality and masculinity. In the novel, David used to have a childhood friend named Joey, who is described as having a dark body (Baldwin, 2007, p. 8). Joey and David's friendship was ended after their first sexual teenage experience (Baldwin, 2007, p.7). After that, David even persists in taking part in bullying Joey (Baldwin, 2007, p. 9). With that stated, it gives evidence of David's intent to convert his identity to normativity from a young age fueled by the social norms imposed onto individuals. For David, who has neither a marginalized racial nor feminine element to his intersecting identity it seems simpler to adjust to the normativity, which brings a bittersweet ending to the novel.

In conclusion, intersectionality can be used as a tool of analysis in literary studies, which would give a more complex and profound outlook towards the concept of identity. In case of James Baldwin's *Giovanni's Room*, the lens of intersectionality allows to view the novel through the intricacies of the characters' identity, especially the parts of it that defy the common social concept of normativity.

REFERENCES

- Baldwin, J. (2007). *Giovanni's Room*. London, England: Penguin Classics.
- Crenshaw, K. (2016, December 7). *The urgency of intersectionality*. TED [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=akOe5-UsQ2o>
- Ekotto, F. (2024). *James Baldwin's Reflection on Masculinity in America: Poetics of the Color Line*. James Baldwin Review, 10 (1), 213–218.
<https://doi.org/10.7227/jbr.10.22>
- Rogers, A. (2024). *Exploring gender and sexuality in writing*.
<https://vurj.vanderbilt.edu/index.php/AADSJUR/article/view/5604>

METAPHORICAL IMAGERY IN THE CONSTRUCTION OF NEGATIVE CHARACTERS IN CONTEMPORARY ENGLISH FICTION

Radysiuk A. S.

Kyiv National Linguistic University

Kyrychenko I. S.

Assoc. Prof., PhD (Linguistics)

Kyiv National Linguistic University

Metaphorical imagery is a fundamental technique in modern English fiction for shaping audience perceptions of antagonistic characters. Authors use figurative language to highlight villains' characteristics through symbolic associations, enhancing their emotional and psychological impact on readers. Adversaries become more remembered and thematically relevant when metaphors are used strategically to improve characterization depth.

Lakoff and Johnson (1980, p. 3) argue that "our ordinary conceptual system, in terms of which we both think and act, is fundamentally metaphorical in nature." This perspective underscores the role of metaphor not only in fictional narratives but also in broader cognitive processes.

Animal-related metaphors are commonly used to emphasize the characteristics of morally corrupt individuals. Predatory animals like vultures, wolves, and snakes are frequently used to represent slyness, dishonesty, and evil.

In J. K. Rowling's *Harry Potter* series, Voldemort is strongly associated with snakes, emphasizing his cunning and manipulative nature. Similar to this, creatures like rats and spiders often symbolize treachery and disgust, which serves to further the idea that some villains are cunning and unreliable. Animal metaphors are deeply embedded in human language and frequently serve as cognitive frameworks for conceptualizing human behavior through the lenses of instinct and predation (Kövecses, 2010, p. 56).

Another dominant metaphorical framework in negative character construction is darkness and shadow. Darkness traditionally symbolizes evil, secrecy, and fear, contrasting with light, which represents goodness and truth. Characters depicted as "*emerging from the shadows*" or having "*cold, abyss-like eyes*" (Baldick, 2015, p. 112) evoke an unsettling presence. Gothic and horror fiction, in particular, heavily rely on such imagery to establish an atmosphere of dread and moral corruption. The contrast between light and darkness has traditionally served as a fundamental motif in literary representations of good and evil (Baldick, 2015, p. 78).

Furthermore, villains emerge as destructive forces through analogies to elements like fire or water and imagery of natural disasters. Characters that are portrayed as "*unrelenting wildfires*," "*raging storms*," or "*poison seeping through society*" (Booker, 2004, p. 134) conjure images of destruction and mayhem. In particular, poison is a potent metaphor for dishonesty and gradual, sneaky corruption, signifying a villain with a subtle yet profound effect. Natural

metaphors in literature frequently personify chaos and destruction, reinforcing the portrayal of the antagonist as an overwhelming and inexorable force (Booker, 2004, p. 210).

Mechanical and emotionless imagery is a widely used technique to portray villains as inhuman and lacking empathy. Phrases like “*a voice as soulless as steel*” or “*eyes resembling polished glass*” (Kövecses, 2010, p. 92) emphasize a feeling of emotional disengagement and merciless accuracy. This kind of metaphor is especially prevalent in dystopian and science fiction stories, where villains are frequently linked to oppressive technological or authoritarian regimes. As noted by Kövecses (2010, p. 150), “the metaphor of the machine goes beyond technology, often being used to describe individuals who are viewed as devoid of human warmth and spontaneity.”

Furthermore, biblical and mythological references give a sense of archetypal malice to antagonistic characters. Drawing parallels to demons, fallen angels, or mythological entities such as Medusa or Hades places villains within a larger cultural and historical context. These references enhance their timeless impact, amplifying the character’s perceived evilness. Baldick (2015, p. 200) notes that Biblical and mythological allusions enrich the narrative by establishing intertextual connections to archetypes embodying sin and downfall, thereby deepening the symbolic significance of the characters. The importance of metaphorical imagery in depicting negative characters stems from its capacity to elicit profound psychological reactions from audiences. By utilizing recognizable symbolic connections, writers create antagonists who serve not just as hindrances in the story but also as embodiments of larger moral and existential dilemmas. Analyzing metaphorical imagery underscores its crucial role in shaping audiences’ perception and engagement with the narrative, illustrating that negative characters creation involves more than mere opposition – it entails a complex interplay of meaning and interpretation.

REFERENCES

- Rowling, J.K. *Harry Potter* series. Bloomsbury Publishing.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press.
- Kövecses, Z. (2010). *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford University Press.
- Baldick, C. (2015). *The Oxford Dictionary of Literary Terms*. Oxford University Press.
- Booker, C. (2004). *The Seven Basic Plots: Why We Tell Stories*. Bloomsbury Publishing.

LA INTRODUCCIÓN DE LOS ITALIANISMOS EN EL ESPAÑOL: ASPECTO HISTÓRICO

Reyimbaieva S. V.

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

Sudorzhenko H. P.

Candidata a doctora en Filología

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

Los préstamos son elementos fundamentales de muchas lenguas, tienden puentes entre culturas y reflejan interacciones históricas como la conquista, el comercio o la migración. Los lingüistas definen los préstamos por su origen extranjero y el contexto cultural de su adopción. Su principal objetivo es colmar las lagunas léxicas de la lengua receptora, lo que refleja la dinámica del intercambio cultural y lingüístico. A menudo, los préstamos se adaptan en pronunciación y ortografía, lo que demuestra la interacción entre sistemas lingüísticos y contribuye al enriquecimiento de la lengua receptora. El español es una de las lenguas que contiene préstamos de diferentes idiomas, como el francés, el inglés, el italiano y otros. Una de las fuentes más destacadas de préstamos en español es el italiano.

Históricamente, el intercambio entre el español y el italiano estuvo influido por las relaciones políticas y culturales entre ambos territorios. En la Edad Media, los lazos comerciales y la influencia de la Iglesia católica sentaron las bases de un intercambio lingüístico más amplio. Durante el Renacimiento, estas relaciones se intensificaron, marcando un periodo de gran afluencia de italianismos a la lengua española. Este fenómeno continuó en los siglos posteriores, aunque con menor intensidad, debido al declive del prestigio cultural italiano y al auge de otras influencias como el francés y, más recientemente, el inglés.

La introducción de italianismos en español se ha desarrollado en diferentes etapas. Durante los siglos XIII – XV, el comercio marítimo entre la Corona de Aragón e Italia promovió la incorporación de términos comerciales y náuticos como *bancarotta* (de *bancarotta*) y *fragata* (de *fregata*). El Renacimiento (siglos XV – XVII) fue la etapa de mayor influencia italiana, con la incorporación de palabras relacionadas con el arte y la literatura, como *soneto*, *ópera* y *ballet*. En los siglos XIX – XX la migración italiana a la América Latina, especialmente a Argentina y Uruguay, contribuyó a la introducción de términos coloquiales como *laburo* (de *lavoro*) y *morfar* (de *mangiare*), los cuales forman parte del español rioplatense (Juan de Ávila).

El contacto entre el italiano y el español ha sido un proceso lingüístico de larga duración influenciado por factores históricos, culturales y socioeconómicos. Desde la Edad Media hasta la actualidad, los italianismos han enriquecido el español en diversos ámbitos, como la gastronomía, la música, el arte y la economía. Palabras como *coliseo*, *palco* y *balcón* provienen del italiano y reflejan la estrecha relación entre la arquitectura renacentista y el desarrollo del urbanismo español.

Los platos italianos como *pizza*, *risotto* y *espaguetis* han conservado su grafía original, mientras que otros términos como *macarrones* (de *maccheroni*)

han sufrido modificaciones. El italiano ha sido la lengua dominante en la música clásica lo que ha llevado a la adopción de términos como *soprano*, *tenor*, *concerto* y *pianoforte*. La literatura y el teatro españoles han recibido una fuerte influencia del italiano con términos como *novela* (de *novella*), *drama* (de *dramma*) y *escena* (de *scena*), especialmente durante el Siglo de Oro, cuando autores como Lope de Vega y Calderón de la Barca incorporaron elementos de la *commedia dell'arte* italiana en sus obras. Esta influencia se debe a las estrechas relaciones entre Italia y España, especialmente durante el Renacimiento y el periodo de la monarquía hispánica en el siglo XVI (Lapesa, 1981).

Los italianismos han pasado por procesos de adaptación fonética y morfológica y semántica al integrarse en el español. Adaptándose fonéticamente algunos términos han mantenido su pronunciación original, como *pizzicato* o *crescendo*, mientras que otros han sufrido castellanización, como *capuchino* (de *cappuccino*). En cuanto a la morfología, muchos italianismos han cambiado su sufijación, como *attenzione* → *atención* o *azione* → *acción*. También han experimentado variaciones en el género gramatical, como *problema*, que en italiano es femenino (*la problema*) y en español pasó a ser masculino (*el problema*). Acerca de la adaptación semántica, algunos términos han cambiado de significado al pasar al español. Por ejemplo, *casino* en italiano se refiere a una “casa pequeña”, mientras que en español designa un “establecimiento de juegos de azar”. Esta evolución lingüística pone de manifiesto la dinámica de contacto entre ambas lenguas (Clavería, 2021).

El proceso de incorporación de italianismos al español ha sido complejo y multifacético, reflejando la estrecha relación histórica y cultural entre ambas lenguas. Si bien muchos términos han conservado su forma original, otros han experimentado cambios fonéticos, morfológicos o semánticos para adaptarse a la estructura del español. Este fenómeno lingüístico no solo demuestra la influencia del italiano en la evolución del español, sino que también evidencia cómo las lenguas se enriquecen a través del contacto cultural y la interacción histórica.

LITERATURA

Ávila, J. (2011). *Las Palabras Origen, Formación y Significado*.

<https://ru.scribd.com/document/671491665/TEMA-1-LAS-PALABRAS-ORIGEN-FORMACION-Y-SIGNIFICADO>

Clavería, G. (2021). *Los italianismos en el español y en el catalán contemporáneos*.

https://www.academia.edu/50358449/2021_con_Gloria_Claver_%C3%ADa_Los_italianismos_en_el_espa%C3%Blol_y_en_el_catal%C3%A1n_contempor%C3%A1neos

Conde Rubio, R. (2018). “ALARMA”, “NOVELA” Y OTROS ITALIANISMOS EN CASTELLANO.

<https://www.leonhunter.com/alarma-novela-y-otros-italianismos-en-castellano/>

Lapesa, R. (1981). *Historia de la lengua española*. Gredos. (p. 200).

LA TRADUCTION DE L'HUMOUR FRANÇAIS: LA MISSION IMPOSSIBLE?

Rogova A. O.

Université linguistique nationale de Kyiv
Directrice scientifique: **Borovytska O. M.**,
Docteur en philosophie, maître de conférence
Université linguistique nationale de Kyiv

Introduction:

L'humour est une partie intégrante de la culture humaine, qui ne se limite pas au divertissement, mais reflète aussi les valeurs sociales, le contexte historique et les particularités linguistiques. Traduire l'humour est un défi, car une blague repose souvent sur des jeux de mots, des allusions culturelles ou des stéréotypes sociaux. L'humour français, en particulier, est riche en calembours, en ironie subtile et en satire, ce qui complique encore plus sa transposition dans une autre langue. Ainsi, les traducteurs doivent recourir à différentes stratégies pour conserver l'effet comique.

L'importance de la traduction de l'humour:

L'humour est un aspect fondamental de la culture, et sa traduction permet de faire découvrir de nouvelles perspectives culturelles à travers des blagues et des jeux de mots. La traduction des blagues, cependant, présente des défis uniques, notamment la préservation de l'effet comique tout en s'adaptant aux spécificités linguistiques et culturelles de la langue cible.

Signification des jeux de mots:

Les jeux de mots sont souvent au cœur de l'humour, mais leur traduction nécessite une grande finesse. Par exemple, un jeu de mots basé sur une similitude phonétique dans une langue peut ne pas avoir d'équivalent dans une autre, rendant le défi encore plus difficile.

Défis culturels dans la traduction de l'humour:

Ce qui peut être drôle dans une culture peut ne pas être perçu de la même manière ailleurs. Par exemple, une blague sur des stéréotypes ou des événements historiques propres à un pays peut ne pas avoir le même impact ou être compréhensible pour un public étranger. Le traducteur doit être capable de trouver un équilibre entre rester fidèle à l'original tout en adaptant le contenu à la culture cible.

Stratégies de traduction de l'humour:

Traduction littérale – possible uniquement si le jeu de mots est préservé dans la langue cible. Exemple :

“Santé – Mais pas des pieds!” peut être adapté en “À la tienne! Mais pas contre un mur!”.

Explication: il s'agit d'un exemple d'adaptation où le contenu de la blague est conservé mais la forme change selon les contextes linguistiques et culturels.

Exemples de blagues:

● Jeux de mots – la langue française regorge d'homonymes et de paronymes qui sont exploités dans les calembours. Par exemple: “ Avez-vous déjà entendu une

salade chanter? – Non, êtes-vous bête? Les légumes ne chantent pas. – Pourtant, l'autre jour, j'ai entendu une carotte râpée". Ce jeu de mots repose sur l'ambiguïté de "carotte râpée" (*carotte râpée*) et "râpée" (*grincheuse, se plaignant*).

- Jeux phonétiques – des mots qui se ressemblent phonétiquement mais qui ont un sens différent. Exemple: "C'est en sciant que Léonard devint scie". Explication: C'est un jeu de mots phonétique classique. "Scier" et "scie" se ressemblent mais ont des significations différentes.

- Allusions culturelles – des références à des réalités françaises qui peuvent être incomprises par un public étranger. Par exemple, l'expression "Métro, boulot, dodo", qui décrit un rythme de vie monotone en France.

Conclusions:

La traduction de l'humour français est un défi complexe mais réalisable, qui exige non seulement des compétences linguistiques, mais aussi une compréhension des spécificités culturelles. Les meilleures traductions ne se contentent pas de transmettre le sens de la blague, mais l'adaptent au public cible tout en préservant l'effet comique.

RÉFÉRENCES

- Attardo, S. (2002). Translation and Humor: An Approach Based on the General Theory of Verbal Humor (GTVH). *The Translator*, 8(2), 173–194.
- Bergson, H. (1900). *Le rire: Essai sur la signification du comique*. Presses Universitaires de France.
- Chiaro, D. (2010). *Translation, Humour and Literature*. Continuum.
- Delabastita, D. (1996). Introduction: The Translator's Humour. *The Translator*, 2(2), 127–139.
- Venuti, L. (1995). *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. Routledge.
- Vinay, J. P., & Darbelnet, J. (1958). *Stylistique comparée du français et de l'anglais*. Didier.

WAR AND TRAUMA IN AMERICAN LITERATURE THROUGH THE WORKS OF JOSEPH HELLER, ERNEST HEMINGWAY, AND KURT VONNEGUT

Safonov H. O.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Shymchyshyn M. M.**

Doctor of Sciences, Professor

Kyiv National Linguistic University

Throughout the history of the United States of America, war has always been an important aspect of its history, which eventually became a defining force in shaping American literature. The nation's firsthand experience in war, from the Civil War to modern conflicts, provides authors with a unique lens to explore the human condition and how it is affected by devastating external factors.

The key role of war in American literature can be expressed through historical documentation, psychological exploration, and moral and philosophical reflection on the complexities of the war itself. While providing detailed depiction of historical events, the works of authors such as Joseph Heller, Ernest Hemingway, and Kurt Vonnegut have given an emotional testament to the impact of war, while shaping the national identity of the United States. War literature often reflects on the psychological, emotional, and physical aftermath of conflict. Joseph Heller, Ernest Hemingway, and Kurt Vonnegut explore war's impact on the human psyche, utilizing satire, realism, and postmodernism to depict trauma. This thesis will examine their literally thematic explorations of war's lingering effects, along with drawing a direct comparison to the emerging Ukrainian authors and how current war is affecting everyone in the country. A prominent Ukrainian author Max Chornyi and his book *The Purity of the Moment* (2025).

War trauma has been a central theme in American literature before modern psychology had provided proper terminology for conditions such as post-traumatic stress disorder (PTSD). Despite the limited understanding of human psychology at the time, authors were depicting the symptoms of post traumatic stress and many other consequences of war and all of its horrors. In Ernest Hemingway's *Farewell to Arms* (1929) the protagonist turns to alcohol to cope with immense trauma from war, which had a direct impact on his close relationships. The use of substances to suppress difficult memories is a common symptom expressed in books that are centered around the theme of war trauma. The subtle portrayals of trauma had shaped numerous writers from the Civil War era of the 19th century, World War One and World War Two, while shaping a much better understanding of the effects of war on people and the society. The identity of the American literature is greatly impacted by the wars the United States had experienced, as the begging of this nation's existence was marked with a war for independence and freedom.

Throughout the works of Joseph Heller, Ernest Hemingway, and Kurt Vonnegut, themes of war trauma had been depicted during various times in the history of the United States. This had fundamentally shaped the American literature and the national identity of the American people.

REFERENCES

- Чорний, М. (2025). *Чистота моменту*. Макс Чорний.
- Joseph Heller and *Catch-22*. (2023). Imperial War Museums.
<https://www.iwm.org.uk/history/joseph-heller-and-catch-22>
- Lahti, R. A. H. (2012). *Gesturing beyond the frame: Transnational trauma and US war fiction*.
https://escholarship.org/content/qt550779g5/qt550779g5_noSplash_a93ee41a79734f3c8fb3c9f1c6567727.pdf?t=mfspji
- Moss, M. L. (2011). Prelude to fame: Trauma in the early short fiction of Ernest Hemingway. *Indianapolis ScholarWorks*.
<https://scholarworks.indianapolis.iu.edu/server/api/core/bitstreams/5331bdea-a1e0-4eb3-ad61-b639b3089717/content>

- PTSD (Post-Traumatic Stress Disorder): Symptoms & Treatment. (2023). *Cleveland Clinic*.
<https://my.clevelandclinic.org/health/diseases/9545-post-traumatic-stress-disorder-ptsd>
- Roston, T. (2021). Kurt Vonnegut's prescient insight into veterans' trauma. *The Nation*.
<https://www.thenation.com/article/culture/vonnegut-veteran-ptsd-war/>
- Sattari, A. (2021). All Study Journal. *International Journal of Advanced Academic Studies*; 3(1): 159–161.
<https://www.allstudyjournal.com/article/481/3-1-26-932.pdf>
- Velea, A. (2012). Representations of War in the Writings of Ernest Hemingway *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 2, 302–316.

KRIEGS- UND MILITÄRDISKURS: DEFINITION, ABGRENZUNG UND BEISPIELE AUS DEUTSCHEN MEDIEN

Schpirko A.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Wissenschaftliche Betreuerin: **Formanjuk O. L.**

Doktorin, Dozentin

Nationale Linguistischem Universität Kyjiw

Im Bereich der Diskursforschung besteht oft Unklarheit hinsichtlich der Differenzierung zwischen den Begriffen “Kriegsdiskurs” und “Militärdiskurs”. Dies liegt hauptsächlich darin begründet, dass die Termini “Krieg” und “Militär” semantisch häufig überlappend verwendet werden, obwohl sie unterschiedliche Realitäten bezeichnen (Stadnik, 2016). Zur besseren Verständlichkeit und klaren terminologischen Abgrenzung ist eine genaue Definition und Differenzierung notwendig.

Der **Militärdiskurs** lässt sich definieren als ein spezifischer Typ sprachlicher Aktivität, der unmittelbar auf militärische Strukturen, Abläufe und Institutionen bezogen ist. Kennzeichnend für diesen Diskurs sind eine hohe formale Genauigkeit, Präzision und Klarheit, was eine besondere Terminologie, fachliche Lexik sowie standardisierte Ausdrucksformen umfasst. Diese Merkmale zeigen sich deutlich in militärischen Befehlen, Vorschriften, technischen Handbüchern und offiziellen militärischen Dokumentationen. (Sukalenko & Schpetna, 2023).

Demgegenüber umfasst der **Kriegsdiskurs** einen deutlich breiteren kommunikativen Rahmen. Er beschäftigt sich nicht allein mit militärischen Vorgängen, sondern schließt politische, gesellschaftliche, kulturelle und psychologische Dimensionen des Krieges mit ein. Im Mittelpunkt des Kriegsdiskurses stehen die öffentliche Wahrnehmung des Krieges, seine mediale Repräsentation, politische Debatten und ideologische Positionierungen. Der Kriegsdiskurs zeichnet sich daher durch eine höhere Emotionalität und

symbolische Sprache aus, die dazu beiträgt, gesellschaftliche Einstellungen, kollektive Identitäten und Wahrnehmungen von Konflikten und Feindbildern zu formen und zu beeinflussen (Tsarova, 2023).

Ein *Spiegel*-Kommentar zum Ukraine-Krieg verdeutlicht den **Kriegsdiskurs** durch moralische Verurteilungen. Der Autor beschreibt Russlands Angriff als *“Vernichtungskrieg”* und beschreibt Putins Armee als *“mit schwerem militärischen Gerät ausgestattete Bande von Räubern, Vergewaltigern und Mördern”* (von Rohr, 2022). Solche emotional aufgeladenen Formulierungen und die klare Schuldzuweisung (*“Putins paranoider Weltsicht”*) zeigen eine ideologische Haltung und moralische Empörung. Dasselbe kann man in einem Kommentar zu den USA-Ukraine-Beziehungen von *Tagesschau* beobachten. Der Autor kritisiert scharf die *“Täter-Opfer-Umkehr”* in Donald Trumps Aussagen. Diese Verdrehung bezeichnet er als *“empörend”* (Börger, 2025). Wer dem angegriffenen Land die Schuld zuschiebe, wolle *“keinen Frieden, der will eine Kapitulation”*. Durch die moralische Bewertung und die alarmierende Sprache wird klar, dass hier politische Deutung und emotionale Reaktion im Vordergrund stehen, was das Kennzeichen des **Kriegsdiskurses** ist.

In einer anderen *Tagesschau*-Nachricht über eine ukrainische Offensive im Gebiet Kursk im Januar 2025 überwiegt jedoch der sachliche Ton. Der Bericht schildert präzise militärische Abläufe: *“Ukrainische Streitkräfte haben überraschend mit neuen Angriffsoperationen [...] begonnen. [...] Zwei Angriffe seien zurückgeschlagen worden. Artillerie und Luftwaffe hätten die Angreifer besiegt.”* (tagesschau, 2025). Er erwähnt Gefechtszahlen und benutzt Fachbegriffe wie *“Lagebericht”*, *“bewaffnete Zusammenstöße”* und *“Gefechte”*. Diese neutral-informative Sprache ohne offensichtliche Wertung oder Emotion ist charakteristisch für den **Militärdiskurs**. Ähnliches gilt für den Bericht der *FAZ*, wo die Eigenschaften des deutschen Kampfpanzers Leopard 2 erläutert werden. In sachlicher Fachsprache wird berichtet, dass Deutschland *“14 Leopard-Panzer vom modernen Typ 2A6”* liefert, während *“aus den USA [...] 31 Panzer vom Typ M1 Abrams”* kommen und Großbritannien *“14 Challenger-Panzer”* beisteuert (Giesel et al., 2023). Es werden Leistungsparameter genannt (*“Feuerkraft, Beweglichkeit und Schutz”*) in denen der Leopard 2 laut Militärfachkreisen führend sei. Diese Darstellung verzichtet auf emotive Wertungen und ist ebenso ein typisches Beispiel für **Militärdiskurs**.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die klare Abgrenzung zwischen **Militär-** und **Kriegsdiskurs** nicht nur auf theoretischer Ebene notwendig, sondern auch in der medialen Praxis deutlich sichtbar ist. Beide Diskurse erfüllen unterschiedliche kommunikative Funktionen und wirken auf die Wahrnehmung und Interpretation von Konflikten sowohl innerhalb militärischer Strukturen als auch in der breiten Gesellschaft ein.

LITERATUR

Стаднік, І. (2016). Лінгвістична відповідність понять “воєнний” дискурс vs “військовий” дискурс. *Science and Education a New Dimension. Philology*, IV(22), 99, 63–66.

- Сукаленко, Т., & Шпетна, С. (2023). Функціонування військового дискурсу в сучасному комунікативному просторі. *Paedagogica Volynienses*, 1, 96–102.
- Царьова, І. (2023). Сучасний воєнний дискурс: процеси неологізації. *Лінгвістика*, 2(48), 107–114.
- Börgers, T. (2025). Trumps kalkulierte Provokation gegenüber Selenskyj. *Tagesschau*.
<https://www.tagesschau.de/kommentar/trump-russland-ukraine-102.html>
- Giesel, J., Schlömer, O., & Swierczyna, S.-J. (2023). Leoparden auf dem Sprung. *FAZ*.
<https://www.faz.net/aktuell/leopard-2-fuer-die-ukraine-was-den-kampfpanzer-besonders-macht-18633897.html>
- Rohr, M. (2022). Wir müssen den Frieden in Europa gegen Putin verteidigen. *Spiegel*.
<https://www.spiegel.de/ausland/ukraine-krieg-frieden-in-europa-kann-es-nur-noch-gegen-wladimir-putin-geben-kommentar-a-94bd841a-b43e-48d6-81af-e349cd3ec4ed>
- Tagesschau. (2025). Ukraine startet neue Offensive in Kursk. *Tagesschau*.
<https://www.tagesschau.de/ausland/europa/ukraine-kursk-offensive-100.html>

MASCHINELLE ÜBERSETZUNG VON KOMPOSITA IM BEREICH DER IMMOBILIEN: VOR- UND NACHTEILE

Serdjuk K. S.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Wissenschaftliche Betreuerin: **Formaniuk O. L.**

Doktorin, Dozentin

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Die maschinelle Übersetzung (MÜ) hat in den letzten Jahrzehnten erhebliche Fortschritte gemacht, insbesondere durch den Einsatz neuronaler Netze und Künstlicher Intelligenz (KI).

Trotz der Fortschritte in der maschinellen Übersetzung ist die korrekte Übersetzung von Komposita weiterhin eine Herausforderung, da sie oft eine tiefere semantische Analyse erfordert. Der Begriff “Kompositum” (in Plural – “Komposita”) stammt aus dem Lateinischen (“componere” – zusammensetzen) und bezeichnet lexikalische Einheiten, die aus zwei oder mehr Wortstämmen bestehen (Fleischer & Barz, 2012). Diese Wortbildung ist charakteristisch für die deutsche Sprache und stellt eine Herausforderung für maschinelle Übersetzungssysteme dar, da die genaue Bedeutung eines Kompositums oft kontextabhängig ist.

Wir begegnen täglich zusammengesetzten Wörtern in der deutschen Sprache, die oft komplexe Bedeutungen haben. Besonders viele solcher Wörter finden sich im Bereich der Immobilien, wo Fachbegriffe wie “Grundstückspreisermittlung” (оцінка вартості земельної ділянки) oder “Mieterschutzverordnung” (постанова про захист орендарів) präzise definiert und korrekt übersetzt werden müssen.

Das Ziel dieser Arbeit ist es, die spezifischen Herausforderungen bei der maschinellen Übersetzung von Komposita im Immobilienbereich zu identifizieren und die Vor- und Nachteile von MÜ-Systemen in diesem Kontext zu analysieren.

MÜ-Systeme haben oft Schwierigkeiten, die Bedeutung von Komposita korrekt zu erfassen, da sie die einzelnen Wortteile isoliert betrachten und nicht die gesamte Bedeutung des zusammengesetzten Wortes berücksichtigen. Beispielsweise kann *Mietkautionskonto* sowohl als “рахунок для депозиту оренди” als auch als “заставний рахунок орендаря” interpretiert werden, was zu Missverständnissen führen kann (Eisenberg, 2013).

MÜ-Systeme haben oft Probleme mit der Erkennung des Kontexts auch. Ein Beispiel ist das Wort *Maklerprovision*, das je nach rechtlichem Rahmen unterschiedliche Bedeutungen haben kann – in Deutschland eine vom Käufer oder Verkäufer zu zahlende Provision, während in anderen Ländern der Prozentsatz variieren kann (Fleischer & Barz, 2012).

Aber gibt es Vorteile der maschinellen Übersetzung in der Immobilienbranche?

Maschinelle Übersetzungssysteme ermöglichen die sofortige Übersetzung großer Textmengen, was besonders in der schnelllebigen Immobilienbranche von Vorteil ist (Koehn, 2020).

Im Vergleich zu professionellen menschlichen Übersetzungen sind MÜ-Systeme deutlich günstiger und reduzieren die Betriebskosten für Unternehmen (Wu, 2016).

Durch moderne neuronale Übersetzungssysteme können Unternehmen ihre Inhalte in mehreren Sprachen gleichzeitig bereitstellen und somit neue Märkte erschließen.

Um die Qualität der maschinellen Übersetzung von Komposita im Immobilienbereich zu verbessern, können folgende Maßnahmen ergriffen werden:

1. Einsatz von Post-Editing: Die maschinell erstellten Übersetzungen sollten von professionellen Übersetzern überprüft und korrigiert werden.

2. Entwicklung spezialisierter MÜ-Systeme: Diese Systeme sollten auf die spezifischen Anforderungen der Immobilienbranche zugeschnitten sein und über ein umfangreiches Fachvokabular verfügen.

Zusammenfassend kann man zum Schluss kommen, dass maschinelle Übersetzungssysteme in der Immobilienbranche erhebliche Vorteile bieten, insbesondere hinsichtlich Geschwindigkeit, Konsistenz und Kosteneffizienz.

Dennoch bleiben signifikante Herausforderungen bestehen, insbesondere im Hinblick auf die genaue und kontextabhängige Übersetzung von Komposita. Während moderne neuronale Netzwerke große Fortschritte erzielt haben, sind sie nach wie vor nicht in der Lage, die Tiefe und Nuancen menschlicher Übersetzungen vollständig zu erfassen.

LITERATUR

- Fleischer, W., & Barz, I. (2012). *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. 4. völlig neu bearb. Aufl. De Gruyter.
https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783110256659/html?lang=de&srsId=AfmBOooU_oaccV72rv5L5xADWXy2GvefAK9u-wGxBWG_ACms7WrZGkrKa

- Eisenberg, P. (2013). *Grundriss der deutschen Grammatik. Band 1: Das Wort*. 4., aktualisierte und überarb. Aufl. Verlag J.B. Metzler.
<https://books.google.de/books?id=nIzqDAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=de#v=onepage&q&f=false>
- Koehn, P. (2020). *Neural Machine Translation*. Cambridge University Press.
https://books.google.com.ua/books?id=iRzhDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Wu, Y., Schuster, M., Chen, Z., Le, Q. V., Norouzi, M., Macherey, W., ... & Dean, J. (2016). *Google's Neural Machine Translation System: Bridging the Gap between Human and Machine Translation*.
<https://arxiv.org/abs/1609.08144>
- Wörterbuch Immobilienwirtschaft*.
<https://aktionen.iz.de/woerterbuch>

LINGUISTIC MEANS OF MANIPULATION IN MODERN ENGLISH POLITICAL SPEECHES

Skoryk V. A.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Berezenko V. M.**

CSc. (Philology), Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

The study of linguistic means of manipulation in modern English political discourses is important due to the growing influence of political communication on public opinion and decision-making. The aim of this study is to investigate the verbal and non-verbal means of manipulation in political discourse, their features and strategies, with a particular focus on the speeches of Donald Trump and Barack Obama.

Manipulation is a key element of modern political discourse, allowing politicians to influence public opinion, maintain power and achieve their goals. Political discourse, as a specific type of communication, is characterized by its persuasive function and strategic use of linguistic tools to achieve desired outcomes (Charteris-Black, 2018, p. 108). This comprehension of manipulation within a political framework arises from the more extensive idea of discourse as a whole.

Discourse, as a multifaceted linguistic phenomenon, encompasses various forms of communication, including political discourse. According to Fairclough (2000, p. 22), discourse is “a form of social practice that reflects and reinforces power relations”. The definition aids in comprehending the reasons behind the classification of political speeches into various types, each fulfilling particular objectives.

Political speeches can be categorized into several types: campaign speeches, inaugural addresses, debates, and more (Hoffman, 2021, p. 1). Each serves a distinct communication purpose, ranging from arousing public trust to mobilizing political support. Their effectiveness largely depends on their lexical composition.

Lexical choices are critical in constructing persuasive and manipulative messages. Politicians often employ emotive language to evoke specific feelings among their audience. Words such as “*freedom*,” “*justice*,” and “*hope*” carry strong positive connotations, while terms like “*crisis*,” “*threat*,” and “*failure*” provoke fear or urgency (Beard, 2000, p. 36). Among these lexical tools, metaphors hold particular significance.

Metaphors are another powerful lexical tool. For instance, in his speeches, Barack Obama frequently used metaphors like “*bridge to the future*” to suggest progress and unity. Similarly, Donald Trump often utilized metaphors such as “*drain the swamp*” to create a vivid image of cleansing corruption (Charteris-Black, 2018, p. 74). The impact of these metaphors is often strengthened through repetition.

Repetition is another hallmark of manipulative rhetoric. Phrases like “*Make America Great Again*” in Trump’s campaign or “*Yes, we can*” in President Obama’s speech, the following were repeated to reinforce the key messages and ensure that they resonated with the audience (Tannen, 2007, p. 64). While repetition emphasizes direct messages, politicians also use euphemisms to soften controversial topics.

Euphemisms, which soften harsh realities, are commonly used in political discourse. For example, “*collateral damage*” is often used instead of “*civilian casualties*” to downplay the negative impact of military actions (Sapir, 1949, p. 86). Besides the selection of words, the grammatical construction of political statements significantly contributes to manipulation.

Grammatical structure is equally important for operative effect. Politicians often use the passive voice to obscure agency and responsibility. For example, the phrase “*Mistakes were made*” avoids assigning blame, leaving the agent anonymous (van Dijk, 1997, p. 326).

Rhetorical questions are widely used to engage listeners and subtly guide their thinking. Questions like “*Do we want our children to grow up in a divided nation?*” are not meant to be answered but rather to evoke an emotional response and align the audience with the speaker’s viewpoint (Chilton, 2004, p. 118).

Extralinguistic means, including tone of voice, pauses, and gestures, significantly enhance the manipulative power of political speeches. A confident tone conveys authority and inspires trust, while strategic pauses emphasize key points and allow the audience to process the message (Wodak & Meyer, 2015, p. 213). These vocal components operate in harmony with bodily movements.

Body language is another important factor. Open gestures, visual contact, confident and honesty of solid planting projects.

Visual aids such as charts and symbolic backgrounds also contribute to manipulation by reinforcing the speaker’s message and creating a sense of trust. When combined with verbal strategies, these elements create comprehensive manipulative approaches.

Thus, manipulative strategies in political discourse combine verbal and nonverbal tools to achieve maximum effect. The study of the means of linguistic manipulation in political speech reveals a complex interplay between language, psychology, and power. Through a combination of lexical and grammatical choices and extra-linguistic strategies, politicians are able to craft persuasive messages that shape public opinion and influence the decision-making process.

BIBLIOGRAPHY

- Beard, A. (2000). *The language of politics*. Psychology Press.
- Charteris-Black, J. (2018). *Analysing political speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor*. Bloomsbury Publishing.
- Chilton, P. (2004). *Analysing political discourse: Theory and Practice*. Routledge.
- Fairclough, N. (2000). *New labour, new language?* Psychology Press.
- Hoffman, D. C., Lewis, T., & Waisanen, D. (2021). *The language of political genres: inaugural and state speeches of New York City mayors and US presidents*. Retrieved from: <https://docs.rwu.edu/nyscaproceedings/vol2017/iss1/9/>
- Sapir, E. (1949). *Language: An introduction to the study of speech*. Retrieved from: <https://doi.org/10.1037/13026-000>
- Tannen, D. (2007). *Talking voices: Repetition, Dialogue, and Imagery. Conversational Discourse*. Cambridge University Press.
- Wodak, R., & Meyer, M. (2015). *Methods of critical Discourse Studies*. SAGE Publications Limited.

METAPHORISCHE MITTEL DER GESTALTUNG DER BILDLICHKEIT IN DER DEUTSCHEN LYRIK (AM BEISPIEL DER GEDICHTE VON THEODOR STORM)

Slynko D.

Nationale linguistische Universität Kyjiw

Khodakovska N.

Dr. habil., Dozentin

Nationale linguistische Universität Kyjiw

Das Studium der sprachlichen Besonderheiten poetischer Texte erklärt sich aus dem Wunsch, verschiedene Ausdruckstechniken zu erforschen, jene lebendigen und scharfen sprachlichen Mittel, die die Individualität der Lyriker und die Originalität ihres schöpferischen Stils kennzeichnen.

Die Schönheit der Metapher im Gefüge eines lyrischen Werks ist unbestreitbar, daher erregt die Analyse dieses Ausdrucksmittels stets erhöhte Aufmerksamkeit sowohl bei Sprach- als auch bei Literaturwissenschaftlern. Eine Untersuchung der Metaphern in den Liedtexten von Theodor Storm zeigt, dass der Dichter bestrebt ist, individuelle sprachliche Mittel zu schaffen. Die funktionalen Eigenschaften der Metapher, die dem lyrischen Werk zugrunde liegt, sind Gegenstand eingehender Untersuchungen der Sprachwissenschaft (Wilpert, 2001).

Das dichterische Werk von Theodor Storm beeindruckt durch seine Tiefe, künstlerische Raffinesse und emotionale Intensität. Sein poetisches Werk ist eng mit den Traditionen der Romantik verbunden, hat aber einen ganz eigenen Stil, der sich durch Aufrichtigkeit der Gefühle, Musikalität und die Verwendung von Volksliedmotiven auszeichnet (Laage, 1988). Die Hauptthemen seiner Poesie sind die Liebe, die Kunst und die Natur seines Heimatlandes. Der Dichter widmete der historischen Vergangenheit seiner Heimat große Aufmerksamkeit und

verkörperte den nationalen Geist in lyrischen Bildern und Landschaftsmalereien. Es ist erwähnenswert, dass Storms Werke wie *“Der Reiter auf dem weißen Pferd”*, *“Immensee”* und *“Vom Wasser verschluckt”* sind auch heute noch aktuell und beeindrucken die Leser durch ihre künstlerische Perfektion und tiefe Bedeutung.

Betrachten metaphorische Mittel in den Gedichten *“Die Stadt”*, *“Der Schimmelreiter”*, *“Immensee”*. Zum Beispiel, im Gedicht *“Die Stadt”* (1851) verwendet der Autor folgende metaphorische Mittel: Farbmeterapher *“Am grauen Strand, am grauen Meer”*, Wettermetapher *“Der Nebel drückt die Dächer schwer”*, Raummetapher *“Und seitab liegt die Stadt”*, Herzmetapher *“Doch hängt mein ganzes Herz an dir”* und andere. Die Naturmetapher betont die Verlassenheit der Stadt, und die Herzmetapher verdeutlicht die innere Bindung des lyrischen Ichs trotz der negativen Darstellung.

Theodor Storms Novelle *“Der Schimmelreiter”* (1888) beinhaltet auch metaphorische Mittel. Diese Metaphern sind eng mit der Natur, dem Schimmel und dem Deich als Symbole für Macht, Vergänglichkeit und Schicksal verknüpft: Licht- und Dunkelheitsmetapher *“Der halbe Mond war weiß von treibendem Wolkendunkel überzogen”*, Tiermetapher *“Der Schimmel, hochbeiniger als andere Pferde”*, Naturmetapher *“Das Wattenmeer der Nordsee”*, Raummetapher *“Das Wasser einer großen Wehle blinken”*, Naturmetapher *“Das Wattenmeer der Nordsee”* (Storm, 2025) und andere. Offensichtlich das Naturbild des tobenden Meeres und des unbändigen Wetters steht im direkten Kontrast zu Haukes Streben nach Kontrolle und Ordnung. Licht- und Dunkelmetaphern verdeutlichen die Ungewissheit seines Schicksals und betonen die Grenzen menschlicher Macht gegenüber den Naturgewalten.

Die Novelle *“Immensee”* ist von einer melancholischen Grundstimmung geprägt, die durch zahlreiche metaphorische Mittel verstärkt wird. Diese Metaphern sind eng mit Naturbildern, Licht- und Schattenmotiven sowie Symbole der Kindheit und Erinnerung verbunden: Naturmetapher *“Die Kinder liefen durch das Haus in den Garten und durch die Gartenpforte hinaus auf die Wiese”*, Wasser- und Seemetapher *“Immensee”*, Lichtmetapher *“Das Sonnenlicht brach sich in den Zweigen und warf tanzende Schatten auf den Waldboden”*, Symbol der Schrift *“Dann gab er die Blätter an Elisabeth, die sie in einem Schubfach ihrer Schatulle sorgfältig aufbewahrte”*, Baummetapher *“Ein Tannenhochwald lag vor ihnen; es war kühl und dämmerig und der Boden mit fallenden Nadeln bestreut”*, Metapher der Trennung *“Die Wege trennten sich, und Reinhard ging allein weiter”* (Storm, 2004).

Die Metaphern in *“Immensee”* unterstreichen die melancholische Atmosphäre und verstärken das zentrale Thema der verlorenen Zeit und verpassten Chancen. Besonders die Naturmetaphern vermitteln die Dualität zwischen Vergangenheit und Gegenwart: Während die Wiesen, das Licht und die unbeschwertere Bewegung für die Kindheit und die Möglichkeiten der Jugend stehen, symbolisieren den dunklen Wald.

Die metaphorischen Mittel in *“Die Stadt”*, *“Immensee”* und *“Der Schimmelreiter”* sind zentrale stilistische Elemente, die die tiefere Bedeutungsebene der Werke maßgeblich prägen. In allen drei Texten dienen Metaphern dazu, emotionale, philosophische und existenzielle Themen auszudrücken.

Theodor Storm gilt als einer der bedeutendsten Vertreter des poetischen Realismus, einer literarischen Strömung, die sich durch eine detaillierte, stimmungsvolle und oft melancholische Darstellung von Landschaften und menschlichen Schicksalen auszeichnet. Eines der herausragenden Stilmittel in Storms Werken ist die metaphorische Bildsprache, die nicht nur die äußere Umgebung beschreibt, sondern tiefgreifende Emotionen und Stimmungen vermittelt. Viele von Theodor Storms Charakterzügen als Kurzgeschichtenautor entwickelten sich aus seiner Poesie, beispielsweise die lyrische Stimmung als Mittel der künstlerischen Einflussnahme.

LITERATUR

Laage, K. E. T. (1988). Theodor Storm. *Studien zu seinem Leben und Werk mit einem.*

Handschriftenkatalog. Erich Schmidt. Verlag, 1988.

Storm, T. (2004). *Immensee.*

<https://www.gutenberg.org/cache/epub/6651/pg6651-images.html#chap02>

Storm, T. (2025). *Der Schimmelreiter.*

<https://www.studysmarter.de/schule/deutsch/epische-texte/der-schimmelreiter>

Storm, T. *Die Stadt.*

http://www.poemswithoutfrontiers.com/Die_Stadt.html.

Wilpert, G. (2001). Realismus. *Sachwörterbuch der Literatur.* 662–663.

CHALLENGES IN RENDERING NEOLOGISMS IN ENGLISH BUSINESS DISCOURSE: A MASS MEDIA PERSPECTIVE

Somok A. S.

Kyiv National Linguistic University

Holiad N. I.

Candidate of Philology, Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

Today it is hard to imagine life without neologisms, as they are becoming an integral part of our lives. Neologisms are new or updated linguistic units that arise in the course of language development and reflect social, cultural and technological changes (Crystal, 2019). In the study of neologisms, a prominent place belongs to such English scholars as D. Crystal, G. Aitison and J. Elgio. The specificity of business discourse neologisms lies in their focus on operational communication and economic activity, brevity and clarity of wording, and the tendency to spread rapidly in the global language of business English. Neologisms in English business discourse always appear, responding to new phenomena, products, or strategies requiring appropriate nomination. Media resources such as the press, television, radio, and online platforms play a role as catalysts and filters, as they promote and assess the appropriateness and comprehensibility of new terms. On the one hand, newsrooms

try to respond to audience requests by integrating new words into their materials, as this helps to cover current trends as fully as possible. On the other hand, the rapid introduction of neologisms can lead to misinterpretation among readers, especially if the terms are perceived without context or adequate explanation (Crystál, 2019).

In the context of business discourse, lexical innovations reflect technological shifts, changes in corporate culture, and the emergence of innovative business models. 'Fintech' is a good example: the term was initially used in financial start-up circles and specialized blogs before it was widely used by reputable business publications. The media have effectively legitimized the word by agreeing on the preferred spelling (fintech instead of fin-tech) and defining it. This standardization helps global audiences to understand what is being discussed, rather than being confused by variations. At the same time, the rapid spread of 'fintech' in the media has demonstrated the shortcomings of the process: some have begun to equate the term with purely banking or payment services, while the true scope of the concept covers a wider range of financial technologies (Hargraves, 2021).

One of the main challenges is to maintain linguistic clarity and comprehensibility for audiences with different levels of knowledge. New business words usually carry an additional semantic load or belong to a highly specialized field. For this reason, journalists should choose the appropriate context so that both specialists and the general audience do not have to look for additional explanations. If terms such as 'regtech' (regulatory technologies) are not accompanied by an explanation at all, the reader may not understand what is being said. It is also important to pay attention to ambiguity: the word 'pivot' in startup culture can mean not only a change in business model but also a fundamental reorientation of the company as part of a broader strategy.

Closely related to the problem of clarity is the issue of standardization and consistency. Neologisms often appear in different spelling variants and with nuanced definitions. The challenge for editors is to refrain from proliferating disparate forms to minimize confusion. Words may have culturally specific meaning or connotations that do not always coincide in different countries. Media working with a global audience should take into account that, for example, the terms 'shutdown' or 'layoff' will be perceived differently in the US, Europe, or Asia. When these concepts take on new connotations or appear in the context of business, foreign readers may confuse them with purely political or social processes, which creates a risk of misunderstandings (Hargraves, 2021).

The fast news cycle of modern media puts additional pressure on journalists: to be the first, they may disseminate half-baked or insufficiently verified definitions of neologisms. As a result, part of the audience perceives them with false or oversimplified meanings. For example, when the term 'Black Swan Event' was coined by N. Taleb, its original meaning referred to rare, significant, and unpredictable events with a major impact on markets (Taleb, 2007). However, the mass media began to expand this concept to include any unexpected negative developments, partially losing the scientific and philosophical depth that the author intended. Thus, even important concepts can be distorted and become just another 'buzzword' without precise parameters of use.

In addition to the linguistic side, the process of forming business neologisms is influenced by the marketing component. Some companies deliberately launch new words in the media to emphasize their uniqueness or create the illusion of innovation. Journalists need to be able to distinguish between a meaningful term that reflects a change in the industry and a publicity stunt to increase brand awareness. When publications adopt the latest buzzword, they risk contributing to hype fatigue: an overabundance of pseudo-innovative terms can devalue the neologisms (Hargraves, 2021).

After all, the emergence of neologisms in business discourse is an inherent feature of a dynamic industry that responds quickly to technological and economic changes. The media, in turn, is a driver and a regulator: it can both promote new words and introduce them into wide circulation and form a clear understanding of these terms. However, a responsible attitude to the interpretation and correct use of neologisms requires a conscious balancing act between a quick response to market demands and a deeper understanding of linguistic innovations. This approach allows not only to enrich the language with new concepts but also to maintain the high quality of communication required by both the expert business audience and the general public.

REFERENCES

- Crystal, D. (2019). *The Cambridge Encyclopedia of the English Language* (3rd ed.). Cambridge University Press.
- Hargraves, O. (2021). *Style and Strategy in Business Communication*. Palgrave Macmillan.
- Taleb, N. N. (2007). *The Black Swan: The Impact of the Highly Improbable*. Random House.

LINGUISTIC FEATURES OF TRAVEL BLOGS: LEXICO-SEMANTIC AND STYLISTIC ANALYSIS

Sorokina Yu. V.

Kyiv National Linguistic University

Holiad N. I.

Candidate of Philology, Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

At the end of the 20th century, a new form of news reporting – the blog – emerged. According to the Oxford Dictionary, a blog is a website where a person or group of people regularly post their thoughts, news or topics of interest, often accompanied by images and links to other resources (Oxford Dictionary).

With the development of digital media in the 21st century, a new subcategory of blogs has emerged – travel blogs. These online platforms are dedicated to travel experiences, tips and tricks, combining personal stories with journalistic and advertising content. In addition, the term 'travelogue' has appeared in the Oxford

Dictionary, which is defined as a story or record of a journey, often in the form of an article, podcast or film.

In the age of digital communication, travel blogs have become the dominant medium for sharing personal travel experiences, tips and tricks. These blogs serve as a combination of personal narratives, advertising content and media discourse. The linguistic features of travel blogs play a crucial role in attracting readers and conveying vivid descriptions of destinations.

Travel blogs play an important role in encouraging people to travel, which has a positive impact on international relations and the economy, as well as on cultural exchange between nations. They help to break down stereotypes, promote diverse cultures and enrich the world's cultural heritage. Especially in times of lockdown and war, when the ability to travel is limited, travel blogs become a great tool for getting acquainted with different places.

Analysing travel blogs from the point of view of discourse, we can conclude that they belong to the so-called 'grey zone' of mass media texts, i.e. they do not follow the traditional presentation of news, but still influence public opinion (Maksimov, 2006).

Travel blogs have several functions:

Informative – providing facts about destinations, travel routes and places to stay.

Persuasive – using emotional and expressive language to encourage readers to visit certain places.

Entertaining – engaging the audience through storytelling, humour and personal experience.

Due to this combination of styles, translating travel blogs presents unique linguistic and cultural challenges.

When working with travel blogs, translators face a number of linguistic and stylistic difficulties that require special attention. In his study, linguist V.V. Koptilov (2002) identifies several key problems in media translation that are particularly relevant for travel blogs:

1. Hyperbolic and expressive language

Travel blogs often use exaggeration and emotional appeal to generate excitement and engage readers.

2. Idiomatic expressions and phrases

English-language travel blogs often contain idioms and colloquialisms that may not have direct equivalents in other languages.

3. Epithets and metaphors

Travel blogs use descriptive language, epithets and metaphors to make destinations more attractive. These elements require careful adaptation to maintain their emotional and stylistic impact.

4. Culturally specific realities and proper names

Cultural elements in travel blogs often do not have direct equivalents in the target language.

5. Acronyms and abbreviations

Acronyms and abbreviations are often used in travel blogs, especially to refer to travel organisations, types of visas and accommodation. Some abbreviations are commonly recognised, while others may require an explanation.

Work with travel blogs requires not only linguistic accuracy, but also stylistic adaptation and consideration of cultural peculiarities. Each translation task involving expressive language, idioms, cultural references or metaphors needs to be approached creatively to ensure that the text remains interesting, natural and relevant to the target audience.

REFERENCES

- Korunets, I. V. (n.d.). *Contrastive Typology of the English and Ukrainian Languages*.
- Зорівчак Р. П. Реалія і переклад (на матеріалі англomовних перекладів української прози) / Р. П. Зорівчак. Вид-во при Львів. ун-ті.
- Коптілов, В. В. (1982, 2002). *Теорія і практика перекладу* (переклад публіцистичних текстів).
- Максімов, С. Є. (2006). *Практичний курс перекладу (англійська та українська мови). Теорія та практика перекладацького аналізу тексту студентів факультету перекладачів та факультету заочного та вечірнього навчання: Навчальний посібник*. Ленвіт.
- Невмержицька, Н. Ю. (2014). Стан дослідження власних назв у сучасній лінгвістиці. *Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації. Серія філологічна*, 19, 87–90.

ALTERSBEZOGENE PHRASEOLOGISMEN IN LINGUOKULTURELLER HINSICHT

Starun O. R.

Kyjiwer Nationale Linguistische Universität
Wissenschaftliche Betreuerin: **Formanjuk O. L.**
Dozentin am Lehrstuhl für deutsche Philologie
Kyjiwer Nationale Linguistische Universität

Phraseologismen sind nach Burger, Buhofer und Sialm (1982) “feste Wortkomplexe verschiedener syntaktischer Strukturtypen mit singulärer Verknüpfung der Komponenten, deren Bedeutung als Ergebnis einer vollständigen oder teilweisen semantischen Umdeutung oder Transformation des Komponentenbestandes entsteht” (S. 62).

Phraseologische Einheiten kann man als die wichtigsten Quelle der Informationen über die Kulturspezifität des Volkes betrachten. Sie umfassen die Erfahrungen und Kenntnisse in allen Bereichen des menschlichen Lebens, die das Volk im Laufe seiner Geschichte bekommen hat, und spiegeln das Leben der Sprachgemeinschaft wider. Aus diesem Grund kann dasselbe Konzept in verschiedenen Sprachen unterschiedlich verbalisiert werden.

Die wesentlichsten Merkmale, die einen Phraseologismus kennzeichnen, sind: Polylexikalität (Phraseologismen bestehen aus mehr als einem Lexem),

Idiomatizität (die Bedeutung der Phraseologismen entspricht nicht oder nur teilweise der Bedeutung ihrer Bestandteile), Stabilität, Lexikalisierung und Reproduzierbarkeit.

Bei der Forschung der altersbezogenen Phraseologismen verwendet man linguokulturellen Ansatz. Der linguokulturelle Ansatz verbindet die Forschung sowohl der Sprache als auch der Kultur, indem er untersucht, wie Konzepte das nationale Weltbild widerspiegeln. Bei diesem Ansatz wird ein Konzept als eine kulturelle Einheit betrachtet, die einen sprachlichen Ausdruck hat und die mentalen Repräsentationen der Menschen widerspiegelt.

Die wichtigsten Ideen des linguokulturellen Ansatzes:

1) Konzept als Einheit der Kultur – das Konzept enthält sowohl rationale als auch emotionale Komponenten. Es ist Träger der historischen Erfahrung der Menschen.

2) Die Sprache als Mittel zur Darstellung von Konzepten.

Konzepte spiegeln sich in Phraseologie, Metaphern, Symbolen und Sprichwörtern wider. So hat beispielsweise das Konzept "Freiheit" in verschiedenen Kulturen unterschiedliche Konnotationen.

3) Methoden der Konzeptforschung.

Etymologische Analyse – Untersuchung der Geschichte eines Wortes. Diskursanalyse – Untersuchung von Konzepten in Texten. Assoziationsexperimente – Bestimmung der kulturellen Vorstellungen von Muttersprachlern.

Das Alter galt immer als wichtiges gesellschaftliches und kulturelles Phänomen, das in den allen Gesellschaften im Laufe der Geschichte eine der zentralen sozialen Kategorien zur Unterscheidung von Personen darstellt. Es ist nicht nur ein biologischer Prozess, sondern auch ein soziales Konstrukt, das von unterschiedlichen Kulturen und Gesellschaften unterschiedlich wahrgenommen und bewertet wird.

Die altersbezogenen phraseologischen Einheiten verwendet man, um zum Ausdruck zu bringen, dass eine Person schon betagt – im Herbst des Lebens sein, ein altes Fell, jemand ist sein Brot gebacken, oder umgekehrt sehr jung ist und aus diesem Grund oft unerfahren – jemand hat noch das Gelbe um den Schnabel, ein junger Dachs.

Also das Alter ist nicht nur eine biologische Realität, sondern auch eine komplexe linguokulturelle Kategorie, die in verschiedenen Kulturen unterschiedlich konzeptualisiert und sprachlich repräsentiert wird. Dieses Konzept ist auch in der deutschen Sprache und Kultur tief verwurzelt. Die Analyse des Alterskonzepts kann ermöglichen, kulturelle Einstellungen, Stereotypen und Normen zu erkennen und zu verstehen und herausfinden, wie alte und junge Menschen wahrgenommen, behandelt und in die Gesellschaft integriert werden.

LITERATUR

Burger, H., Buhofer, A. & Sialm, A. (1982). *Handbuch der Phraseologie*. de Gruyter.

- Földes, C. (2019). Sprache – Interaktion – Kultur: ein Beitrag zur Problemdekonstruktion anhand des Paradigmas Linguokulturologie. *Facetten der Mehrsprachigkeit aus theoretischer und unterrichtspraktischer Sicht*, 85–115.
- Fleischer, W., (1997). *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Max Niemeyer Verlag.

KING CHARLES III'S SPEECHES: COMMUNICATION STRATEGIES AND WAYS OF THEIR TRANSLATION

Stepaniuk D. V.

Kyiv National Linguistic University

Research Supervisor: **Nykytchenko K. P.**

Candidate of Philological Sciences

Kyiv National Linguistic University

The main line of speech behaviour in a particular communicative interaction is called “a communicative strategy”. This linguistic phenomenon is determined by the main purpose of communication, considering the context of the conversation and the addressee’s perception (Melko, 2019, p. 161). It is often observed that strategies tend to change during communication, they are modified by speakers, new tactics and other methods are added. An important element of communication is behaviour, which also undergoes changes depending on the situation and context of the conversation, which also changes and is supplemented. This is a variable phenomenon. Scientists consider different communication strategies and take into account various linguistic elements.

There are many communication strategies that help to express one’s thoughts more clearly and help the listener to understand what is said. Each of these strategies is based on a particular idea. Shevchenko I. S. (2005) divided communication strategies into three types: controllability, flexibility, and predictability. The classification by T. van Dijk and W. Kinch is one of the most commonly used: propositional strategies (the syntactic structures of the sentences themselves and the meanings of the words activated in the semantic memory are the basis for sentence construction); connectivity strategies (their main purpose is to create connections between statements by using linear ordering of sentences, explicit means of communication and cognition, etc); macrostrategies (these structures form macrosentences so that the addressee can understand the overall topic of the message using only a small amount of information from the first sentences); schematic strategies (one of the greatest forms of organisation of macropropositions (global meaning of the text), which means that macrosentences are organised in such a way that the addressee can guess them. The superstructure (the usual schemes of the plot, climax and denouement of any literary text provide a summarised syntax and macrostructure of the text as a whole); productive strategies include developing a message plan that is based on the context of the communication and the shared

knowledge of the communicators; using stylistic strategies, it is possible to choose and interpret language tools according to the context; rhetorical methods improve verbal communication and facilitate the understanding of discourse; non-verbal strategies (gestures, posture, facial expressions); conversational strategies perform social and communicative functions of individual speech acts and discourse (van Dijk, Kintsch, 1988, p. 153–211).

Charles III's speeches abound in the use of communication strategies, which makes his performances more understandable to others and attracts the attention of many listeners. The monarch knows how to use communication techniques accurately and convey important information. When translating speeches, it is necessary to take into account the importance of such linguistic processes in order to convey the meaning correctly without distorting it. In order to facilitate the correct translation of communication strategies, translation specialists must use lexical and semantic transformations (generalisation, modulation, concretisation). Sometimes certain grammatical structures and expressions are not typical in the target language, in such cases the following lexical and grammatical transformations are used: descriptive translation, addition, total reorganisation, compensation, grammatical substitution, transposition, antonymic translation.

Having analysed the speeches of the King of the United Kingdom, we can conclude that he masters the right words, structures and strategies of speech to achieve the goal of the message. A case of macrostrategy can be seen in this sentence: *"We know what we must do"* (Prince Charles COP26 Climate Summit Glasgow Speech, 2021). The speaker has not even explained what actions should be taken, but from the previous sentences and the context of the whole speech, we can guess what is meant. This sentence was translated into Ukrainian as follows: *"Ми знаємо, що повинні робити"*. When converting the sentence from the source language to the target one, omission was used (the pronoun *"we"*, which is used twice in the English sentence, is used in Ukrainian only at the beginning of the sentence).

During the Japanese monarch's visit to Buckingham Palace, Charles III personally greeted him and spoke about the importance of Japanese pop culture, which has spread around the world. The dialogue was based on the conversational strategy. Let's consider the following sentence as an example: *"So I can only wish a very happy birthday to... Hello Kitty!"* (King Charles make speech at the State banquet at Buckingham palace, 2024) – *"Тож я можу лише привітати з днем народження... Хелю Кіммі!"*. Since *"Hello Kitty"* is the name of a Japanese pop culture character, we used transcription, which is often useful when translating proper names.

After conducting this study, we came to the conclusion that the correct translation of communication strategies plays a key role in the accurate perception of information and its correct interpretation.

REFERENCES

King Charles make speech at the State banquet at Buckingham palace. (2024, June 30). Nippon TV NEWS 24 JAPAN.
<https://www.ntv.co.jp/englishnews/articles/202146qoxoy0w73v1w3b.html>

- Melko, K. B. (2019). Nature of Communicative Strategies and Tactics: Linguistic Approach. In *Vectors of the Development of Philological Sciences at the Modern Stage*. Collective monograph (pp. 157–175). Lviv-Toruń. Liha-Pres. <https://doi.org/10.36059/978-966-397-124-7/157-175>
- Prince Charles COP26 Climate Summit Glasgow Speech. (2021, November 01). <https://www.rev.com/transcripts/prince-charles-cop26-climate-summit-glasgow-speech-transcript>
- Shevchenko, I. S. (2005). Problems of discourse typology. *Discourse as a cognitive and communicative phenomenon*. Konstanta.
- van Dijk, T. A., Kintsch, W. (1988). *Strategies for understanding coherent text*. Progress.

VERBALIZING THE WAR IN UKRAINE CONCEPT IN NEWS DISCOURSE

Stetsenko V. O.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Potapenko S. I.**

Doctor of Sciences (Philology), Professor

Kyiv National Linguistic University

The concept of *war* is verbalized in news discourse through specific lexical choices that shape public perception of military conflicts (Калішук, 2017). Lexical units denoting war form a structured nominative field, where synonyms reflect different cognitive and emotional aspects of the concept (Брославська, 2013). This study aims to examine the lexical differentiation of five key terms – *war*, *conflict*, *aggression*, *battle*, and *struggle* – drawing on their definitions in English dictionaries.

The noun *war* is defined as “a state of armed conflict between different countries or different groups within a country” (Oxford Learner’s Dictionary, 2023) and as “armed conflict between nations or groups” (Collins Dictionary, 2023). The two definitions reveal that the common seme for understanding the noun *war* is ‘armed conflict’.

The term *conflict* has a broader scope of application and can refer to social, political, or diplomatic disputes. The term *conflict* is viewed to denote a “serious disagreement or struggle that may not necessarily involve military action” (Collins Dictionary, 2023) or as “a serious disagreement or struggle between opposing forces, often lasting for an extended period” (Cambridge Dictionary, 2023). The comparison of the definitions shows that the main meaning of *conflict* concerns *disagreement* or *struggle* distinguishing its different degrees. Consequently, the difference between *war* and *conflict* turns out to consist in the use of armaments.

The meaning of the noun *battle* is seen as “a fight between armed forces as part of a war” (Merriam-Webster, 2023) and as “a violent fight between groups of people, especially one between military forces during a war” (Merriam-Webster,

2023). The seme 'war' in both definitions indicates that the meaning of the noun *battle* is closer to the semantics of the unit *war* than that of *conflict*.

According to dictionary definitions *aggression* is considered to be "hostile or violent behavior toward another, often unprovoked" (Collins Dictionary, 2023) or as "a forceful action or procedure (such as an unprovoked attack) especially when intended to dominate or master" (Merriam-Webster, 2023). The semes which characterise the meaning of the word are 'unprovoked' and 'intended' which represent violent behaviour from the positions of the target and source of an activity.

Unlike the units *war* or *battle*, the noun *struggle* displays metaphorical and ideological meanings. Its semantics is regarded as "a determined effort to overcome opposition" (Merriam-Webster, 2023) or as "a determined effort to deal with a difficult problem or situation" (Oxford Learner's Dictionary, 2023). The definitions suggest that the meaning of this noun is fairly distant from that of *war* being closer to the semantics of *conflict*.

The definitions discussed above indicate that while the noun *war* denotes a formal state of armed hostilities, *conflict* is used more flexibly to describe both military and non-military disputes. According to Merriam-Webster (2023), a nation may be in a state of *war*, while political debates may be described as *conflicts*. The Collins Dictionary (2023) states that *aggression* implies provocation or hostility, whereas *battle* describes a specific military engagement. The distinction is crucial, as a government may condemn an enemy's *aggression* without acknowledging the existence of an actual *battle*. Unlike *war* and *battle*, which imply structured military confrontations, *struggle* conveys a continuous effort against an opposing force being often used in the context of resistance movements, independence efforts, or ideological battles rather than direct combat (Oxford Learner's Dictionary, 2023). This makes *struggle* a more abstract and figurative term, frequently associated with humanitarian, political, or civil rights movements rather than structured warfare.

The WAR IN UKRAINE concept is denoted by a number of constructions based on the units discussed above. Those constructions represent the armed conflict from varying perspectives. The units include *War on Ukraine*, *Ukraine invasion*, *Ukraine at war*, *War in Ukraine*, *Russia-Ukraine war* (Ізотова, Потапенко 2024, c. 5). In news coverage the different lexical choices shape the audience's perception. Media outlets strategically use synonyms to either intensify or mitigate the impact of a message. For instance, *war* may be replaced with *conflict* to reduce emotional intensity, whereas *aggression* emphasises responsibility attributed to one of the parties involved in the conflict (Ізотова, Потапенко, 2024).

To conclude, the comparative analysis of the war-related lexical units demonstrates that each of them carries unique semantic and pragmatic distinctions. *War* explicitly refers to a formal armed conflict, while *conflict* encompasses broader disputes. *Aggression* denotes hostile intent rather than actual combat, *battle* signifies an individual military engagement, and *struggle* highlights prolonged resistance efforts. Understanding these lexical nuances is essential for analyzing how news discourse verbalizes the WAR IN UKRAINE concept.

REFERENCES

- Брославська, Л. Я. (2013). Концепт війна в англомовній картині світу: до-концептуальні основи. *Вісник Харківського національного університету. Серія романо-германська філологія*, 1051(73), 46–51.
- Ізотова Н. П., Потапенко С. І. (2024). Вступ. *Український воєнний дискурс: полілог жанрів і стилів: колективна монографія* [загальна редакція Ізотова Н. П., Потапенко С. І.]. Видавничий центр КНЛУ, 4–8.
- Калішук, Д. М. (2017). *Концептуальні стилі англомовних політиків (на матеріалі політичного дискурсу президентів Дж. Буша мол., Б. Обами): дис. ... канд. філол. наук*. Запорізький національний університет.
- Cambridge Dictionary* (2023). <https://dictionary.cambridge.org/>
- Collins Dictionary* (2023). <https://www.collinsdictionary.com/>
- Merriam-Webster* (2023). <https://www.merriam-webster.com/>
- Oxford Learner's Dictionary* (2023). <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>

RENDERING OF GENDER MARKERS IN UKRAINIAN TRANSLATION: CHALLENGES AND STRATEGIES

Telehan N. Yu.

Kyiv National Linguistic University

Holiad N. I.

Candidate of Philology, Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

Gender markers are an integral part of social communication, as they determine the perception of a person's social role, status, and identity. While gender-neutral constructions are common in English, Ukrainian traditionally maintains a clear distinction between masculine and feminine forms, which creates a number of challenges for translators. Gender is a complex and multidimensional phenomenon that combines biological, social, cultural and linguistic factors. Its perception is shaped by the historical context, social norms, and linguistic structure of each culture.

As a result, different languages express gender categories in different ways, which greatly affects the translation process. The concept of “gender” has different interpretations, and its use in scientific discourse has been formed gradually. As Yu.P. Maslova (Маслова, 2015) notes, this term originally appeared not in linguistics but in the social sciences, in particular in the works of Anne Oakley, Erving Hoffman, and in Gail Rubin's essay “*The Exchange of Women or the Political Economy of Gender*”. She emphasizes that this still makes it difficult to see a coherent and stable use of the concept of “gender” in linguistic research.

One of the key contributions to the study of the relationship between language and gender was the book *Language and Gender* by Jane Sunderland. The author analyzes how language affects the formation of gender identity, reinforces or destroys stereotypes, and addresses the issues of language violence and

discrimination. She notes that language plays an important role in shaping gender identity and can be a means of maintaining gender stereotypes and discrimination.

Rendering of gender markers between languages, particularly from English to Ukrainian, presents significant challenges due to differences in grammatical structures and cultural contexts. Unlike English, Ukrainian has distinct grammatical genders—masculine, feminine, and neuter—making the translation of gender-neutral words or constructions particularly problematic. In many cases, translators must choose between explicitly marking gender or using more complex, sometimes cumbersome, constructions. This creates a constant dilemma between accuracy and inclusiveness, requiring a flexible and nuanced approach.

Ukrainian, with its distinct grammatical gender system, lacks direct equivalents for many gender-neutral English terms, requiring translators to employ strategies such as pluralization, passive constructions, or restructuring sentences to maintain neutrality. In legal and official texts, the absence of direct Ukrainian equivalents for English gender-neutral phrasing necessitates careful adaptation to ensure both linguistic and legal accuracy.

Moreover, stylistic concerns arise as inclusive forms can complicate the text, requiring translators to decide when neutral phrasing or restructuring is the most effective approach.

The study by J. Schmidt (Schmidt, 2022) *Gendered Translations: The Theory and Practice of Gender-Inclusive Language* focuses on strategies of gender-inclusive language in interpretation, examines ways to adapt translation to modern standards of equality and inclusiveness. It analyses the role of language changes in society. Inclusive language helps to reduce discrimination and stereotypes that may arise from the use of gendered forms. Translators need to be careful about how they render gender markers, as even small changes in words can create a sense of exclusion or marginalization. In addition, translators can use various methods to correctly render gender markers while ensuring accuracy, neutrality, and stylistic consistency of the text.

One of the key approaches is to use of neutral forms, when generalized terms are chosen instead of words with a clear gender connotation. If the accuracy of the transfer requires additional explanation, it is appropriate to use clarifications or special gender neutrality indications.

Modulation should also be mentioned as an effective method of adapting a text in accordance with the norms of the Ukrainian language. This strategy involves changing the form of expression without losing its content. Through modulation, the translator is able to adapt the text in accordance with modern language standards and ensure its compliance with the principles of gender equality.

Another important strategy is sentence rewording or construction change, where the structure of a phrase is changed to avoid gender markers. For example, instead of using terms such as “male leader,” more neutral options such as “leader” or “person in charge” can be used, which allows for neutrality without losing meaning.

Sometimes, especially in languages where there are no direct gender-neutral equivalents, it is necessary to clarify gender by providing additional context; this

is called adding clarifications or explanations. For example, when rendering the English “they”, you can use variants such as “he/she” or “this person” to ensure accuracy and clarity of the text without losing the meaning.

Rendering gender markers from English to Ukrainian presents significant challenges due to differences in grammatical structures and cultural contexts, particularly because Ukrainian has a distinct gender system. Translators must navigate the lack of direct equivalents for gender-neutral terms by employing different strategies. As gender-inclusive language becomes more important, translators must adopt flexible, nuanced approaches to ensure that renderings are both precise and socially sensitive.

REFERENCES

- Маслова, Ю. П. (2015). Особливості розвитку гендерних лінгвістичних досліджень в Україні й за кордоном. *Наукові записки Національного університету “Острозька академія”*.
- Schmidt, J. (2022). *Gendered translations: The theory and practice of gender-inclusive language*. Palgrave Macmillan.
- Sunderland, J. (2006). *Language and gender*. Routledge.

DIE DARSTELLUNG DES KONZEPTS VON TOD UND DASEIN NACH DEM TOD IN PHRASEOLOGISMEN

Timkova J. J.

Nationale linguistische Universität Kyjiw

Wissenschaftlicher Betreuer: **Gamsjuk M. W.**

Professor, habilitierter Doktor

Nationale linguistische Universität Kyjiw

Die religiösen Vorstellungen der Germanen umfassen Bräuche, Rituale und Mythen. Besonders ist die “Ältere Edda” ein einzigartiges Denkmal, das Lieder über die skandinavischen Götter, legendäre Helden sowie das Lied “Hávamál” bewahrt, dass zugleich eine Quelle “lebenspraktischer Ratschläge für verschiedene soziale Schichten”, “skandinavischer Mythen, die teilweise bis auf die indoeuropäische Gemeinschaft zurückgehen”, und “Informationen über magische Praktiken des alten Nordens” ist (s.a. Völuspá). “Völuspá”, die die “Ältere Edda” eröffnet, ist eine Erzählung über die Schöpfung der Welt und Ragnarök, ihre Zerstörung.

Die Mythen erzählen auch, wohin man nach dem Tod kommt. Morris (2005) schreibt, dass es zwei Varianten gibt: an den Ort der Beerdigung zu bleiben oder zu einer der Hallen zu reisen. In den Sagen von Nyall und Grettir werden die Draugar – tote Rebellen, die unter den Menschen zurückgeblieben sind – genannt. Nach der “Älteren Edda” gingen die Toten zu einem der Halle. Ein tugendhafter Verstorbener zog nach Gimlé, Brimir oder nach Sindri. Ungerechte zogen in eine namenlose Halle am Nastrand, die für Eidbrecher und Mörder vorgesehen war; oder nach Hvergelmir, in der der Drache Nidhögg die Körper der Toten quälte.

Allerdings sind diese Informationen ungenau: In der “Völuspá” werden nur Gimlé und Nastrand als Hallen der Verstorbenen erwähnt. Khomenko (Хоменко, 2022) erwähnt, dass die Krieger nach Walhalla von Odin und Freya befördert wurden. Ertrunkene wurden von der Meeresgöttin Ran ausgewählt, junge unverheiratete Mädchen gingen, um der verlorenen Göttin Gevjun zu dienen. Diejenigen, die sich verirrt, wurden, nach Odins Fluch zu urteilen, von Trollen weggebracht, Sklaven wurden dem Gott Thor zugewiesen, diejenigen, die an Altersschwäche und Krankheiten starben, wurden von Hel aufgenommen.

Für jede Sprache ist es typisch, den Prozess des Sterbens nicht direkt zu benennen. Es war besser, ohne den Begriff des Todes zu nennen, da er etwas Unbekanntes, Gefährliches und Unvermeidliches darstellte. Deshalb ist dieser Begriff euphemisiert. Dies ist ein anschauliches Beispiel dafür, wie bedeutend das logische Ende des menschlichen Lebens im Weltbild einer Ethnie ist (Маковець, 2020).

Euphemismen (griech. εὐφημισμός – wohlklingende Rede) – beschönigende oder verschleiende Wörter und Ausdrücke, die anstelle von Wörtern verwendet werden, die als unerwünscht, unangemessen, vulgär, abwertend, nicht normgerecht, beleidigend oder tabu gelten, sowie als bedingte Bezeichnung bestimmter Eigennamen (Маковець, 2020). Die Hauptfunktionen von Euphemismen in Sprache und Sprechen sind: Melioration – positive Bewertung bestimmter sozialer Gruppen oder Arten menschlicher Aktivitäten, die positiv bewertet werden; Milderung – Abschwächung bestimmter Tatsachen und deren Umwandlung in weniger harsche Aussagen; Verschleierung – Verbergen realer negativer Fakten und Vermeidung ihrer direkten Benennung (Гамзюк, 2022). Der Begriff des Todes wird auch euphemisiert.

Anschauliche Beispiele für Euphemisierung ist die Redewendungen *sein Leben lassen* – “sterben”. Auch Phraseologismen, die die Absicht ausdrücken, jemandem das Leben zu nehmen, sind keine Ausnahme, z. B. *jemandem das Leben aushauchen* – “jemanden töten”.

In deutschen Phraseologismen finden sich Hinweise auf zwei Begräbnisarten der alten Germanen: Feuerbestattung und Erdbestattung. Die Feuerbestattung wurde für Krieger verwendet, damit sie nach Walhall “aufsteigen” konnten, was im Phraseologismus *in (Rauch und) Flammen aufgehen* “verbrennen” zum Ausdruck kommt. Der Phraseologismus *Zur großen Armee abberufen (oder: versammelt) werden* “sterben” weist die Aufnahme in die Armee der Einherjer hin.

Die Erdbestattung hat negative und positive Konnotationen in deutschen Phraseologismen. So könnte die Redewendung *jemanden / etwas in Grund und Boden stampfen* “jemanden / etwas vernichten” für die alten Germanen ein Fluch gewesen sein – der Wunsch, in Unehre zu sterben. Im Gegensatz dazu hat der Ausdruck “die Erde sei ihm leicht!” eine positive Bedeutung, weil die Erdbestattung nach Mychailyschyn (Михайлишин, 2010) als Brauch mit dem Christentum einherging.

Phraseologismen mit direkter Verwendung der Lexeme *Tod, Sterben, sterben* existieren ebenfalls, jedoch in weitaus geringerem Maße.

Deshalb konnten die alten Germanen nicht umhin, über den Tod und alles, was mit ihm zusammenhängt, zu sprechen, bemühten sich jedoch, dieses Thema

zu vermeiden, um kein Unglück heraufzubeschwören. Aus diesem Grund ist Euphemisierung in den meisten Phraseologismen, die den Tod betreffen, vorherrschend und ermöglicht es, das unerwünschte Thema zu umgehen.

LITERATUR

- Гамзюк, М. В. (2022). Воєнно-політичні евфемізми в сучасних німецькомовних засобах масової комунікації. *Вісник КНЛУ*.
<http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/5254>
- Маковець, М. (2020). Евфемізація на тему “Смерть” (на матеріалі української й англійської мов). *Одеський національний університет імені І. І. Мечникова*
- Михайлишин, У. І. (2010). *Відображення космогонічної картини світу у фразеологічних одиницях німецької мови*. [Автореф. дис. ... канд. філол. наук Харківський національний університет ім. Каразіна].
<https://uacademic.info/ua/document/0410U002175>
- Хоменко, Т. А. (2022). Міфологеми підземного світу в мовній картині світу давніх германців. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*
- Morris, L. P. (2005). *Afterlife: Germanic Concepts*. *Free Online Encyclopedia*.
<https://www.encyclopedia.com/environment/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/afterlife-germanic-concepts>
- Völuspá: <https://en.wikipedia.org/wiki/Völuspá>

DER WORTBILDUNGSASPEKT DER BANKTERMINI IM DEUTSCHEN

Titijewskij H. I.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Kulyk N. D.

Doktorin, Dozentin des Lehrstuhls für deutsche Philologie

In der Wortbildung gibt es im Deutschen drei bedeutendste Prozesse: **die Zusammensetzung** von Wörtern, wo durch Komposition Komposita zusammengesetzt werden, die **Ableitung**, wo durch Derivation Derivate geformt werden, und **Präfixbildung**, wo durch Präfigierung die Präfixwörter entstehen (Fleischer, 1974). Die Resultate dieser drei Wortbildungsarten werden im Weiteren in den untersuchten Termini gesucht. **Komposita** sind Morphemstrukturen, die aus mindestens zwei Kompositionselementen bestehen. Diese Elemente können entweder als freie Morpheme existieren – also “Morpheme, die allein als Wort auftreten können” (Fleischer, 1974) – oder als komplexe Morphemkonstruktionen auftreten. Innerhalb der Komposita lassen sich Determinativkomposita, wie etwa *Bankkonto* oder *Kreditvertrag*, und Kopulativkomposita, wie *Spar-* und *Darlehenskasse*, unterscheiden. Während bei Determinativkomposita die zweite Konstituente als Grundwort fungiert und durch die erste näher bestimmt wird (Fleischer, 1974), besteht bei Kopulativkomposita eine gleichwertige Beziehung

zwischen den Konstituenten. Es bedeutet, dass ihre Reihenfolge vertauscht werden kann, ohne die Wortbedeutung zu verändern.

Derivate lassen sich in zwei Untergruppen einteilen, je nachdem, ob sie durch explizite oder implizite Ableitung gebildet werden. Die explizite Ableitung kann als “eine Morphemkonstruktion, von deren unmittelbaren Konstituenten nur die erste auch frei im Satz vorkommen kann; die zweite begegnet nur gebunden an ein anderes Morphem oder eine andere Konstruktion” beschrieben werden (Fleischer, 1974). Beispiele für explizit abgeleitete Derivate im Bankwesen sind *Verzinsung*, *Absicherung* oder *Überweisung*. Bei der impliziten Ableitung hingegen fehlt das Ableitungssuffix. Stattdessen handelt es sich um ein freies Morphem oder eine freie Morphemkonstruktion, die durch Transposition aus einer anderen Wortart entsteht (Fleischer, 1974). Beispiele für implizite Ableitungen aus dem Bankbereich sind *Kredit*, *Beschluss* oder *Ertrag*.

Ein weiterer Wortbildungstyp im Korpus sind die Präfixwörter, die analog zur expliziten Ableitung der Derivate entstehen. Im Bereich des Bankwesens zählen dazu beispielsweise die Termini *Nachfinanzierung*, *Hauptschuldner* oder *Vorauszahlung*. Neben den Wortbildungsergebnissen gibt es auch Wörter, die durch keinen dieser Prozesse entstanden sind. Diese werden als **Simplizia** bezeichnet und können als “einfache Wörter, der Dudengrammatik zufolge nicht zusammengesetzte und nicht abgeleitete Wörter” definiert werden (Duden, 1998, S. 408). Beispiele aus dem Finanz- und Bankwesen sind *Geld*, *Bank* oder *Zins*.

Die Analyse spezialisierter Wörterbücher, darunter wirtschaftliches Wörterbuch von G. Gladysch (2004) mit 7000 Termini und das “Gabler Banklexikon” mit 8395 Termini, zeigt eine ähnliche prozentuale Verteilung der Wortbildungsarten. Im ersten Fall: Komposita – 45,6 %, Derivate – 25,3 %, Präfixwörter – 11,5 %, Simplizia – 17,6 %; im zweiten: Komposita – 47,8 %, Derivate – 18,3 %, Präfixwörter – 11,9 %, Simplizia – 22 %.

Diese Ergebnisse verdeutlichen die spezifische Fachsprache des deutschsprachigen Bankwesens, die durch präzise, prägnante Terminologie geprägt ist. Besonders Komposita und Derivate dominieren, da sie eine präzise und effiziente Fachkommunikation ermöglichen. Die systematische, regelgeleitete Struktur der Banksprache spiegelt sich in ihrer Wortbildung wider.

Und die Natur der deutschen Banksprache wird auch bei der Übersetzung der jeweiligen Lexeme ins Ukrainische beachtet. Deswegen kommen oft die folgenden Übersetzungs Transformationen vor: **die Kalkierung:** *der Geldumlauf* – грошовий обіг, *die Verpackungskosten* – видатки на пакування; **die annähernde Übersetzung:** *das Geldinstitut* – фінансова установа; **die Eliminierung national-kultureller Spezifik:** *die Kreditgenossenschaft* – кредитна спілка, *die Bundesbank* – Центральний банк Німеччини; **die Bedeutungsverschiebung:** *die Schuldverschreibung* – облигація, *der Zahlungsverkehr* – платіжні операції (Olchowska, 2019). Die hohe Frequenz von Komposita in der deutschen Bankterminologie macht diese Übersetzungsverfahren im Ukrainischen notwendig, da diese Sprache weniger zusammengesetzte Wörter nutzt, und bzw. weniger direkte Äquivalente besitzt. Es zeigt, wie sprachstrukturelle Unterschiede direkte Auswirkungen auf Fachübersetzungen haben und unterstreicht die

Präzision sowie die systematische Natur des deutschsprachigen Bankdiskurses, der komplexe Sachverhalte effizient durch Wortbildung ausdrückt, was beim Übersetzen berücksichtigt werden muss.

LITERATUR

- Гладич, Г. Я. (2004). *Економічний словник (німецько-український)*. Тернопіль: Економічна думка.
- Ольховська, Н. С. (2019). *Німецькомовна безеквівалентна лексика: способи відтворення українською мовою*. Національний університет біоресурсів і природокористування України.
- Duden. (1998). *Grammatik der deutschen Gegenwartssprache*. Band 4. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich.
- Duden Online-Wörterbuch. (n.d.). *Duden Online-Wörterbuch*.
<https://www.duden.de/woerterbuch>
- Fleischer, W. (1974). *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. Leipzig.
- Gabler Banklexikon. (n.d.). *Gabler Banklexikon*.
<https://www.gabler-banklexikon.de>

LINGUISTIC MEANS OF FRAMING VICTORY IN RUSSIAN-UKRAINIAN WAR DISCOURSE

Tkachuk Yu. M.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Kyrychenko I. S.**

Assoc. Prof., PhD (Linguistics)

Kyiv National Linguistic University

The framing of victory in contemporary media discourse is an important tool for shaping public opinion. In the case of the Russian-Ukrainian war, this phenomenon is of particular relevance, as it is not only a reflection of military realities, but also shapes public sentiment, activates the population and legitimises the conflict. The use of hashtags, video content, memes and visual symbols reinforces the emotional perception and contributes to the consolidation of the society. The media and digital space actively use various linguistic and cognitive strategies to convey the image of victory. An important role in this process is played by the lexical and semantic means that emphasise heroism, invincibility and the historical continuity of the struggle.

Glorifying the military and civilians is one of the key strategies employed. The media actively use phrases such as “*indomitable struggle*”, “*soldier heroes*” and “*heroic days*” (High Council of Justice of Ukraine, n.d.) Not only do these linguistic constructions emphasize the courage and strength of the Ukrainian people, but they also create a positive image of the resistance. Such vocabulary has a strong emotional impact, stimulating patriotic feelings and mobilizing the population to continue the struggle. Equally important is the emphasis on the

inevitability of victory. Phrases such as “*our victory is inevitable*”, “*Ukraine will win*” create a belief in a positive outcome of the war and make society feel confident and hopeful (Romaniuk, 2024).

The victory narrative is formed not only at the level of individual words and phrases, but also through cognitive schemes and conceptual metaphors that shape and clarify the perception of war and make it more understandable to mass audiences.

WAR IS HARD WORK is one of the most common cognitive models. The need for perseverance, day-to-day work and collective effort to achieve victory is emphasized in this way of understanding conflict. War is conceptualized as arduous, demanding resilience and collective sacrifice. Imagery of soldiers’ calloused hands, battlefield meals, and physically demanding tasks reinforce this idea (Khraban, 2019).

WAR IS SACRIFICES is the second important metaphor. It focuses on self-sacrifice for a higher purpose, and is particularly common in the coverage of heroic acts by the military and volunteers. For instance, the expressions “*gave their lives for Ukraine*” and “*bloody war*” (Office of the President of Ukraine, 2024) shape the perception of war as a moral duty. Unlike religious sacrifice, these depictions tie directly to moments of struggle, reinforcing the perception that victory requires suffering.

The third metaphor is WAR IS A STRUGGLE BETWEEN GOOD AND EVIL. In this case, the Ukrainian side is positioned as the bearer of the bright ideals of democracy, freedom and justice, while the aggressor is perceived as the personification of darkness, dictatorship and violence. Phrase “*the fight against tyranny*” is frequently used in political speeches and media narratives (Maple Hope Foundation, 2024). What is more, visual metaphors contrast Ukrainian soldiers in sunflower fields – symbols of peace – against images of destruction. This framing reinforces victory as not only a military success but also a triumph of justice (Khraban, 2019).

Nowadays, social platforms such as Facebook, Telegram and TikTok have become key tools for the rapid dissemination of information, communication between society and government institutions, and international advocacy of the Ukrainian resistance. Hashtags, memes, campaign posters and symbolic images that reinforce the emotional impact of the victory discourse are widespread in the digital space. For example, images of war heroes, victory symbols or humorous military memes not only boost popular morale, but also contribute to positive perceptions of resistance. In this way, the digital space serves not only as a channel for communication, but also as an active platform for the creation and transformation of victory narratives.

In conclusion, the linguistic means of victory framing are an important part of the media discourse. Lexical and semantic constructions strengthen patriotic feelings and the digital space allows for the effective dissemination of victory narratives to the public. In today’s information warfare, the strategic use of language and media becomes not only a means of communication, but also a key factor in mobilizing society, strengthening national identity and legitimising the

struggle. The use of social media, visual content and conceptual metaphors allows the message of victory to be effectively communicated to different audiences, which is important for the information resilience of Ukrainian society.

REFERENCES

- High Council of Justice of Ukraine. (n.d.). *Ukraine: An example of indomitable struggle for freedom and democracy*. High Council of Justice of Ukraine. <https://hcj.gov.ua/en/news/ukraine-example-indomitable-struggle-freedom-and-democracy>
- Khraban, T. S. (2019). Візуальна метафора у концептуалізації сучасного російсько-українського конфлікту. *Молодий вчений*, (2), 96–98. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019.2-66.98>
- Maple Hope Foundation. (2024, February 24). *Ukraine has been resisting Russia's brutal war of aggression for a full three years and actively fighting for its sovereignty...* Facebook. https://www.facebook.com/MapleHopeFoundation/photos/ukraine-has-been-resisting-russias-brutal-war-of-aggression-for-a-full-three-yea/942374204708192/?_rdr
- Office of the President of Ukraine. (2024, March 9). *Gratitude to every warrior and all fallen Ukrainian heroes – address by the President of Ukraine*. President of Ukraine. <https://www.president.gov.ua/en/news/vdyachnist-kozhnomu-voyinu-ta-vsim-ukrayinskim-poleglim-gero-92905>
- Romaniuk, S. (2024). *Досвід війни. Медійно-дискурсивний простір сучасної України* Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego. https://wuw.pl/data/include/cms//Doswiadczenie_wojny_Romaniuk_Svitlana_2024.pdf

DIALEKT IM ALLTAG: LOKALE LEXEME DER SCHWEIZERDEUTSCHEN VARIETÄTEN

Tsyba A. Y.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Kulyk N. D.

Doktorin, Dozentin

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Jede Sprache ist ein lebendiges Organismus, das einer permanenten Weiterentwicklung unterliegt. Dies trifft in gleichem Maße auf Dialekte zu. Sie divergieren nicht nur regional, sondern können auch innerhalb der Altersstrukturen der Sprecher als eigenständige Varianten betrachtet werden.

In einem berlinischen Restaurant wird daher zu einem Gipfel zusätzlich ein wenig Butter bestellt. In Bern hingegen bestellt man schon zu dem *Gipfeli* noch ein

wenig *Anke*. In Zürich ist Butter für Geborene im Jahr 1940 bis 1960 immer noch *Anke*, doch bestellen die 1985 bis 2002 geborene Schweizer wie in Berlin schon – die klassische Butter. Die Benennung dieser Dialekte erfolgt in der Regel nach dem Namen des entsprechenden Kantons, auch wenn die heutigen geografischen Grenzen nicht vollständig zusammenfallen. So werden beispielsweise Zürichdeutsch, Appenzelerdeutsch, Berndeutsch etc. unterschieden.

Ausgenommen die kantonalen Unterschiede unterliegt Schweizerdeutsch wie jede andere Sprache bzw. Mundart dem Einfluss von mit der Mundart angrenzenden Fremdsprachen. Im Schweizerdeutsch lassen sich daher signifikante Einflüsse der französischen Sprache vermerken. In diesem Zusammenhang haben sich zahlreiche Gallizismen landes- oder kantonsübergreifend in der Sprache etabliert. Als Beispiel kann das Wort “*Velo*” dienen, dessen Verwendung sich in den meisten Regionen der Schweiz durchgesetzt hat und das dem deutschen Wort “*Fahrrad*” entspricht. Im Kanton Wallis wurde hingegen ein anderes französisches Wort für *Fahrrad*, nämlich “*biciclet*” (französische Rechtsschreibung – *bicyclette*), entlehnt. Ein weiteres prägnantes Beispiel wäre das Wort “*Glace*” (französische Rechtsschreibung – *glassé*) als schweizerdeutsche Entsprechung zum Wort “*Eiscreme*”.

Eine Ausnahme bildet die Wortakzentuierung. Das etablierte, ursprünglich französische Lexem übernimmt die schweizerdeutschen Akzenttendenzen. So wird das Wort *Merci* im Schweizerdeutschen auf die erste Silbe akzentuiert (also: *Mérci*). Dasselbe gilt für das Wort *Déssert*. Im Französischen fällt der Akzent hingegen immer auf die letzte Silbe.

Sofern Schweizerdeutsch als Mundart differenziert wird, findet es ebenfalls lediglich im mündlichen Sprachgebrauch seinen Platz. Es zeichnet sich durch das Vorhandensein eines vielfältigen alltäglichen Vokabulars aus. Die Existenz zahlreicher Synonyme trägt in diesem Zusammenhang zur bildhaften Redegestaltung bei. So finden sich im Schweizerdeutschen solche Entsprechungen zum Verb “*arbeiten*” wie: *schaffen* (formelle Bedeutung, so “*arbeiten*”); *büggle* (schnell arbeiten); *schäffele* (oft zu Kindern, auch: langsam arbeiten); *ackere* (viel und hart arbeiten); *büeze* (hart arbeiten für wenig Geld); *kafäulere* (findet seinen Ursprung in der kaufmännischen Lehre und wird in Bezug auf Büroarbeit angewendet, wenngleich der Begriff kaum in der Mundartschriftsprache präsent ist).

Ein weiteres Beispiel für die in ihrem Kern bildhafte schweizerdeutsche Varietät ist die besondere Neigung für Diminutive, also Wörter, die sich dank grammatischer Mittel eine Verkleinerungs- bzw. Verniedlichungsform aneignen. Im Hochdeutschen finden dabei Suffixe wie “*-chen*” oder “*-lein*” Anwendung, wensschon solche Tendenz eher eingeschränkt zu beobachten ist. Andersrum tritt Schweizerdeutsch auf, wobei nahezu jedes Wort durch das Suffix “*-li*” (schweizerdeutsche Form für das hochdeutsche Suffix “*-lein*”) verniedlicht werden kann. Daher ist in der Bäckerei *es Päckli Guetzli* (Hochdeutsch “*ein Päckchen Kekse*”) zu hören.

Die schweizerdeutsche Mundart zeichnet sich insbesondere durch eine lexikalische Bereicherung aus, die sich vorrangig auf die Vermittlung von

Alltagssprache bezieht. Insofern fachbegriffliche Lexik in diesem Zusammenhang ausbleiben kann, können unabwendbare Begriffe aus dem Hochdeutschen entlehnt und an die entsprechende lautliche Form des Schweizerdeutschen angepasst werden. Diese Tendenz betrifft nicht ausschließlich Fachbegriffe, sondern lässt sich ebenfalls in der Alltagssprache beobachten. Daher sind es in Zürich vermehrt lautliche Anpassungen des Hochdeutschen zu vernehmen, wie: *Putter* (Hochdeutsch – *Butter*) oder *Raam* (Hochdeutsch – *Rahm*) statt *Nidel*.

Zusammenfassend lässt sich konstatieren, dass die schweizerdeutsche Varietät der deutschen Sprache nicht nur Unterschiede zum Hochdeutschen aufweist, sondern auch zu den eigenen Mundartformen, die durch eine hohe Diversität charakterisiert sind. Zwar lässt sich eine Dialektenangleichung feststellen, diese ist jedoch nicht extrem fortgeschritten, da der lokale Bezug sowie der Einfluss von mit der Mundart angrenzenden Fremdsprachen bestehen bleiben. Besonders markant ist in diesem Zusammenhang der Einfluss der französischen Sprache, der in zahlreichen Aspekten des sozialen Lebens evident ist und oftmals in interregionalen Verständigungsproblemen resultiert. Abgesehen davon ist zu konstatieren, dass schweizerdeutsche Varietät über eine beachtliche Anpassungsfähigkeit verfügt. Je nach Entwicklung der jeweiligen Varietät lassen sich Anpassungen an die französische Sprache beobachten, wobei neue Tendenzen auch Anpassungen an das Hochdeutsche mit sich bringen.

LITERATUR

Christen H., Glaser E., & Friedli M. (2019). *Kleiner Sprachatlas der deutschen Schweiz* (7. Auflage). Hueber.

Schweizerisches Idiotikon.

<https://www.idiotikon.ch>

Siebenhaar B., Wyler A. (1997). *Dialekt und Hochsprache in der deutschsprachigen Schweiz*.

https://www.researchgate.net/publication/36861628_Dialekt_und_Hochsprache_in_der_deutschsprachigen_Schweiz

Sprachatlas der deutschen Schweiz (SDS).

<https://www.sprachatlas.ch>

DIE VERBALISIERUNG DES BEGRIFFS DER WÜRDE IN DER PHRASEOLOGIE DER MODERNEN DEUTSCHEN SPRACHE

Tur J. J.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Wissenschaftlicher Betreuer: **Gamsjuk M. W.**

Dr. habil., Professor

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Immanuel Kant prägte maßgeblich die philosophische Auffassung von Würde, indem er sie als inhärenten Wert betrachtete, der jedem Menschen allein aufgrund

seines Menschseins zukommt. Die Würde ist etwas 'unverletzlich und untrennbar', das über materielle oder funktionale Eigenschaften eines Menschen steht (Becker, 2016, 210–225).

In der Kantischen Ethik ist die Würde untrennbar mit der Fähigkeit des Menschen verbunden, vernünftig zu handeln und moralische Entscheidungen zu treffen. Die Würde eines jeden Menschen verlangt, dass er oder sie nicht lediglich als 'Mittel zum Erreichen fremder Ziele' behandelt wird, sondern als autonomes Wesen.

In der deutschen Sprache wird Würde nicht nur als abstrakter Wert betrachtet, sondern auch als konkretes Prinzip, das in der alltäglichen Kommunikation und in gesellschaftlichen Normen präsent ist. Die Redewendung 'die Menschenwürde achten' verdeutlicht, dass Phraseologismen weit mehr sind als bloße sprachliche Konstruktionen; sie spiegeln tief verwurzelte Werte und Normen der deutschen Gesellschaft wider.

Die Formulierung *die Würde wahren* bedeutet persönliche Integrität zu bewahren. *Ein Mensch mit Würde* beschreibt jemanden, der in schwierigen Situationen moralische Standhaftigkeit zeigt.

Diese Idee spielt eine zentrale Rolle in der modernen Rechtsprechung und internationalen Dokumenten wie der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, indem sie als moralischer Kompass für Gesetze und politische Systeme dient.

Etymologische Analysen zeigen oft, wie sich die Bedeutung eines Begriffs von seinen ursprünglichen Wurzeln zu seiner heutigen Verwendung gewandelt hat.

Die Korpuslinguistik ergänzt die Untersuchung des Begriffs WÜRDE durch die Analyse großer Textsammlungen, um die tatsächliche Verwendung dieses Begriffs in der Sprache zu erfassen (Huber, 2015, S. 356).

Man kann also sagen, dass der Begriff WÜRDE in der deutschen Phraseologie eine zentrale Rolle spielt und tief im kulturellen und sozialen Gefüge verwurzelt ist.

Diese sprachlichen Ausdrücke sind nicht nur ein Mittel der Kommunikation, sondern auch Ausdruck der grundlegenden ethischen Prinzipien und Normen, die das soziale Zusammenleben prägen.

Idiome wie *seine Würde wahren* betonen persönliche Integrität und Selbstachtung, insbesondere in schwierigen Lebenssituationen, und zeigen, wie tief verwurzelte kulturelle Werte in den alltäglichen Sprachgebrauch integriert sind. Fachsprachliche Formulierungen wie *Menschenwürde achten* spiegeln präzise normative und ethische Standards wider, die in rechtlichen und akademischen Diskursen von zentraler Bedeutung sind. Literarische und rhetorische Ausdrücke wie *in Würde altern* bieten eine poetische Perspektive und reflektieren komplexe menschliche Erfahrungen im Kontext des Alterns.

Der Ausdruck *seine Würde wahren* bezieht sich auf die Fähigkeit, in schwierigen oder belastenden Situationen Selbstachtung und Integrität zu bewahren. In *Würde altern* beschreibt den Prozess des Älterwerdens als eine Phase, die mit Respekt und Anstand erlebt werden sollte. *Die Menschenwürde achten* unterstreicht die fundamentale Bedeutung der Würde als unveräußerliches Recht. Würde des Menschen impliziert, dass jeder Mensch unabhängig von sozialen, politischen

oder wirtschaftlichen Umständen eine grundlegende und unveräußerliche Wertschätzung verdient (Klein, 2023, S. 210–220).

Im Deutschen und im Ukrainischen finden sich Redewendungen, die das Konzept der Würde betonen und ähnliche Bedeutungen transportieren, wie’ *seine Würde wahren не втрачати обличчя*. Der deutsche Ausdruck in Würde altern betont die Verbindung zwischen Würde und Altersweisheit, während im Ukrainischen *Würde im Alter Гордо нести свої роки* stärker soziale Aspekte hervorhebt. Im Deutschen lautet die Formulierung’ die Menschenwürde achten, die in rechtlichen und ethischen Diskursen verwendet wird, um die unveräußerliche Natur der Menschenwürde zu unterstreichen (Fischer, 2016, S. 156–171). Literarische und poetische Ausdrücke wie’ *Würde des Menschen* werden im Deutschen oft philosophisch oder moralisch kontextualisiert, während im Ukrainischen stärker emotionale und kulturelle Aspekte betont werden (Zimmermann, 2022, S. 218–233).

Die Analyse zeigt, dass WÜRDE ein universelles Konzept ist, das durch kulturelle und historische Kontexte differenziert wird. Die Vielfalt der Ausdrucksformen zeigt die Flexibilität und tiefere kulturelle Bedeutung des Begriffs in verschiedenen kommunikativen und sozialen Kontexten.

LITERATUR

- Becker, S. (2016). Sprachliche Nuancen im Ausdruck des Begriffs “Würde” in aktuellen deutschen Redewendungen. *Linguistische Studien*.
- Huber, G. (2015). Phraseologische Entwicklungen des Begriffs “Würde” in der deutschen Sprache des 21. Jahrhunderts. *Phraseologische Untersuchungen*.
- Klein, P. (2023). Semantische Varianten des Begriffs “Würde” in der deutschen Umgangssprache. *Germanistische Zeitschrift*.
- Fischer, K. (2016). Phraseologische Aspekte des Begriffs “Würde” in der deutschen Alltagssprache. *Phraseologische Studien*, 18(2).
- Zimmermann, A. (2022). Phraseologische Variationen des Begriffs “Würde” in der deutschen Sprache. *Zeitschrift für Phraseologie*, 29(3).

DIACHRONIE UND SYNCHRONIE DER DEUTSCHEN PRÄPOSITIONEN: WORTBILDENDER UND FUNKTIONALER ASPEKT

Tverdun O. V.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Khodakovska N. G.

Dr. habil., Dozentin

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Der Begriff Präposition kommt aus dem Lateinischen und bedeutet “das Vorgestellte”, was sich auf die Stellung der Präposition im Satz bezieht (Duden, 2005). Präpositionen, die auch als Verhältniswörter bezeichnet werden, spielen eine wichtige Rolle in der Satzstruktur, indem sie Beziehungen zwischen

verschiedenen Elementen ausdrücken. Sie stehen im Allgemeinen vor einem Substantiv, Pronomen oder einer Gruppe von Substantiven und definieren die Beziehung zwischen ihnen und dem weiteren Satzgefüge. Diese Beziehung kann räumlich (*auf dem Tisch*), zeitlich (*nach dem Essen*), modal (*mit großer Sorgfalt*) oder kausal (*wegen des Regens*) sein.

Es ist wichtig zu beachten, dass einige Präpositionen je nach Kontext zu mehr als einer Kategorie gehören können. Beispielsweise kann „vor“ sowohl eine lokale (*vor dem Haus*) als auch eine zeitliche (*vor dem Essen*) Präposition sein. Für die korrekte Verwendung von Präpositionen ist es daher notwendig, sowohl ihre Bedeutung als auch den von ihnen geforderten Fall zu berücksichtigen. Die Beherrschung dieser Nuancen trägt zu einer genaueren und ausdrucksstärkeren Kommunikation auf Deutsch bei. Noch einige Beispiele: *in den Wald* (lokal), *in drei Wochen* (temporal), *auf dem Tisch* (lokal), *auf ein paar Tage* (temporal).

Darüber hinaus gibt es Präpositionen, die immer einen bestimmten Fall erfordern. Beispielsweise wird „mit“ immer mit dem Dativ (*mit dem Freund*) verwendet.

Die Verwendung von Präpositionen im Deutschen erfordert oft die Kenntnis der richtigen Kasus (sogenannten Fall). Jede Präposition verlangt einen bestimmten Kasus: Akkusativ, Dativ oder Genitiv. Einige Präpositionen können je nach Kontext auch verschiedene Kasus verlangen.

Akkusativ-Präpositionen: *durch, für, gegen, ohne, um.*

Dativ-Präpositionen: *aus, bei, mit, nach, seit, von, zu.*

Genitiv-Präpositionen: *während, wegen, trotz, innerhalb, außerhalb.*

Wechselpräpositionen (können Akkusativ oder Dativ verlangen): *an, auf, hinter, in, neben, über, unter, vor, zwischen.*

Die Entwicklung von Präpositionen zeigt, dass sie häufig aus mehrteiligen Verbindungen über komplexe Präpositionen zu einfachen Präpositionen werden, wie die Beispiele *an Stelle* → *anstelle* und *an statt* → *statt* verdeutlichen.

Das korrekte Verständnis und der richtige Gebrauch von Präpositionen sind entscheidend für die Beherrschung der deutschen Sprache. Sie ermöglichen es, genaue und präzise Beziehungen zwischen den Elementen eines Satzes auszudrücken und somit klare und verständliche Aussagen zu formulieren.

Deutsche Präpositionalgruppen können eine unterschiedliche innere Struktur haben, unterschiedliche syntaktische Funktionen in einem Satz erfüllen und darin unterschiedliche Positionen einnehmen (Рибалка, 2023, S. 60).

Präpositionen lassen sich nach verschiedenen Kriterien klassifizieren, insbesondere nach ihrer Struktur und Herkunft. Einfache Präpositionen sind einsilbige Präpositionen, die keiner weiteren morphologischen Analyse unterzogen werden, zum Beispiel: *an, in, zu*. Abgeleitete Präpositionen werden durch Ableitung von anderen Wortarten gebildet, normalerweise von Substantiven, Adjektiven oder Verben; Beispielsweise leitet sich die Präposition *angesichts* vom Substantiv *Angesicht* ab. Zusammengesetzte Präpositionen bestehen aus zwei oder mehr Wörtern, die zusammen eine einzige Präposition bilden, wie zum Beispiel: *während*, dass aus dem Althochdeutschen *“während”*

stammt. Zusammengesetzte Präpositionen sind stabile Wortkombinationen, die als einzelne Präposition fungieren, zum Beispiel: die *von*.

Im Deutschen können Präpositionen auf unterschiedliche Weise gebildet werden. Bei der Ableitung handelt es sich um die Bildung neuer Präpositionen mit Hilfe von Präfixen oder Suffixen; beispielsweise wird innerhalb durch die Kombination des Adjektivs *inner-* mit dem Suffix *-halb* gebildet. Komposition ist die Kombination von zwei oder mehr Wörtern zu einer neuen Präposition; zum Beispiel besteht "*infolge*" aus der Präposition "*in*" und dem Substantiv "*Folge*".

Präpositionen können ganze Phrasen oder Sätze leiten und strukturieren. Präpositionalphrasen bestehen aus einer Präposition und einem zugehörigen Komplement (normalerweise einem Substantiv oder einem Pronomen). Beispiele hierfür: "*auf dem Tisch*", "*bei meinem Freund*", "*in der Stadt*". Diese Phrasen können unterschiedliche syntaktische Funktionen erfüllen, beispielsweise als Adverbialsätze oder als Ergänzungen in einem Satz. In manchen Fällen können Präpositionen ganze Sätze einleiten oder syntaktische Verbindungen zwischen Haupt- und Nebensätzen herstellen. Besonders häufig findet man sie in Kombination mit Konjunktionen, zum Beispiel: "*Er ging, weil es regnete*" → "*Trotz des schlechten Wetters ging er spazieren*".

LITERATUR

Dudenredaktion (2005). *Das Standardwerk zur deutschen Sprache*: Band 4. Grammatik der deutschen Gegenwartssprache. Dudenverlag.

Рибалка, Н. В. (2023). *Лексико-семантичні та синтаксичні особливості прийменників і прийменникових груп у сучасній німецькій мові*. Інтелект. Особистість. Цивілізація. 2. (25).

<https://doi.org/10.33274/2079-4835-2022-25-2-60-70>

SOUTHERN APPALACHIAN ENGLISH

Us D. A.

Kyiv National Linguistic University

Vasylenko D. V.

Candidate of Philological Sciences

Kyiv National Linguistic University

Appalachian English (*AppE*) is American English native to the Appalachian mountain region of the Eastern United States. Historically, the term *AppE* refers to a local English variety of southern Appalachia, also known as *Smoky Mountain English (SME)* or *Southern Mountain English (SME)* in American linguistics. This variety is both influential upon and influenced by the Southern U.S. regional dialect, which has become predominant in central and southern Appalachia today. The cities of *Knoxville and Chattanooga, Tennessee; Birmingham, Alabama; Greenville, South Carolina; and Asheville, North Carolina*. All *AppE* is *rhotic* and characterized by distinct phonology, morphology, syntax, and lexicon.

(en.wikipedia.org/wiki/Appalachian_English). AppE has roots that extend far into the past. The dialect features we hear the most about demonstrate a link to Scots-Irish heritage: The car needs washed (vs. the non-Appalachian The car needs to be washed or The car needs washing). Scottish link is found in the Appalachian pattern of adding an *-s* in sentences like *The dogs walks* and *The people goes*. The Scots-Irish Defining AppE heritage of AppE is further evident in the use of *a-prefixing*, as in *He went a-hunting*. A-prefixing is generally used to mean that the action is going on at that moment. The tendency for Smoky Mountain speakers to attach the a prefix (pronounced as *uh*) to verbs that end in *-ing*, particularly when they are telling stories or recounting events. For example, one might hear a *SME* speaker say One night that dog was *a-beggin'* and *a-cryin'* to go out. One of the marked speech features of both AppE and Southern English speakers of either African or European ancestry is a two-part vowel (diphthong) becoming a single vowel in words like *mine* (mahn), *mile* (mahl), and *bide* (bahd). One feature noticed by newcomers to the area is that *SME* speakers often lengthen certain vowels and break them into what sounds like two syllables. For example, the *eh* sound in the word *bear* may sound more like *bayer*, and the short *i* sound in a word like *hill* may come to sound more like *heal*. In another example, which tends to be found in the speech of older mountain folk, the short *a* vowel can split and turn into a diphthong, usually before *f*, *s*, *sh*, and *th* sounds, so that *pass* would sound like *pace* and *grass* like *grace*. Another vowel characteristic of Smoky Mountain English speakers is their pronunciation of long *i*. The typical Smoky Mountain *i* is a broad, unglided version of *i*, so that the word *bright* would approximate the sound of the word *brat* and *right* would almost sound like *rat*. When *i* is followed by *r*, for example, the *ire* sound may sound more like *ar*, so that *fire* and *tire* will be pronounced as *far* and *tar* by *SME* speakers. Speakers of many rural dialects may use one modal verb together with another, usually to mark a particular speaker frame of mind. The most frequent double modal combination is formed with *might* and *could*, as in *If it quits raining, you might could go*. In this sentence, the speaker is indicating that if conditions are right, then the action in the future may be able to take place. The verb particle *done* is also used in significant ways. In the sentence *She done gone there already*, the verb form *done* is combined with a past verb form to emphasize the fact that an action has already been completed (Wolfram & Ward, 2006). AppE generally follows the rule of negative concord, whereby all indefinite elements in a clause conform in being negative *None of us wasn't real singers nor nothin' like that*. Appalachian vocabulary comes predominantly from England in general, to a lesser extent northern England (*galluses* 'suspenders'), western England (*counterpane* 'bedspread'), Scotland (*residentifier* 'resident, old-timer'), and Ulster (*airish* 'chilly, cool') (Kortmann & Schneider, 2004). Many Smoky Mountain dialect words refer to unique places in the mountains. For example, *bald* means a mountaintop with no trees, *branch* is an area or settlement defined by a creek, *bottom* is a low-lying area or valley, and *holler* is a valley surrounded by mountains. Other vocabulary items refer to inhabitants or features of the mountain landscape. *Jasper* refers to an outsider, someone who is not from the mountains. *Boomer* is the name of the red squirrel that is indigenous to the Smokies. *Poke*

salad is a salad made of wild greens that grow in the mountains – poisonous unless boiled properly before being eaten. Still other words are variants that may or may not have counterparts in Standard English; for example, *cut a shine* for dance, *tote* for carry, *fetch* for go get, *sigogglin* for crooked or leaning, *tee-totally* for completely, and *yander* or yonder to mean over there. Other old-fashioned words, such as *dope* for soft drink or soda pop, are still used in the mountains, although elsewhere these terms have fallen out of use. Even though some of the unique words are *carryovers* from earlier history, especially Scots-Irish English, we also see new words being invented and the meanings of old words being changed and adapted to fit current communicative needs. One of the most characteristic items of the Smokies is the use of *you'ns* where other Southerners might use the more familiar variant, y'all, pronounced more like *yuns* or *yunz* than a simple combination of you-ones. *You'ns* is most typically used for plural but may be used when speaking to one person in special circumstances. In fact, next time you visit the Smokies, ask for directions and you're likely to hear *Where you'ns from?* Although outsiders may think that "mountain talk" is unsophisticated or uneducated, the complex features briefly surveyed here indicate that this dialect is anything but simple (Wolfram & Ward, 2006).

REFERENCES

- Appalachian English retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Appalachian_English
- Kortmann, B., & Schneider, E., W. (2004). *A Handbook of Varieties of English*. Berlin/New York.
- Wolfram, W., & Ward, B. (2006). *American voices: how dialects differ from coast to coast*. Blackwell Publishing.

TRANSLATION OF PHRASEOLOGICAL UNITS WITH TOPONYMS: PROBLEMS AND STRATEGIES

Voloshyna M. O.

Kyiv National Linguistic University

Holiad N. I.

Candidate of Philology, Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

Phraseological units with toponyms in their composition are a phenomenon that is widely studied by researchers. Elements of the onomastic lexicon are of great significance in the composition of phraseological units. They are also responsible for the transmission of human experience associated with national consciousness and uniqueness, mythology, religion, as well as many other factors that form the ethnos. Phraseological units in different languages have their own features that help to reflect culture and national mentality. The onymic components which are

part of such phraseological units create the image and also explain the motivation for the name of a particular phraseological unit (Seliverstova, 2003).

According to Muromtsev (1992), “being a collection of a number of microsystems (toponymy, hydronymy, anthroponymy, etc.), onomastics realizes its characteristic features, in particular, protentional connotational expressiveness with varying degrees of intensity according to the affiliation of a particular unit to a certain subsystem.”

In the work of Ardelian (2018), the following classification of phraseological units with a toponymic component was provided: 1) mythonyms, namely toponyms of biblical origin; 2) standardized toponyms; 3) literary toponyms; 4) toponyms based on the history and culture of the people; 5) toponyms-nicknames; 6) agiotoponyms; 7) topoetnonyms; 8) toponomorph names. Like any other linguistic units, phraseological units with onomastic component are an undeniable challenge for translators.

When translating these linguistic units, the translator encounters a cultural and mental barrier due to the fact that phraseological units with toponyms are expressively coloured. Therefore, when rendering these linguistic components, several strategies can be used: full equivalence, partial equivalence or non-equivalence.

Krevsun (2015) defines the following methods of translation of phraseological units: 1) equivalence; 2) analogy; 3) calque; 4) descriptive translation; 5) contextual change.

Specialists resort to equivalent translation mostly when dealing with phraseological units of biblical origin. For example, *‘the road to Damascus’* – *‘дорога в Дамаск’*, *‘Babylonian confusion’* – *‘вавилонське стовпотворіння’*, *‘Egyptian letters’* – *‘Єгипетська грамота’*, *‘Sodom and Gomorrah’* – *‘Содом і Гомора’*, etc. Such peculiarities of translation are due to the fact that the place of origin of these phraseological units was the Bible, and this origin is common to both Ukrainian and English language. That is why these phraseological units with a biblical toponymic component have the same form and semantic meaning.

In English, there are also a number of phraseological units that have domesticated analogies in the Ukrainian language. For instance, *‘to be in Rome, do as the Romans do’* – *‘з вовками жити, по-вовчому вити’*, *‘an Englishman’s home is his castle’* – *‘мій дім – моя фортеця’*, *‘not for all the tea in China’* – *‘ні за які гроші світу’*, *‘на городи бузина, а в Києві дядько’* – *‘you’re mixing apples and oranges’*, etc. Although the meaning of these phraseological units remained identical in translation, not all of the equivalents retained the toponymic component of translation.

Instead, the use of descriptive translation prevails when translating phraseological units-toponyms from Ukrainian into English. These examples perfectly illustrate this: *‘язик до Києва доведе’* – *‘if you ask, you’ll never get lost’*, *‘в Луцьку все не по-людську – навколо вода, а всередині біда’* – the situation is good inside, but there’s something wrong outside. The descriptive translation method is typical for phraseological units, which are most often non-equivalent literary concepts. In terms of non-equivalence, the main difficulty for a translator is selecting an appropriate phraseological unit, which is influenced by the communicative conditions and context.

In conclusion, phraseological units with a toponymic component in the composition are a linguistic phenomenon that is an interesting challenge for the translator. These elements of the lexical system of English and Ukrainian actively contribute to the development and preservation of the national memory of the ethnic group. When translating such lexical units, specialists must take into account expression and cultural specificity in order to preserve not only the external form of the phraseological unit, but also its denotative component.

When translating phraseological units with a toponymic component, translators resort to various translation techniques to make the translation as adequate as possible and adapt it to the cultural characteristics of the recipient language. The most common ways of translation are search of exact equivalent, analogical lexical unit in target language and descriptive translation. These strategies help not only to save the external form of the unit, but also its semantic structure. Furthermore, such approach actively engages language development without its violation.

REFERENCES

- Арделян, О. (2018). Фразеологізми з компонентом-топонімом в різно-системних мовах. *Наукові записки ЦДПУ*, (165).
<https://dspace.cusu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/427451f2-38ba-40d6-aa49-2f03b2b69ba4/content>
- Кревсун, Я. (2015). Основні шляхи перекладу фразеологічних одиниць. Сумський державний університет.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/39226/1/Krevsun.pdf>
- Муромцев І. В. (1992). Конотація власних назв у художньому тексті. *Вісник Харківського університету. Проблеми філології*, 95.
- Селіверстова, Л. (2003). Фразеологізми з власними назвами в ідіолекті Яра Славутича. *Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету*, (9), 171.
http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/21777/1/2003-1_2-164-168.pdf

LINGUISTIC PECULIARITIES OF EXPRESSING “REFUSAL” IN THE INTERVIEWS AND THEIR TRANSLATION INTO UKRAINIAN (BASED ON THE DIALOGUES OF BRITISH POLITICIANS)

Vovchenko V.

Kyiv National Linguistic University

Ivanenko K.

Lecturer

Kyiv National Linguistic University

A political interview as a component of political discourse is built according to its own principles and has its own specific structure, lexical, grammatical, and stylistic features. In a political interview, the role of the respondent is played by

a political figure, whose goal is to ideologically influence a mass audience, to manipulate the consciousness of the recipient as a potential voter in order to attract him to his side.

A political interview is dialogical in nature and constitutes a verbal representation of a conversation, a conversation between a journalist and a certain politician, hence the priority of such criteria for definition as the topic of the conversation and its purpose. Thematically, “a political interview highlights the problems of political life, and in function is intended to present relevant information about certain events and a characterization of these events by a political subject on his own behalf” (Кондратенко, 2017, p. 190). Unlike an interview as a journalistic genre, a political interview is aimed at explicating the image characteristics of a political subject (both positive and negative).

Translating a refusal can present some specific challenges, as conveying a negative reaction or refusal to an offer or request requires consideration of many factors, such as cultural differences, tone, and emotional tone of speech. One challenge is that refusal expressions can have a variety of connotations and may be perceived differently across cultures. For example, in some cultures, a direct refusal may be perceived as polite, while in others it may be considered rude or offensive. There is a risk that the emotional connotation of a refusal will be lost in translation. The emotional tone, intonation, and rhythm of speech may be difficult to accurately convey in another language. Difficulties may also arise due to the lack of or differences in equivalent expressions in different languages. Some expressions or speech constructions may be unique to a particular language and have no direct equivalent in another language (Одарчук, 2009).

Here are the peculiarities of using translation transformations in translating refusals in the interviews of British politicians:

“That is not the objective I want. That is not the objective I seek”. (Boris Johnson. Partygate Inquiry, 2022)

“Це не те, чого я прагну”.

This is an example of **total reorganization**. We compress the expression of the meaning of what is said into one sentence in the target language.

“I categorically deny breaking the rules”. (Boris Johnson. Partygate Inquiry, 2022)

“Я повністю заперечую порушення правил”

Here is an example of **differentiation of meaning**, as this English word with a broad meaning has many variants of translation into Ukrainian, and to convey this term we need to refer to some dictionaries and choose the exact meaning according to the context

“I don't think they want to hear about it”. (Boris Johnson, BBC, 2021)

“Не думаю, що вони хочуть це чути”

This is an example of **omission**. In this case, we eliminate the subject 'I' in the target language, as it is part of the implicit meaning of the text.

“No, that's not true at all actually, Laura”. (Boris Johnson. BBC, 2024)

“Насправді, Лоро, це зовсім не так”

Here is a clear example of **transposition**. This is a structural change in the order of the original units within a sentence to adapt its sound in the target language.

“No, *look*”. (Boris Johnson. BBC, 2024)

“Ні, *слухайте*”

Here we have an example of such a transformation as **modulation**, as it is the replacement of an English word with a Ukrainian element that is logically related to the original element.

“No, *I don't*”. (Boris Johnson. BBC, 2024)

“Ні, я *не* отримую задоволення від того, що ображаю людей”

This an example of **compensation**, the replacement of an element of the original with a similar one or any other element that compensates for the loss of information and can have a similar effect on the reader. In our case, we expand the quote to help the reader understand the context.

In conclusion, there are different types of transformations used to transfer meaning from one language to another. We have different types of changes even in sentences through modulation, transposition, differentiation of meaning, total reorganisation and omission. In general, these techniques help us to understand differently the expression of refusals, as in our case, political discourse.

BIBLIOGRAPHY

Максімов С. Є. (2016) *Практичний курс перекладу (англійська та українська мови). Теорія та практика перекладацького аналізу тексту*. Видавничий центр КНЛУ.

Кондратенко, Н. В. (2017). Інформаційні мовленнєві жанри українського політичного дискурсу. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія “Філологічні науки”*, 44, 187–191.

Одарчук, Н. А. (2009). *Відмова: семантичний та прагматичний аспекти* [монографія]. Вежа.

House of Commons Committee of Privileges. (2022). *Matter referred on 21 April 2022: Summary of issues to be raised with Mr Johnson* [Report]. UK Parliament.

<https://publications.parliament.uk/pa/cm5803/cmselect/cmprivi/1203/report.html>

BBC News. (2021). *Boris Johnson interview on COVID-19 lockdown*. BBC.

<https://www.rev.com/transcripts/boris-johnson-covid-19-lockdown-press-conference-transcript-january-5>

The Guardian. (2024, October 4). *Sky News political editor pulls out of Boris Johnson interview over recording ban*.

<https://www.theguardian.com/media/2024/oct/04/sky-news-pulls-out-of-boris-johnson-interview-over-recording-ban>

COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS IN TAYLOR SWIFT'S SPEECHES: TRANSLATION PECULIARITIES

Zaitseva M. A.

Kyiv national linguistic university

Research Supervisor: **Nykytchenko K. P.**

Candidate of Philological Sciences

Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

Public speeches by celebrities often serve as a strong tool for influencing audiences, forming public opinion and transmitting personal or social messages. Taylor Swift, a world-famous singer and songwriter, is known for her expressive and emotionally saturated speeches, which use various communication strategies and tactics. Translating such speeches poses certain challenges, as it requires preserving not only the linguistic meaning, but also the pragmatic impact, cultural nuances and stylistic references.

Florij Batsevykh defines a communication strategy as “the rules and sequences of communicative actions used by the addressee to achieve a certain communicative goal” (Бацевич, 2004). Tactics refer to “the means and approaches used to” win in a communicative or competitive situation (Falkheimer & Heide, 2023). Consequently, the notion of strategy is more comprehensive than the term “tactics”.

Swift's speeches are characterized by a combination of persuasive, motivational and narrative strategies. A striking example is her speech at the 2016 Grammy Awards, where she appealed to young women facing challenges: *“There are going to be people along the way who will try to undercut your success... But if you just focus on the work and don't let those people sidetrack you, someday when you get where you're going, you'll look around and know that it was you and the people who love you who put you there”* (Swift, 2016). This statement illustrates a cooperative strategy focused on empowerment, which is achieved through personal narrative and inclusive language. In translation, maintaining an emotional impact requires tactics, such as lexical adaptation and restructuring of syntactic patterns according to the cultural context of the target audience.

One more important rhetorical strategy used by Swift is to tackle prejudice in the industry through contrast and refutation. In her 2019 Billboard Women in Music speech, she said: *“And I saw that as a female in this industry, some people will always have slight reservations about you: whether you deserve to be there, whether your male producer or cowriter is the reason for your success, or whether it was a savvy record label – it wasn't”* (Swift, 2019). In this statement, she points to scepticism and gender stereotypes in the music industry, using a series of increasingly strong points to strengthen her argument. In translation, it is essential to maintain a sense of assertiveness

and self-assertion, while ensuring the rhetorical impact and authenticity of the target language.

A significant aspect of translating Taylor Swift's speeches lies in her use of tactics, such as cultural references and idiomatic expressions. For instance, in her 2023 NYU commencement speech, she used phrases like "*live alongside cringe*" (Swift, 2023), which carry specific cultural meanings. The word "*cringe*" is now widely used in the Ukrainian language as a Gen Z term denoting a feeling close to "Spanish shame", when a person feels embarrassed and ashamed of their own or other people's actions. However, the translator should not fall into the trap of using Ukrainian slang translation, but opt for more standard usage: "*почуття досади*", "*почуття прикраси*", or restructure the sentences using the noun "*жаль*" or the verb "*жалкувати*".

Another example is when she mentioned, "*You have to write your own story*," a phrase reflecting the American cultural emphasis on individuality and personal agency. A literal translation of this motivational strategy might fail to convey the intended meaning, making it necessary to employ functional equivalence or creative substitution tactics.

The means of author's modality and evaluation, revealing the subjective 'I' of the addressee, demonstrate their sincerity and frankness with the reader (Глінка & Іваниця, 2017). This tactic is particularly effective in case of speeches of prominent personalities, like Taylor Swift. In translation the constructions with I-statements are as a rule preserved so that the original communicative strategy has the same effect on the audience.

Overall, Swift's speeches rely on a strategic interplay of narrative engagement, rhetorical devices, and emotional appeal. To navigate these complexities, translators need to apply adaptive strategies that maintain the essence of the original text while making it culturally and linguistically accessible.

REFERENCES

- Бацивнич, Ф. (2004). *Основи комунікативної лінгвістики*. Академія.
- Falkheimer, J. & Heide, M. (2023). *Strategic Communication: An Introduction to Theory and Global Practice*. Routledge.
- Глінка, Н.В. & Іваниця, А. В. (2017). Комунікативні стратегії і тактики автора англомовного художнього тексту. *Journal of the National Technical University of Ukraine "KPI": Philology and Educational Studies*, 10, 31–35.
- Swift, T. (2016). *Grammy Awards Acceptance Speech*.
<https://www.grammy.com/>
- Swift, T. (2019). *Billboard Women in Music Speech*.
<https://www.billboard.com/>
- Swift, T. (2023). *Taylor Swift's NYU Commencement Speech*.
<https://www.billboard.com/music/music-news/taylor-swift-nyu-commencement-speech-full-transcript-1235072824/>

DER BEGRIFF DES POETISCHEN TEXTES IN DER LINGUISTIK

Zaliazhko O. T

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Khodakovska N. G.

Dr. habil., Dozentin

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Ein poetischer Text bezeichnet eine besondere Art von literarischem Text, die sich durch ihre außergewöhnliche inhaltliche Komposition sowie durch ihre typische Form hervorhebt. Ein solcher Text umfasst in der Regel eine kompakte Abfolge von Versen, die nicht nur eine ästhetische Wirkung erzielen, sondern durch ihren spezifischen Rhythmus und ihre klanglichen Strukturen auch eine besondere Ausdrucksstärke erlangen (Ходаковська, 2022).

Zudem ist ein poetischer Text nicht unabhängig von seinem Kontext, sondern wird erheblich von unterschiedlichen außersprachlichen Einflüssen geprägt. So beeinflussen soziokulturelle Rahmenbedingungen, psychologische Merkmale sowie andere gesellschaftliche und persönliche Faktoren die Entstehung, Deutung und Wahrnehmung (Ходаковська, 2022).

Ein zentrales Merkmal poetischer Werke ist das Zusammenspiel von Rhythmus, Klang und stilistischen Elementen. Diese Komponenten sind nicht nur für die äußere Form des Textes wichtig, sondern haben auch einen Einfluss auf dessen Wahrnehmung und Eindruck auf den Leser. Durch diese sprachlichen und klanglichen Instrumente wird ein spezifischer Priming-Effekt hervorgerufen, der das kognitive Erleben des Rezipienten beeinflusst und dessen emotionale Reaktion auf den Text intensivieren kann (Ходаковська, 2022).

“Manche freilich müssen drunten sterben, / Wo der schwere Strom vorüberbraust” (Hofmannsthal, 1896).

In den Prozessen der Selbstorganisation der Bedeutung eines poetischen Textes spielen Schlüsselmerkmale die Hauptrolle, insbesondere: Reim, Versmaß oder Metrum (jambisch, chorisches, daktylisch, amphibisch, anapästisch), die Verbindung des Reims mit der thematisch-dramatischen Gliederung des Textes (Gliederung des poetischen Textes in Themen, Reime und diffuse Zonen, die sowohl zum Thema als auch zum Reim gehören) und seine Übersatzeinheit (jede einzelne Übersatzeinheit zeigt sich durch formale und semantische Merkmale (das Vorhandensein von vielfältigen Wiederholungen, Kataphern/Anaphern, Sätze mit unvollständigem Sinn)) (Ходаковська, 2022).

Der Reim ist ein Merkmal des Gedichttextes, auch wenn es Formen ohne Reim gibt. Darüber hinaus bietet ein poetischer Text eine prägnantere, verschleierte Hauptidee mit Hilfe von Bildern und Metaphern.

“Sie trug den Becher in der Hand, / Ihr Kinn und Mund glich seinem Rand” (Hofmannsthal, 1896).

Ein poetischer Text gilt als offen, weil ein ständiger Informationsaustausch zwischen dem Autor und dem Leser stattfindet. Die Offenheit eines solchen Textes beruht auf der Tatsache, dass der Autor seine Gedanken auf unterschiedliche

Weise ausdrücken kann und der Leser sie auf unterschiedliche Weise wahrnehmen und interpretieren kann.

In einem poetischen Text erhält jedes Wort einen besonderen Wert und eine besondere Bedeutung und wird zu einem Wortsymbol, das zusätzliche Bedeutungen trägt und in einem bestimmten Kontext aktualisiert wird.

“Und Kinder wachsen auf mit tiefen Augen, / Die von nichts wissen, wachsen auf und sterben” (Hofmannsthal, 1896).

LITERATURVERZEIHNIS

- Гром'як, Р. Т., Ковалів, Ю. І. (2007). *Літературознавчий словник-довідник* (2-ге вид.). Академія.
- Ходаковська, Н. Г. (2022). *Віршований текст як поняття теорії лінгвосинергетики*. Видавничий центр КНЛУ.
- Hofmannsthal, H. v. (1896). *Die Beiden*. In *Gesammelte Werke in Einzelausgaben: Gedichte*. Fischer Verlag.
- Hofmannsthal, H. v. (1896). *Ballade des äußeren Lebens*. In *Gesammelte Werke in Einzelausgaben: Gedichte*. Fischer Verlag.
- Hofmannsthal, H. v. (1896). *Manche freilich müssen drunten sterben*. In *Gesammelte Werke in Einzelausgaben: Gedichte*. Fischer Verlag.

“DIE SEMANTIK DER EINWORT-IDIOME”

Zmiievskia K. M

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Gamsjuk M. V.

Doktor habil, Professor

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Die Semantik der Einwort-Idiome in der deutschen Sprache stellt ein komplexes Bedeutungssystem dar, das auf metaphorischer Umdeutung und symbolischer Füllung sprachlicher Einheiten basiert. Die Metaphorik als grundlegender Mechanismus der Bedeutungsbildung von Einwort-Idiomen manifestiert sich durch die Übertragung von Merkmalen von einem Objekt auf ein anderes aufgrund von Ähnlichkeit, was einen einzigartigen semantischen Raum dieser sprachlichen Einheiten schafft. Zum Beispiel demonstriert das deutsche Einwort-Idiom *Büchervurm* die metaphorische Übertragung der Eigenschaften eines Insekts auf einen Menschen, der sich für das Lesen begeistert, wodurch ein ausdrucksstarker bildlicher Inhalt entsteht (Ulrich, W., 2010).

Der Symbolismus in den Einwort-Idiomen der deutschen Sprache spiegelt die kulturhistorische Erfahrung des Volkes und seine Weltanschauung durch etablierte assoziative Verbindungen wider. Die symbolische Bedeutung wird auf der Grundlage traditioneller Vorstellungen und kultureller Konnotationen gebildet, die im Sprachbewusstsein der Muttersprachler verankert sind. So symbolisiert das Einwort-Idiom *Löwenherz* Tapferkeit und Mut, basierend auf der traditionellen

Wahrnehmung des Löwen als Symbol für Stärke und Mut in der europäischen Kultur.

Die übertragene Bedeutung von Einwort-Idiomen zeichnet sich durch eine besondere semantische Natur aus, bei der die ursprüngliche Bedeutung der Komponenten in eine neue, idiomatiche Bedeutung transformiert wird. Diese Transformation erfolgt auf der Grundlage verschiedener Arten semantischer Übertragung, einschließlich Metapher, Metonymie und Synekdoche. Zum Beispiel zeigt das Idiom *Ellbogenmensch* eine metaphorische Umdeutung einer physischen Handlung in eine soziale Charakteristik eines Menschen, der um jeden Preis Erfolg anstrebt.

Die semantische Stabilität von Einwort-Idiomen wird durch ihre Reproduzierbarkeit in der Sprache als fertige Einheiten und die Beständigkeit ihrer Bedeutung gewährleistet. Diese Eigenschaft zeigt sich in der Bewahrung der ganzheitlichen idiomatiche Bedeutung unabhängig vom Verwendungskontext und der Unmöglichkeit einer willkürlichen Ersetzung von Komponenten. Zum Beispiel behält *Langfinger* - "Dieb" seine etablierte Bedeutung in verschiedenen Kontexten bei und zeigt eine hohe semantische Stabilität (Targońska, J., 2022).

Polysemie im Kontext von Einwort-Idiomen manifestiert sich in der Fähigkeit einer sprachlichen Einheit, mehrere miteinander verbundene Bedeutungen zu haben. Dieses Phänomen spiegelt die Komplexität der semantischen Struktur von Idiomen und ihre Fähigkeit wider, neue Bedeutungen auf der Grundlage bestehender zu entwickeln. So kann *Hitzkopf* sowohl einen temperamentvollen Menschen als auch einen Menschen bezeichnen, der unüberlegt handelt, was die Entwicklung der Bedeutung auf der Grundlage eines gemeinsamen semantischen Merkmals zeigt.

Die Homonymie im System der Einwort-Idiome stellt Fälle der Formübereinstimmung ohne semantische Verbindung zwischen den Bedeutungen dar. Dieses Phänomen kann bei der Interpretation der Bedeutung von Idiomen gewisse Schwierigkeiten bereiten und erfordert die Berücksichtigung des Kontexts für das richtige Verständnis. Zum Beispiel kann *Goldstück* sowohl eine Goldmünze in der wörtlichen Bedeutung als auch einen herzensnahen Menschen in der übertragenen Bedeutung bezeichnen, was homonymische Beziehungen zwischen den Bedeutungen demonstriert.

Im System der deutschen Sprache zeigen Einwort-Idiome die Fähigkeit, in verschiedene semantische Beziehungen einzutreten und bilden ein komplexes Netzwerk von Bedeutungen und Assoziationen. Diese semantische Vielschichtigkeit macht sie zu einem wichtigen Mittel des sprachlichen Ausdrucks und der Bereicherung der Ausdrucksmöglichkeiten der Sprache. Gleichzeitig bewahrt die semantische Struktur von Einwort-Idiomen ihre Stabilität, was ihre effektive Funktionsweise in der Sprache und das Verständnis durch Muttersprachler gewährleistet.

LITERATUR

- Ulrich, W. (2010). Zur lexikalischen Semantik des Deutschen. *Pandaemonium Germanicum*, 15, 163–189.
- Targońska, J. (2022). Streitgegenstand der Phraseologie(-forschung): Einwortphraseme, Einwortidiome und noch mehr? *Acta Neophilologica*, 2(XXIV), 41–56.

AUSDRUCKSMITTEL DER EMOTIONALITÄT IN DEUTSCHEN SPRICHWÖRTERN UND REDENSARTEN

Zubko S. O.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw
Wissenschaftlicher Betreuer: **Gamsjuk M. W.**

Dr. habil., Professor:
Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Emotionalität ist eine kognitive Kategorie, die sich auf verschiedenen Ebenen des Sprachsystems ausdrückt, z. B. auf der phonologischen, syntaktischen, lexikalischen und textuellen Ebene. Sie ist mit der Bewertungsfunktion und der Ausdruckskraft integriert, aber nicht mit ihnen identisch: die Emotionalität vermittelt eine subjektive Bewertung, während die Ausdruckskraft die kommunikative Wirkung der Äußerung verstärkt.

Emotionalität haben eine unterschiedliche Modalität und Intensität, was dazu beiträgt, sie in verschiedenen Situationen besser zu verstehen. Die Modalität signalisiert die Besonderheiten der Einstellung einer Person zur Realität, und die Intensität zeigt die Stärke der Erfahrung an, von schwachen bis zu starken Emotionen.

Die Intensität des emotionalen Erlebens kann in drei Stufen eingeteilt werden: starke, mittlere und schwache Emotionen.

Zu den starken Emotionen gehören Geduld, Trauer, Angst, Mut, Schuld, Freude, Entsetzen, Rache, Misstrauen, Hass, Wut, Ärger, Hoffnung und Mut.

Zu den mittleren Emotionen gehören Reue, Zorn, Ungerechtigkeit, Liebe, Aggressivität, Feindseligkeit, Glück und Unglück.

Zu den schwachen Emotionen gehören Dankbarkeit, Irritation, Stolz, Angst, Misstrauen, Freundschaft, Täuschung, Egoismus, Freude, Leid, Frieden, Erfolg, Misserfolg, Scham, Trauer, Vergnügen, Vertrauen, Herzschmerz, Schadenfreude, Traurigkeit, Qual, Niedergeschlagenheit, Neid, Schweigen und Kummer.

Die Intensität des emotionalen Erlebens von Emotionen wird durch kognitive Prozesse, wirtschaftliche Faktoren, die Fähigkeit, die Bedürfnisse und Interessen des Einzelnen zu befriedigen, sowie durch die Gesundheit der äußeren Sinne bestimmt.

Emotionale Konnotationen auf lexikalischer Ebene werden mit Hilfe von emotional bewertenden Adjektiven, Adverbien, Substantiven und Verben gebildet, die in ihrer Struktur eine bewertende Bedeutung enthalten.

Das Adjektiv ist ein wichtiges Mittel, um die Gefühlslage einer Person auszudrücken. Es kann nicht nur eine Eigenschaft eines Objekts oder einer Person bezeichnen, sondern auch eine emotionale Bewertung eines Subjekts, Objekts oder einer Handlung ausdrücken. Es gibt zwei Gruppen von emotional bewertenden Adjektiven: positiv und negativ. Positive Adjektive sind z. B. *ehrlich, freundlich, nett, fantastisch* und negative Adjektive sind z. B. *böse, hässlich, schlecht*.

Adverbien, die den Grad der Intensität ausdrücken wie z. B. *besonders, ganz, sehr* können die Emotionale Färbung verstärken.

Unter den Substantiven des Gefühlsausdrucks gibt es solche, die Gefühle und Erfahrungen vermitteln, z. B. *Freude, Angst, Wut* usw.

Analysiert man, wie die Emotionalität in Sprichwörtern und Redensarten der Angst und Liebe zum Ausdruck kommen. Das Substantiv “Angst” drückt nicht nur physische Angst vor einer Bedrohung aus, sondern auch tiefe innere Unruhe und emotionale Anspannung. Das Wort “Liebe” bildet eine starke assoziative Basis, die sowohl freudige, erhebende Gefühle als auch bittere Gefühle hervorrufen.

Betrachtet man die folgenden Sprichwörter: “Ein Schiffbrüchiger hat Angst auch vor ruhiger See”. Die ruhige See, die eigentlich beruhigen sein sollte, wird mit einer verstreuten Gefahr assoziiert. “Liebe ist blind” vermittelt die Vorstellung, dass die Liebenden das Objekt ihrer Gefühle idealisieren und dessen Schwächen ignorieren.

Die Redensart “Es mit der Angst (zu tun) bekommen” zeigt eine plötzliche Welle der Angst, die eine Person lähmt. Die Verbalkonstruktion “bekommen” verleiht dem Ausdruck eine Dynamik, als ob die Angst die Person übermannt. “Meine brüderliche Liebe” drückt aufrichtige Freundschaft, vertrauen aus.

Deutsche Sprichwörter und Redensarten drücken durch die Verwendung von Metaphern, Antithesen, Übertreibungen, Paarkonstruktionen und Interjektionen effektiv Gefühle aus. Metaphern, wie z. B. “Alte Liebe rostet nicht”, machen Gefühle fantasievoller, während Antithesen, wie z. B. “Liebe ist blind”, den widersprüchlichen Charakter von Gefühlen betonen.

Hyperbeln wie “in tausend Ängsten schweben” vermitteln die Intensität des Erlebten, während Paarbildungen wie “angst und bange” die emotionale Färbung verstärken. Interjektionen, wie “Ach du liebe Güte!”, bringen Gefühle direkt zum Ausdruck. Das macht Sprichwörter und Redensarten gefühlsintensiv und aussagekräftig zugleich.

LITERATUR

Чайковська Є.Ю. (2019). *Поняття “емотивність” та “експресивність” у мові науки.*

Романова Наталя Василівна. (2024). *Емоціологія німецьких прислів'їв та приказок.*

Тетяна Бондарчук. *Лексичні засоби вираження емотивного значення в сучасній німецькій мові.*

Віталіш Л. П. (2019) *Німецькі фразеологізми з лексемами на позначення почуттів.*

МЕТОДИКА НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ. ПЕДАГОГІКА

ФОРМУВАННЯ НІМЕЦЬКОМОВНОЇ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В УЧНІВ 5-6 КЛАСІВ ЗАСОБАМИ ІНТЕРАКТИВНОГО НАВЧАННЯ

Алабужева А. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Свиридюк В. П**

Кандидат педагогічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Формування лексичної компетентності у німецькій мові в учнів 5–6 класів є важливим етапом у їхньому мовному розвитку. Лексична компетентність визначається як здатність учнів правильно розуміти, використовувати та поєднувати слова в різних комунікативних ситуаціях, що є основою для ефективної комунікації і розуміння мови (Бігич та ін., 2013). Для досягнення достатнього рівня лексичної компетентності вагоме значення має використання різноманітні засоби навчання, зокрема інтерактивні методи, які сприяють формуванню навичок лексичної компетентності.

Інтерактивне навчання, яке активно використовуються в сучасній іншомовній освіті, забезпечує постійну взаємодію між учнем і вчителем, а також між самими учнями. Цей засіб сприяє залученню всіх учасників навчального процесу до спільної роботи, забезпечуючи не лише засвоєння лексики, а й розвиток навичок використання лексичних одиниць та мовленнєвої діяльності (Ковальчук, 2023). Завдяки цьому методика навчання іноземної мови стає динамічнішою та адаптивною до потреб учнів.

Одним із ефективних засобів інтерактивного навчання є використання ігрових методів. Рольові та лексичні ігри забезпечують учням можливість застосовувати нову лексику в умовах, наближених до реальних ситуацій. Це не лише сприяє засвоєнню нових слів, але й допомагає учням використовувати лексику на практиці, що робить навчання осмисленим і мотиваційним. Рольові ігри, такі як діалоги між учнями чи симуляція ситуацій, наприклад, покупки в магазині чи запит інформації на вокзалі, дозволяють учням попрактикуватися в мовленні, застосовуючи нову лексику в конкретних контекстах.

Окрім рольових ігор, важливим інструментом є лексичні ігри, такі як асоціації, анаграми, кросворди або мовні естафети. Вони не тільки допомагають учням швидко згадувати нові слова, а й розвивають креативне мислення та здатність до аналізу. Наприклад, кросворди чи анаграми змушують учнів зосереджуватися на правильному розпізнаванні слів і їхньому значенні, що сприяє глибшому засвоєнню лексики. Завдання на складання асоціативних

груп також дозволяють учням швидше запам'ятовувати лексичні одиниці, поєднуючи слова за схожими ознаками (Бабич, 2013).

Іншим важливим елементом формування лексичної компетентності є інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ). Використання інтерактивних платформ, таких як Kahoot, Quizlet, LearningApps і Vaamboozle, дозволяє створювати цікаві та динамічні завдання для учнів, що робить процес вивчення мови захоплюючим. Зазначені онлайн-ресурси надають можливість створювати вправи на запам'ятовування нових слів, перевірку знань і навіть тестування рівня сформованості лексичних навичок. Завдяки інтерактивним завданням, учні можуть практикувати лексику в ігровій та змагальній формі, що суттєво підвищує їхню мотивацію та зацікавленість у навчанні (Долинський, 2015).

У цьому контексті також важливо відзначити роль форми організації роботи над лексичним словником. Групова робота як спільна діяльність, наприклад, виконання завдань у малих групах, сприяє розвитку комунікативних навичок і дозволяє учням використовувати нову лексику під час взаємодії в реальних умовах. Групова робота дозволяє учням інтерактивно обговорювати матеріал і застосовувати вивчені слова в ситуаціях, що потребують колективних рішень. Як зазначає Оглобленко, під час спільного створення проєктів чи презентацій учні повинні не лише використовувати нові слова, а й обґрунтовувати їхній вибір та вживання в конкретних контекстах, що сприяє глибшому засвоєнню матеріалу (Оглобленко, 2024).

Крім того, важливу роль у навчанні німецької мови відіграють соціальні мережі та інтернет-застосунки, що дозволяють учням практикувати мову в природних умовах. Платформи DeutschAkademie www.deutschakademie.de та deutsch-lernen.zum.de, DW Learn Deutsch learngerman.dw.com, deutsch-perfekt.com пропонують інтерактивні вправи для розвитку всіх видів мовленнєвої діяльності: читання, письма, аудіювання та говоріння. За допомогою таких ресурсів учні можуть формувати лексичні навички і вміння в неформальній атмосфері, обмінюючись досвідом і знаннями з іншими користувачами, що робить процес навчання природним і наближеним до реальних умов комунікації (Оглобленко, 2024).

Таким чином, використання різноманітних засобів навчання, зокрема інтерактивних методів, інформаційно-комунікаційних технологій, завдань розроблених на ігровій основі, групових проєктів і соціальних мереж, суттєво сприяє формуванню лексичної компетентності у учнів 5–6 класів та оптимізує освітній іншомовний процес. Це дозволяє учням активно залучатися до навчально-пізнавальної діяльності, роблячи його цікавішим та ефективнішим та сприяючи формуванню іншомовної лексичної компетентності. Адже лексичні навички мають бути автоматизованими, стійкими, гнучкими, свідомими.

ЛІТЕРАТУРА

Бабич, В. Р. (2013). Формування лексичної компетентності учнів 5–7-х класів за допомогою зорової наочності на уроках іноземної мови. *Український педагогічний журнал*, 2(14), 40–46.

- Бігич, О. Б., Бориско, Н., Ф., Борецька, Г. Е. та ін. (2013). *Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика : підручник для студ. класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів*. С. Ніколаєва (Ред.). Ленвіт.
- Долинський, Є. В. (2015). Методика формування іншомовної лексичної компетентності за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій. *Мова та культура*, 17(3), 58–63
- Оглобленко, О. В. (2024). Використання соціальних мереж у навчанні німецької мови у школі. *Інновації в освіті*, 1, 45–50.
- Ковальчук, О. М. (2023). Використання інтерактивних технологій у викладанні іноземних мов. *Педагогічна освіта України*, 6, 22–30.

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ПІДТРИМКИ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГУ

Бакумова Є. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Бесклінська О. П.**

Кандидат фізико-математичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному світі цифрові технології стали основою рекламної діяльності, значно розширюючи можливості компаній у просуванні товарів та послуг. Інформаційні системи та програмні засоби відіграють ключову роль у створенні ефективних рекламних кампаній, забезпечуючи персоналізацію контенту, аналітику та автоматизацію процесів. Розвиток інтернет-реклами, соціальних мереж та технологій штучного інтелекту сприяє зростанню конкурентоспроможності компаній. Використання CRM-систем, аналітичних платформ та інструментів автоматизації маркетингу допомагає підприємствам оптимізувати свої рекламні стратегії, підвищувати ефективність взаємодії з аудиторією та забезпечувати довготривалу лояльність споживачів. Таким чином, дослідження інформаційних систем та технологій у рекламній діяльності є важливим напрямом сучасного маркетингу, що дозволяє адаптуватися до динамічних змін ринку та ефективно досягати поставлених бізнес-цілей. Ось деякі ключові аспекти використання у сучасному маркетингу інформаційних систем та технологій для підтримки рекламної діяльності:

1. Сучасні цифрові технології значно розширюють можливості рекламної діяльності, дозволяючи компаніям досягати цільової аудиторії з високою точністю.

2. Маркетингові інформаційні системи (МІС) забезпечують безперервний збір, аналіз та інтерпретацію даних, що сприяє прийняттю обґрунтованих рішень у маркетингу.

3. Технології автоматизації рекламних кампаній допомагають оптимізувати процеси, підвищити ефективність маркетингових зусиль і знизити витрати.

4. Соціальні мережі стали ключовими платформами для розміщення реклами, завдяки широким можливостям таргетування та інтерактивності.

5. Використання CRM-систем дозволяє зібрати дані про клієнтів, налаштовувати персоналізовані рекламні кампанії та підтримувати зворотний зв'язок із аудиторією.

6. Аналітика ефективності рекламних кампаній у соціальних мережах допомагає вимірювати ключові показники (KPI) та коригувати стратегії в реальному часі (BudgetMaxx, 2023).

7. Програмні засоби, такі як Adobe Photoshop, Canva, Adobe Premiere Pro, Animaker, HubSpot, Mailchimp, Hootsuite та Buffer, значно спрощують створення рекламного контенту.

8. Види цифрової реклами включають контекстну рекламу, соціальні медіа-оголошення, банерну рекламу, відеорекламу, email-маркетинг, контентну рекламу та рекламу в мобільних додатках (Хейна, 2023).

9. Штучний інтелект і машинне навчання дозволяють автоматизувати процеси, аналізувати дані та покращувати результативність рекламних кампаній.

10. Персоналізація та таргетування реклами на основі поведінкових факторів користувачів підвищують залученість і ефективність маркетингових активностей.

11. Ремаркетинг дозволяє повторно звертатися до користувачів, які вже взаємодіяли з брендом, підвищуючи ймовірність конверсій (Team, 2021).

12. Використання відеоконтенту, інтерактивних елементів та мобільних платформ розширює можливості для креативних рекламних кампаній.

13. Етичні аспекти цифрової реклами мають велике значення, особливо у контексті захисту даних та прозорості комунікацій із споживачами.

14. Використання цифрових технологій у рекламі є ключовим для досягнення конкурентних переваг та забезпечення сталого розвитку бізнесу.

Отже, інформаційні системи та цифрові технології значно підвищують ефективність рекламної діяльності, дозволяючи автоматизувати процеси, аналізувати дані та створювати персоналізовані кампанії. Соціальні мережі, контекстна реклама, відеомаркетинг та сучасні програмні засоби допомагають компаніям ефективно досягати цільової аудиторії. Використання цих технологій сприяє підвищенню впізнаваності бренду, залученості клієнтів та забезпечує стабільний розвиток бізнесу в умовах високої конкуренції.

ЛІТЕРАТУРА

BudgetMaxx. (2023). *Аналіз ефективності рекламних кампаній: Ключові метрики та показники KPI для успіху*. CASES. Retrieved from https://cases.media/en/article/analiz-efektivnosti-reklamnikh-kampanii-klyuchovi-metriki-ta-pokazniki-kri-dlya-uspikhu?srsId=AfmBOoq0SFDedkScTzJe3EVKX xEW0FH1b OeH1dpEkmvM_zmH9tkSrUcu

Михайло Хейна (2023). *Цифрова (онлайн) реклама: види, переваги та приклади (посібник для початківців)*, BannerBoo.
<https://bannerboo.com/ua/blog/tsyfrova-reklama/>
Team, M. (2021). *Ремаркетинг і його види*. MixDigital.
<https://mixdigital.com.ua/blog/remarketing-i-ego-vidy-2>

ТЕОРІЯ ХАОСУ ТА ЇЇ ЗАСТОСУВАННЯ В ПОЯСНЕННІ ПОВЕДІНКИ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ ПІД ЧАС ЇХ ВИКОРИСТАННЯ У ВИВЧЕННІ МОВ

Бризгалова В. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Коваль Т. І.**

Доктор педагогічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Теорія хаосу є розділом нелінійної динаміки, що досліджує поведінку складних систем, які демонструють високу чутливість до початкових умов та можуть виглядати непередбачуваними. Ця концепція знаходить застосування у дослідженнях нейронних мереж, оскільки вони є нелінійними системами, здатними до самоорганізації та адаптації. У сфері вивчення мов теорія хаосу використовується для пояснення механізмів обробки мовної інформації, синтаксичного аналізу та побудови лінгвістичних моделей.

Завдяки своїм унікальним властивостям, теорія хаосу дозволяє розглядати мовні процеси як складні динамічні явища, які містять нелінійні взаємодії між мовними одиницями. У мовних структурах існують певні закономірності, але одночасно мова змінюється під впливом безлічі факторів, що створює ефект нелінійності. Цей підхід відкриває нові перспективи для аналізу природної мови, зокрема у сфері машинного навчання та обробки мовних даних.

Мовні дані характеризуються значною варіативністю та складністю, що впливає на поведінку нейронних мереж при їх опрацюванні. Хаотична динаміка спостерігається у процесах розпізнавання мовлення, автоматичного перекладу та синтаксичного аналізу. Використання хаотичних моделей у нейронних мережах дозволяє досягти більшої стійкості до шуму та покращити ефективність навчання моделей обробки природної мови (Нестеренко, Ковтун & Фаль, 2016).

Зокрема, хаотична поведінка дозволяє мережам більш ефективно працювати з багатозначністю мовних виразів та контекстною залежністю слів. Оскільки значення слів змінюється залежно від контексту, традиційні алгоритми аналізу мови можуть стикатися зі складнощами. Використання хаосу допомагає компенсувати ці труднощі, забезпечуючи динамічну адаптацію моделей до нових мовних контекстів.

Теорія хаосу сприяє розробці мовних моделей, що базуються на принципах нелінійної динаміки. Зокрема, хаотичні нейронні мережі використовуються для моделювання семантичних зв'язків між словами та побудови складних мовних патернів. Використання таких моделей дозволяє значно покращити якість розпізнавання мовлення та розуміння природної мови (Черняк & Захарченко, 2012).

Застосування хаотичних алгоритмів у нейронних мережах дозволяє досягти точнішої класифікації мовних структур, а також підвищити здатність моделей передбачати граматичні та стилістичні особливості тексту. Окрім цього, хаос може допомогти у створенні більш гнучких лексичних баз, які змінюються у відповідь на оновлення даних, що є важливим аспектом у вивченні мов.

Процес навчання нейронних мереж у мовних задачах може бути покращений шляхом контролю хаотичних процесів. Регулювання рівня хаосу в системі дозволяє оптимізувати навчання, що сприяє швидшій адаптації моделей до нових даних. Наприклад, хаотичні нейронні мережі демонструють покращену ефективність при генерації мовних конструкцій та аналізі контексту в текстах (Ковальов, 2014).

Керований хаос у навчанні нейромереж допомагає уникнути проблеми перенавчання, що часто трапляється при роботі з великими масивами мовних даних. Впровадження принципів хаотичної регуляції в архітектуру моделей дозволяє отримувати більш точні передбачення та покращувати здатність моделі узагальнювати отримані знання, що є ключовим аспектом для створення ефективних мовних інтерфейсів.

Подальші дослідження на перетині теорії хаосу, нейронних мереж та лінгвістики можуть сприяти створенню більш ефективних алгоритмів машинного перекладу, голосових асистентів та адаптивних мовних моделей. Використання хаотичних нейромереж у штучному інтелекті дозволяє покращити якість розпізнавання мови та автоматичного аналізу тексту, що має велике значення для розробки новітніх технологій у сфері обробки природної мови (Ковальов, 2019).

Перспективними напрямками є розробка багаторівневих мовних моделей, що враховують динамічні властивості природної мови, включаючи регіональні особливості, стилістичні варіації та вплив контексту. Крім того, хаос може бути корисним для створення адаптивних навчальних систем, що допоможуть персоналізувати вивчення мов залежно від індивідуальних особливостей учня.

ЛІТЕРАТУРА

Черняк, О. І., & Захарченко, П. В. (2012). *Теорія хаосу в економіці*.

https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/625136/mod_resource/content/1/Chernyak_%20O.I._%2C_%20Zakharchenko_%20P.V._%2C_%20_%20Teoriya_%20khaosu_%20v_%20ekonomitsi.pdf

- Ковальов, О. І. (2014). Застосування хаотичних нейронних мереж для класифікації. https://uacm.kharkov.ua/download/2014_11/17.pdf
- Ковальов, О. І. (2019). *Інтелектуальне моделювання нелінійних динамічних систем*. <https://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/158082/CD1317.pdf?isAllowed=y&sequence=1>
- Нестеренко, В. О., Ковтун, В. В., & Фаль, Б. В. (2016). *Інтелектуальні системи і технології*. <https://nam.kyiv.ua/files/publications/nester-kovt-fal-2-ostanna.pdf>

**УДОСКОНАЛЕННЯ В УЧНІВ СТАРШОЇ ШКОЛИ
АНГЛІЙСЬКОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ З
ВИКОРИСТАННЯМ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ:
ОРГАНІЗАЦІЯ УРОКУ-ЗНАЙОМСТВА**

Бруй Є. В.

Національний університет "Чернігівський колегіум" імені Т. Г. Шевченка

Науковий керівник: **Мацнева О. А.**

Кандидат педагогічних наук, доцент

Національний університет "Чернігівський колегіум" імені Т. Г. Шевченка

Удосконалення в учнів старшої школи іншомовної комунікативної компетентності в сучасних умовах дистанційного навчання забезпечується широким використанням інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Останні, на думку ряду методистів, розширюють можливості для комунікації, підвищують ефективність та мотивацію студентів, пропонуючи нові способи подачі інформації, що полегшують її сприйняття, сприяють реалізації власних ідей та проєктів, забезпечуючи мультимедійними ресурсами та якісними програмами для формування й удосконалення навичок роботи з інформацією [1, с. 99].

В умовах дистанційного навчання однією з найбільших труднощів для вчителя-початківця слід вважати урок-знайомство, на якому важливо налагодити контакт з учнями. Відсутність увімкнених камер на уроках значно ускладнює взаємодію та зменшує активність учнів. У цьому випадку використання ІКТ може допомогти створити комфортну атмосферу, заохотити до комунікації та налагодити ефективний зворотний зв'язок.

Наведемо приклади матеріалів, які є доцільними для використання на уроці-знайомстві. До таких матеріалів належить мапа ідей, створена за допомогою інтерактивного застосунку Figma (рис. 1).

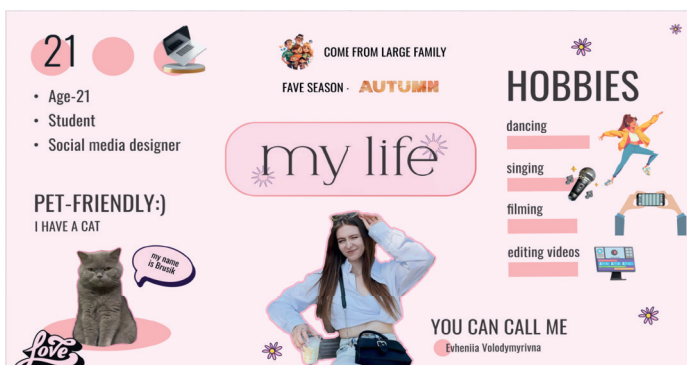


Рис. 1 Мапа ідей “My Life”, створена за допомогою інтерактивного застосунку Figma

Запропонована мапа відображає різні аспекти життя вчителя, при цьому матеріал оформлений у єдиному стилі з теплими кольорами, стікерами та цікавими фактами. Така візуалізація допомагає вчителю-початківцю створити дружню атмосферу та провести більш емоційне та невимушене знайомство.

Доцільним також є використання схеми з конкретними питаннями, створеної за допомогою інтерактивної дошки Miro (рис. 2).

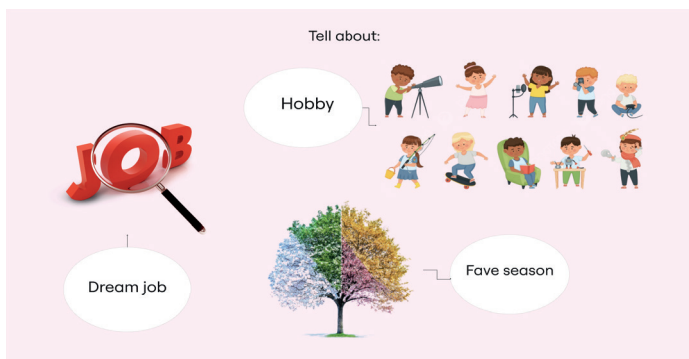


Рис. 2. Схема з питаннями, створена за допомогою інтерактивної дошки Miro

Запропонована схема допомагає учням швидко та легко поділитися фактами про себе.

У кінці уроку доречним є використання завдання Exit ticket (рис. 3), створеного також за допомогою інтерактивної дошки Miro, у межах якої учні мають обрати завдання/вправу, що їм сподобалась, і зазначити щось одне, що вивчили на уроці.



Share your impressions, which activity you liked the most and 1 thing you have learned today



Рис. 3. Завдання Exit ticket, створене за допомогою інтерактивної дошки Miro

Наведені матеріали сприяють удосконаленню іншомовної комунікативної компетентності учнів старшої школи на уроці-знайомстві в умовах дистанційного навчання. Перспективу подальших досліджень убачаємо в розробці навчальних матеріалів з використанням зазначених інтерактивних застосунків для формування й удосконалення цієї компетентності та її складових на подальших уроках.

ЛІТЕРАТУРА:

Сіняєва, О., Кречот, М., Завгородній, О., Сичова, Т., Сичов, А., & Сіняєва, О. (2023). Особливості використання інформаційних технологій в освіті. *Освіта. Інноватика. Практика*, 11(7), 98–104.
<https://doi.org/10.31110/2616-650X-vol11i7-013>

ФОРМУВАННЯ В УЧНІВ 8 КЛАСУ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ЧИТАННІ З ВИКОРИСТАННЯМ ГРИ, СТВОРЕНОЇ НА ПЛАТФОРМІ “WORDWALL”

Ворон Г. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Зєня Л. Я.**

Доктор педагогічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Формування в учнів лексичної компетентності у читанні є важливим завданням сучасної методики навчання іноземних мов. Враховуючи вікові та когнітивні особливості учнів 8 класу, важливо використовувати сучасні технології для підвищення ефективності навчального процесу. Одним з методів, який дозволяє врахувати індивідуальні особливості учнів, є застосування інтерактивних ігор на платформі “Wordwall”. Платформа

“Wordwall” – це інструмент для створення власних навчальних ресурсів, інтерактивних вправ та навчальних матеріалів (<https://wordwall.net/ru/resource/88333570>). Застосування інтерактивних завдань, створених на цій платформі, сприяє підвищенню мотивації учнів та оптимізує процес засвоєння і вживання нової лексики.

Зазначимо переваги використання онлайн-ресурсу “Wordwall” у навчанні іншомовної лексики:

1) інтерактивність, можливість створення різноманітних типів завдань (вікторини, кросворди, відповідності, пазли тощо) з метою об’єднання учнів довкола навчального матеріалу і організації співпраці для роботи з ним. Інтерактивність передбачає насамперед рівноправність усіх учнів як учасників освітнього процесу та співтворчість учня і вчителя (НОВА УКРАЇНСЬКА ШКОЛА, 2016);

2) адаптивність, тобто гнучкість у використанні навчального матеріалу вчителем під час підготовки до занять. Завдання укладаються з урахуванням рівня володіння учнями іншомовною комунікативною компетентністю (Гуревич, Кадемія, Шевченко, 2012);

3) гейміфікація процесу навчання сприяє активному залученню учнів до діяльності, що сприяє зацікавленості та мотивуванню учнів. Інтерактивні завдання, створені на “Wordwall”, забезпечують візуальну підтримку, інтерактивний контроль та змагальність, що мотивує учнів до оволодіння новими лексичними одиницями та їхнього використання у нових контекстах;

4) платформа “Wordwall” передбачає автоматичний зворотний зв’язок, що дозволяє учням швидко бачити свої результати без необхідності втручання вчителя. Це є важливим кроком у напрямку до взаємодії за “педагогікою партнерства”, що сприяє встановленню довіри між усіма учасниками освітнього процесу: учнями, вчителями та батьками (НОВА УКРАЇНСЬКА ШКОЛА, 2016).

Впровадження інтерактивних ігор у процес формування лексичної компетентності учнів 8 класу позитивно впливає на якість її сформованості. Головними перевагами є підвищення рівня зацікавленості, можливість самостійного контролю успішності, формування навичок і вмінь міжкультурної комунікації та інтеграція нової лексики у словниковий мінімум завдяки його використанню у мовленнєвих ситуаціях, що наближені до реального життя.

Під час педагогічної практики було апробовано використання інтерактивних ігор, створених на платформі “Wordwall”, для формування в учнів 8 класу рецептивних лексичних навичок в процесі читання. Наведемо приклад використання такої гри, інтегруючи її в матеріал підручника з французької мови (Клименко, 2016, с. 11).

Учні пропонується в підручнику прочитати текст і виконати завдання до нього. З метою формування рецептивних лексичних навичок використовується інтерактивне завдання на додаток до наявних у підручнику, в якому увагу зосереджено саме на лексиці. У цьому завданні на підстановку необхідно доповнити речення, вставивши необхідні пропущені

лексичні одиниці. Це завдання направлене не лише на розвиток уваги, а й логічного мислення, бо воно являє собою своєрідний челленж для учнів. Це завдання має бути цікавим для учнів, оскільки у ньому є елемент підвищеної складності – учні мають не лише орієнтуватися у тексті, а й уміти розмірковувати, нестандартно підходити до вирішення завдань. У цьому завданні спеціально пропонуються варіанти неправильних відповідей, які використовувати не варто, тому виконання такого завдання вимагає від учнів особливої уваги та чіткого розуміння змісту тексту.

Використання платформи “Wordwall” під час педагогічної практики засвідчило її здатність сприяти підвищенню ефективності формування в учнів 8 класу лексичної компетентності в читанні. Учні, які використовували інтерактивні завдання, демонстрували вищі результати тестового контролю розуміння змісту прочитаного. Таким чином, використання платформи “Wordwall” у вивченні лексики є досить ефективним інструментом для формування лексичної компетентності в учнів 8 класу, оскільки поєднує сучасні освітні технології, ігровий підхід та можливості адаптації навчального матеріалу до індивідуальних особливостей учнів, що є дуже важливим для сучасного педагога. Визначення шляхів використання завдань, створених на платформі “Wordwall” становить предмет нашого подальшого дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

Гуревич, Р. С., Кадемія, М. Ю. & Шевченко, Л. С. (2012). *Інформаційні технології навчання: інноваційний підхід*: навчальний посібник / за ред. Гуревича Р. С. ТОВ фірма “Планер”.

Клименко, Ю. (2016). *“À la découverte du français 8”*. Французька мова (4-й рік навчання, 2-га іноземна мова): підруч. для 8 класу загальноосвіт. навч. закладів. Методика.

НОВА УКРАЇНСЬКА ШКОЛА // [Електронний ресурс].

https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna_%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МЕНЕДЖМЕНТІ

Демидюк Д. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Коваль Т. І.,**

Доктор педагогічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Штучний інтелект (надалі – ШІ) став невід’ємною частиною сучасного світу та має значний потенціал для застосування в системах управління менеджментом. Він здатен аналізувати великі обсяги даних, виявляти складні залежності, робити прогнози та приймати рішення на основі

об'єктивних алгоритмів. Однією з переваг використання штучного інтелекту є автоматизація рутинних та повторюваних завдань менеджменту. Це дозволяє вивільнити людські ресурси від монотонної роботи та спрямувати їх на вирішення складних завдань, які вимагають творчого мислення та стратегічного підходу. (Голей & Дрік, 2023).

Штучний інтелект в останні роки значно змінив спосіб, яким компанії управляють своїми ресурсами та приймають стратегічні рішення. Використання технологій ШІ у сфері менеджменту не обмежується лише підрахунком даних або автоматизацією процесів; це стає ключовим фактором для досягнення конкурентних переваг та оптимізації бізнес-процесів. На сьогодні важливими напрямками застосування штучного інтелекту в менеджменті є:

- **Аналітика та прогнозування.** Кожного дня з'являється все більше програм та сервісів, які спрощують роботу менеджерам в сфері аналітики. ШІ дозволяє обробляти величезний обсяг даних та визначати залежності, що робить його ідеальним інструментом для аналізу ринків та прогнозування подій.

- **Автоматизація рутинних завдань.** Штучний інтелект дозволяє автоматизувати багато рутинних операцій, звільняючи час менеджерів для вирішення найважливіших завдань та творчого мислення.

- **Ефективне управління ресурсами.** Системи ШІ можуть допомагати в управлінні людськими ресурсами, визначаючи оптимальні шляхи розвитку персоналу та підвищення продуктивності праці. ШІ має можливість оцінювати продуктивність персоналу і давати звітність менеджеру по кожному працівнику.

- **Персоналізація.** Кожен клієнт та співробітник – унікальний. Однаковий підхід до кожного не спрацює, тому ШІ має можливість адаптувати свій підхід до кожної особистості. Для клієнтів які бажають швидко отримати інформацію – ШІ надасть її без зайвих розмов.

До основних переваг використання ШІ в менеджменті фахівці відносять:

- **Швидкість та точність.** Коли раніше для обробки даних потрібен був цілий аналітичний відділ – тепер автоматизовані системи ШІ можуть обробляти величезні обсяги інформації за дуже короткий час, забезпечуючи точні та оперативні результати. Це допоможе зменшити витрати компанії на трудові ресурси, та підвищить ефективність аналітичного відділу.

- **Зменшення ризиків.** Аналіз даних та прогнозування за допомогою сервісів штучного інтелекту дозволяють менеджерам передбачити можливі ризики та приймати заходи для їх запобігання. ШІ має можливість запропонувати варіанти вирішення критичних ситуацій.

- **Підвищення продуктивності.** Автоматизація багатьох завдань дозволяє використовувати ресурси більш ефективно і дати менеджерам можливість сфокусуватися на стратегічних рішеннях.

- **Інновації та конкурентоспроможність.** Компанії, які успішно впроваджують штучний інтелект, стають більш гнучкими та готовими до впровадження інновацій, що дозволяє їм зберігати конкурентоспроможність на ринку. (Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій, 2024)

Штучний інтелект (ШІ) має різні складники, кожен із яких має специфічні характеристики та застосування в управлінні підприємством, зокрема: **машинне навчання** – це алгоритми, що дозволяють системам навчатися з даних без явного програмування (використовуються для прогнозування попиту, управління запасами та персоналізації послуг); **робототехніка** включає роботи, які виконують небезпечні або рутинні завдання, що важко або небезпечно для людей (допомагає автоматизувати виробничі процеси та підтримувати дослідження та розробки); **експертні системи** імітують прийняття рішень експертами на основі знань і логіки (застосовуються для аналізу ризиків, планування та прогнозування); **автономні системи** можуть самостійно приймати рішення без постійного контролю людини (використовуються в автоматизованих складах, безпілотних транспортних засобах і роботизованих виробничих лініях); **інтелектуальні агенти** адаптуються до ситуацій і можуть автоматизувати робочі процеси, обслуговувати клієнтів та оптимізувати ланцюги постачання; **глибинне навчання** використовує нейронні мережі для обробки складних даних, таких як прогнозування технічного обслуговування, оцінка ризиків та аналіз поведінки клієнтів (Орехов, 2024).

Отже, ШІ стає невід’ємною частиною сучасного світу і швидкими темпами впроваджується на підприємствах, оскільки має значний потенціал для застосування в системах управління менеджментом.

ЛІТЕРАТУРА

- Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій (2024, Січень 11). Застосування і переваги штучного інтелекту в менеджменті. https://duikt.edu.ua/ua/news-1-593-12061-zastosuvannya-i-perevagi-shtuchnogo-intelektu-v-menedzhmenti_kafedra-menedzhmentu
- Голей, Юлія & Дрік, Ілля. (2023, травня 24). Аналіз використання штучного інтелекту в системах управління бізнес-процесами: переваги та недоліки. <https://fti.dp.ua/conf/2023/05247-0555/>
- Орехов, Д. (2024). Застосування штучного інтелекту в управлінні сучасним підприємством. *Економіка та суспільство*, (64). <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4343>

ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ З ВИКОРИСТАННЯМ СИСТЕМИ KEY CRM

Довбуш І. Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Коваль Т. І.**

Доктор педагогічних наук, професор,

Київський національний лінгвістичний університет

Комунікація з клієнтами – важлива складова будь-якого бізнесу. Саме тому на успіх і розвиток компанії можуть впливати комплексні рішення, які

допоможуть аналізувати ефективність комунікації, автоматизувати бізнес-процеси та покращити відносини з клієнтами.

Одним з таких рішень є CRM системи (англ. Customer Relationship Management) , які впроваджують у компанії з різних сфер діяльності, що мають великий потік клієнтів, збільшують продуктивність і автоматизують бізнес-процеси. Вони можуть інтегруватися в будь-які підприємства, незалежно від діяльності й розміру. Автоматизація процесів, вбудована аналітика і зберігання даних допомагають бізнесу фокусуватися на важливих задачах і контролювати ефективність своєї діяльності (Самойленко, 2023).

Існують безліч CRM-систем, які можуть задовольнити потреби бізнесу в різних сферах діяльності, які класифікуються за призначенням і розміщенням та мають власні особливості.

Однією із найпопулярніших на Україні є система KeyCRM, яка є українською хмарною системою управління відносинами з клієнтами, що допомагає організувати процеси продажів, маркетингу та обслуговування клієнтів. Вона дозволяє автоматизувати багато бізнес-процесів, вести облік замовлень, комунікацій, відстежувати ефективність співробітників і взаємодію з клієнтами. Її основна мета – допомогти підприємцям і компаніям автоматизувати процеси продажів та управління клієнтами, надаючи зручний інструмент для організації бізнесу. Засновник Андрій Гадай ставить за мету полегшення ведення малого та середнього бізнесу. (Веб сайт Key CRM, 2024).

KEY CRM використовується в різних галузях малого та середнього бізнесу, зокрема: Інтернет-магазини, які продають через маркетплейси (Rozetka, Prom, Allo). Сервісні компанії, що працюють з великими обсягами запитів від клієнтів через месенджери та соцмережі (Веб сайт Key CRM at al., 2024).

Компанії у сфері обслуговування клієнтів та підтримки, які прагнуть покращити взаємодію з клієнтами та ефективно управляти базою клієнтів. Система впроваджена на ринку України та активно інтегрується з локальними платформами та соціальними мережами, що робить її привабливою для українських компаній. (KeyCRM Blog, 2024).

Звичайно, як і будь-яка CRM система, Key CRM має певні недоліки: обмежений функціонал у порівнянні з гігантами ринку (HubSpot (<https://www.hubspot.com/>) чи Salesforce (<https://www.salesforce.com/>)) й обмежені можливості кастомізації. Також для малих компаній ціна досить приваблива, але при масштабуванні бізнесу витрати можуть стати суттєвими через модель оплати за кожного користувача.

Узагальнюючи інформацію зазначену вище, як вважає Анастасія Самойленко (Самойленко, 2023), KEY CRM є ефективним рішенням для бізнесів, які шукають просту та доступну систему управління продажами, проте перед впровадженням важливо оцінити її відповідність специфіці компанії. Інтеграція CRM-системи – це можливість для бізнесу побудувати відносини з клієнтами, автоматизувати продажі і маркетинг, спланувати розвиток і масштабуватися. Вони допомагають ефективніше комунікувати

з клієнтами, покращувати якість обслуговування і підвищувати рівень конкурентоспроможності. Це сприяє покращенню відносин з наявними клієнтами і активному залученню нових, що впливає на продажі і дохід бізнесу.

ЛІТЕРАТУРА

KeyCRM Blog (2024, January 29). CRM система для бізнесу: як вибрати ту, що підійде на всі 100 %.

<https://blog.keycrm.app/uk/crm-sistema-dlya-biznesu-yak-vibrati/>

Веб сайт KeyCRM. (2024). Все, що потрібно підприємцю. Перемагай і підключай.

<https://ua.keycrm.app/>

Самойленко, Анастасія. (2023, Листопад 2). CRM-системи: сутність, різновиди і важливість для бізнесу.

<https://shelfy.com.ua/newsroom/crm-systemy/>

ХАРАКТЕРИСТИКА РІВНІВ ОСВІТИ ДЛЯ ОСІБ З ОСОБЛИВИМИ ОСВІТНІМИ ПОТРЕБАМИ

Жученко К. Р.

Київський національний лінгвістичний університет.

Науковий керівник: **Кириленко В. Г.**

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Основними нормативними документами, якими керуються заклади загальної середньої освіти щодо організації інклюзивного навчання, є Конституція України, Закон України “Про освіту”, Порядок організації інклюзивного навчання в закладах загальної середньої освіти (Постанова КабМіну України від 15.09.2021 №957) та інші. У цих документах визначаються організаційні засади навчання учнів з особливими освітніми потребами (ООП) за різними формами навчання. Інноватикою в організації інклюзивного навчання виділено п’ять рівнів підтримки в освітньому процесі для учнів з особливими освітніми потребами.

Як вказує Степанова-Камиш А. (2022), створення класів з інклюзивною освітою та розподіл освітньої субвенції передбачає розподіл за рівнями надання підтримки учням з ООП відповідно до потреб яких ці учні потребують. Аналіз відповідних нормативних документів дозволяє виокремити п’ять рівнів підтримки дітей з ООП. Аргументом для надання певного рівня підтримки має бути висновок про комплексну психолого-педагогічну оцінку розвитку дитини, здійсненим ІРЦ та повідомлення батьків щодо потреби створення інклюзивного класу.

Але для визначення першого рівня підтримки відбувається через засідання шкільної комісії, яке і визначає потребу у впровадженні підтримки. Керівництво

закладу загальної середньої освіти має проявляти інтерес в організації допомоги для таких здобувачів освіти. Директор школи повинен організувати роботу педагогічного колективу для виявлення необхідності у цієї групи здобувачів освіти та просвітницьку роботу з батьками, створити команду психолого-педагогічного супроводу. Спеціалісти мають провести аналіз та ухвалити можливість надання учневі підтримку першого рівня. Спираючись на отримані дані та загальну оцінку, заклад загальної середньої освіти формує відповідні висновки. До цієї групи відносяться учні з низьким рівнем готовності до школи, не пов'язаним із порушенням розвитку, діти з національних меншин, для яких українська мова не є рідною, діти з малозабезпечених родин. Команда психолого-педагогічного супроводу постановляє про надання здобувачеві освіти першого рівня підтримки та складає індивідуальну програму розвитку (ІПР), підтримка здійснюється ресурсами закладу освіти, при цьому додаткове фінансування закладу освіти не виділяється, а кількість дітей в класі чи групі є звичайною (Шевченко, 2021).

Інші рівні супроводу проводяться і зазначаються у висновку ІРЦ. На другому рівні уже з'являються підстави для створення інклюзивного класу та введення посади асистента вчителя, обов'язкове складання індивідуального плану розвитку і індивідуальної навчальної програми, у разі необхідності учень має забезпечуватись додатковим обладнанням, матеріалами, участю у додаткових корекційних заняттях. У класі може бути не більше 3 дітей із другим рівнем підтримки.

Третій рівень організовується при наявності у здобувачів освіти помірного ступеня прояву труднощів і таких дітей в класі має бути не більше двох. Може бути і асистент педагога, а спеціалісти можуть рекомендувати забезпечити асистента дитини та забезпечити учня додатковим обладнанням, участю в корекційних заняттях, яких має бути до чотирьох на тиждень і мають бути адаптовані навчальні програми, про що вказується в ІПР.

Четвертий та п'ятий рівні прийнято вважати найскладнішими. Варто зазначити, що у класі має навчатися лише один учень з труднощами тяжкого (четвертого) або найтяжчого (п'ятого) ступенів. Таким учням призначається асистент та здійснюється адаптація або модифікація навчальної програми відповідно до можливостей учня, призначаються додаткове фінансування на спеціальні засоби навчання для учнів цих рівнів. На четвертому рівні передбачено до шести корекційних занять на тиждень, на п'ятому – до восьми, з обов'язковим використанням альтернативних і спеціальних методів навчання, організації занять із самообслуговування тощо (Степанова-Камиш, 2022).

Особливістю є те, за висновками команди супроводу за участі представника ІРЦ та схваленням від батьків, заклад загальної середньої освіти може змінити рівень підтримки у рамках прилеглих до нього рівнів, якщо буде попередньо встановлено, що це позитивно впливатиме на процес навчання та спілкування здобувача освіти.

Отже, наразі визначено п'ять окремих рівнів підтримки здобувача освіти у закладах загальної середньої освіти. Вони різняться своєю структурою

та особливостями призначення. Головною метою кожного з цих рівнів є всеохоплююча підтримка здобувача освіти з особливими освітніми потребами, що передбачає попереднє схвалення команди спеціалістів, батьків учня та адміністрації закладу загальної середньої освіти.

ЛІТЕРАТУРА

Порядок організації інклюзивного навчання в закладах загальної середньої освіти, затверджений Постановою Кабінету Міністрів України №957.
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>

Степанова-Камиш, А. (2022). Рівні підтримки для дітей з ООП: що змінюється та які виклики. Нова українська школа.

<https://nus.org.ua/2022/02/07/rivni-pidtrymky-dlya-ditej-z-oop-shho-zminyuyetsya-ta-yaki-vyklyky/>

Шевченко, В. (2021). Освітні труднощі та рівні підтримки дітей з ООП: законодавство та типологія. *Всєосвіта*.

<https://vscosvita.ua/c/pedagogy/post/49736>

РОЛЬ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ УЧНІВ У ФОРМУВАННІ АНГЛІЙСКОМОВНОЇ ЧИТАЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ

Калініченко А. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Ніколаєва С. Ю.**

Доктор педагогічних наук професор

Київський національний лінгвістичний університет

В умовах глобалізації англійська мова стає необхідною для спілкування, навчання та професійної діяльності. Без належного розвитку вмінь читання неможливо повністю опанувати жодну іноземну мову. Однією з форм організації процесу формування іншомовної читачької компетентності учнів є самостійна робота, а враховуючи розвиток технологій, які популяризували дистанційне навчання, зосередження на самостійній роботі є дуже важливим в наш час і потребує детальнішого аналізу.

Проблемою формування іншомовної читачької компетентності займалася численна кількість дослідників: Alebel A., Anne P., August D., Shanahan T. та інші. Проте, питання самостійної роботи учнів під час формування англійськомовної читачької компетентності залишається не достатньо розкритим.

Тому, метою цього дослідження є визначення технологій застосування самостійної роботи у формуванні читачької компетентності англійської мови в умовах дистанційного навчання та визначення факторів та методів, які впливають на успішність формування даної компетентності у процесі самостійної роботи.

Методи дослідження: аналіз вітчизняної та зарубіжної наукової літератури з методики навчання читання англійською мовою; перегляд та аналіз онлайн вебінарів з проблеми.

Найголовніша перевага самостійної роботи учнів з читання англомовних текстів полягає у персоналізованому виборі джерел. Учень може обрати будь-який текст, що його зацікавить. Своєю чергою це сприяє більш вираженій мотивації до навчання та кращому засвоєнню прочитаної ним інформації. Самостійна робота надає можливість навчатися у власному темпі, не створюючи додаткового навантаження як, наприклад при опрацюванні тексту в класі. Для підвищення ефективності цього виду роботи вчителю необхідно правильно організовувати цей процес. Учитель має сформулювати інструкції щодо вибору текстів, ведення читацького щоденника та виконання завдань. Це допомагає учням запам'ятати нову лексику та поповнити свій словниковий запас. До того ж обговорення прочитаного матеріалу в Zoom, Google meet або на інших платформах допомагає закріпити знання та підвищити рівень іншомовної комунікативної компетентності. Як зазначає Ганна Дудіч на вебінарі “Розвиток навичок читання на уроках англійської мови: нові застосунки і форми роботи” (На урок, 2023), задля полегшення пошуку текстів можна використовувати мобільні додатки, навчальні платформи та сайти. Наприклад, такі сайти як lingua.com, learnenglish.britishcouncil.org та test-english.com, що дозволяють читати короткі тексти та виконувати тестові завдання до них. Також існують вітчизняні добре відомі сайти, такі як vseosvita.ua.

Варто згадати і труднощі, з якими можуть зіткнутися учні. Одна з них, про яку згадується у Методиці навчання іноземних мов і культур (Ніколаєва, 2013) – це відмінність або схожість орфографічних та графічних систем у рідній та іноземній мовах, що часто призводить до мовної інтерференції. Задля уникнення складностей із засвоєнням нової лексики та фонетичних норм читач може використовувати не тільки пошукові мережі, а й мобільні додатки, такі як Reverso, що дозволяє перекладати окремі слова, знаходити їх використання у контексті та озвучувати їх. До того ж, функція озвучування доступна навіть у застосунку Google перекладач.

Повертаючись до мобільних додатків, окремо варто пригадати про мобільний застосунок Library For All, який налічує велику кількість літератури з різною тематикою, має чітке поділення по рівнях знань, зручний інтерфейс та швидко реєстрацію з якою впораються навіть наймолодші школяри. Все це має і додаток Readable, який дає змогу читати безліч англомовних текстів, а також дивитися значення слів у тексті просто натискаючи на них.

Підсумовуючи вищесказане, варто зазначити, що у застосуванні самостійної роботи існує великий потенціал для формування англійськомовної читацької компетентності в умовах дистанційного навчання. Запровадження в навчання вищезгаданих додатків та сайтів позитивно вплине на навчання учнів, а використання сучасних технологій має полегшити опанування ними читацької компетентності.

ЛІТЕРАТУРА

- На Урок (2023, 23 лютого). Дудич Г. Розвиток навичок читання на уроках англійської мови: нові застосунки і форми роботи. [Відео] YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=eKBj8k_TdwU
- Ніколаєва, С. Ю., ред. (2013). *Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика: підручник для студ. класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів* (с. 269–278). Ленвіт. <http://rep.knlu.kyiv.ua/xmlui/handle/787878787/267>

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ АВТОМАТИЗОВАНОЇ HR-СИСТЕМИ HURMA В МЕНЕДЖМЕНТІ

Квасневська А. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Коваль Т. І.**

Доктор педагогічних наук, професор,

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному світі HR-системи (англ. Human resources – людські ресурси, персонал підприємства) використовуються як ключовий фактор у сфері управління персоналом на підприємствах. Їхні можливості, зокрема відбір кандидатів на посади, адаптація нових співробітників до роботи на підприємстві, ведення обліку робочого часу співробітників, проведення опитувань, рекрутинг, ведення звітності, обробка великих обсягів даних та забезпечення аналітичної підтримки, роблять їх незамінними для сучасного управління людськими ресурсами та організаційними процесами. У цьому контексті важливо розглянути як сильні сторони HR-систем, а також зосередитися на їхньому використанні для оптимізації роботи підприємства, що є важливим у забезпеченні ефективності та підвищенні конкурентоспроможності організацій. (Федак, 2025).

HR-системи – це програмні комплекси, призначені для управління людськими ресурсами автоматизації та оптимізації процесів управління персоналом на підприємстві. Вони мають змогу автоматизувати рутинні процеси, такі як нарахування заробітної плати, облік робочого часу, управління відпустками, що значно скорочує витрати часу і мінімізує можливість помилок, пов'язаних із ручним введенням даних. Інтеграція HRIS із загальною інформаційною системою підприємства надає можливість отримувати актуальну інформацію про стан персоналу, підвищуючи точність прийняття управлінських рішень. (SAP, 2025).

Але на сьогоднішній день існує безліч різноманітних систем, які мають свої недоліки та переваги, або особливості які притаманні лише їм. Тому перед керівниками компаній постає не зовсім легке запитання: яку саме HR-систему потрібно обрати для успішної і вдалої роботи.

Однією із найпопулярніших HR-систем на Україні є система HURMA, яка має весь необхідний функціонал для побудови цифрової інфраструктури підприємства. Система була створена наприкінці 2017 року як внутрішній продукт української IT-компанії IT Svit під керівництвом її засновника та CEO, Володимира Федака. (PeopleForce, 2025).

Система HURMA містить в собі безліч можливостей, які дозволяють HR-менеджерам та рекрутерам дуже швидко та якісно опрацьовувати будь-які запити, керувати всіма відділами, надавати вчасну підтримку працівникам та виконувати багато інших завдань за лічені хвилини. Ось декілька функцій системи, які роблять її незамінною в щоденній рутині HR-ів та інших спеціалістів: автоматизація багатьох HR-процесів; створення запитів самостійно працівників; наскрізна аналітика та звітність; ATS-система для рекрутингу; база знань, навчання та розвиток; система керування активами; відслідковування продуктивності, облік робочого часу, моніторинг настрою. Звісно, це не все. Система постійно оновлюється та покращується, а головне – завжди підтримує фахівців та дозволяє їм автоматизувати величезну частку їхніх задач. Програмне забезпечення оптимізує процес управління співробітниками, ведення обліку відсутності, управління цілями, спрощуючи рутинні завдання HR-фахівців. Для покращення продуктивності рекрутерів HRM платформа HURMA надає можливість розміщення вакансій на провідних порталах для пошуку роботи в один клік, а також автоматичний аналіз резюме кандидатів. Особливо варто відзначити той факт, що система навчається за допомогою вбудованого штучного інтелекту, що допомагає краще обробляти дані та вести статистику. (Федак et al., 2025).

До слабких сторін системи Hurma можна віднести обмежені можливості кастомізації, відсутність глибокої інтеграції з деякими ERP-системами, складність імпорту великих обсягів даних, недостатню підтримку міжнародних стандартів, відсутність модуля управління проектами.

Тому, якщо порівняти систему HURMA з іншою, наприклад BambooHR, до в останній буде переважати гнучкість кастомізації, більш розширена аналітика, підтримка міжнародних стандартів та інтеграція з ERP-системами. (Петерсон & Сандерсон, 2025).

Отже, система HURMA – це сучасна українська платформа для автоматизації HR- процесів, яка допомагає компаніям ефективно управляти персоналом і рекрутингом. Вона поєднує в собі інструменти для відстеження відпусток, лікарняних, вакансій та оцінки продуктивності співробітників, забезпечуючи зручність і швидко інтеграцію. HURMA оптимізує робочі процеси завдяки можливостям кастомізації та аналізу даних, що робить її ідеальною для бізнесів різних масштабів. Система дозволяє автоматизувати багато рутинних завдань, підвищуючи ефективність роботи HR-команд.

ЛІТЕРАТУРА

Федак, Володимир. (2025). ATS система та HRM платформа в одному рішенні. Офіційний сайт Hurma System.

<https://hurma.work/>

- Петерсон, Бен & Сандерсон, Раян. (2025) BambooHR.
<https://www.bamboohr.com/>
- SAP. (2025). Управління персоналом з SAP SuccessFactors.
<https://www.sap.com/ukraine/products/hcm.html>
- Hurma System: Задачі та виклики HRM: Все, про що вам варто знати. (2023, Березень 2).
<https://hurma.work/blog/zadachi-ta-vyklyky-hrm-vse-pro-shho-vam-var-to-znaty/>
- PeopleForce. (2025). Топ-5 HRM-систем
<https://peopleforce.io/uk/blog/porivniuyemo-5-hrm-system>

ПЕДАГОГІКА ПАРТНЕРСТВА – ОСНОВНІ ІДЕЇ, ПРИНЦИПИ ТА СУТНІСТЬ

Кузнецова М. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Кудіна В. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Педагогіка партнерства склалася як напрям педагогіки, що визначає систему форм організації, методів, прийомів освітнього процесу (виховання і навчання) на засадах гуманізму, а також творчого підходу до розвитку особистості. Науковці, що були залучені до вивчення цієї теми: В. О. Сухомлинський, Ш. А. Амонашвілі, А. С. Макаренко, О. Вишневський і колектив авторів-розробників Національної програми виховання дітей та учнівської молоді в Україні (Національна програма виховання дітей та учнівської молоді в Україні, 2004). Вони вважали, що учень має бути рівноправним учасником освітнього процесу, де кожен має проявляти повагу до особистості, її інтересів і вподобань. Крім того, для формування гарних відносин між вчителем та учнем неодмінним складником є: відповідальність, доброзичливе ставлення, довіра та розподілене лідерство.

В основі педагогіки партнерства – спілкування, взаємодія та співпраця між учителем, учнем і батьками. Учні, батьки та вчителі, об'єднані спільними цілями та прагненнями, є добровільними й зацікавленими співниками, рівноправними учасниками освітнього процесу, відповідальними за результат. Педагогіка партнерства визначає істинно демократичний спосіб співпраці педагога і дитини, який не відкидає різниці в їхньому життєвому досвіді, знаннях, але передбачає безумовну рівність у праві на повагу, довіру, доброзичливе ставлення і взаємну вимогливість. (Вишневський, 2006).

Педагогіка партнерства ґрунтується на таких ідеях (Вишневський, 2006; Запорожцева, 2019; Концепція “Нова українська школа”, 2016):

1. Навчання без примусу. Воно передбачає виключення примусу з арсеналу педагогічних засобів. Вчитель має володіти знаннями про дитячу психологію, прийомами мотивації та визнавати пріоритетність суб'єкт-

суб'єктної взаємодії в освітньому процесі. Цього можна досягти шляхом знайомства з теоретичними засадами гуманної педагогіки, переглядом уроків педагогів-гуманістів, участю у коуч-тренінгах із суб'єкт-суб'єктною взаємодією.

2. Ідея підвищеної складності завдань. Сутність ідеї полягає у тому, що перед усіма учнями ставиться складна мета. Водночас учитель має переконати, що учні зможуть подолати всі труднощі на шляху до поставлених цілей. При цьому вчитель має бути готовим до інноваційної діяльності.

3. Ідея опори полягає у наданні учням опорних знаків (символів, схем, таблиць, слів тощо) для забезпечення кращого розуміння, структурування, запам'ятовування матеріалу, а також для побудови відповіді. Передбачає вміння вчителя систематизувати, моделювати й перетворювати інформацію.

4. Вільний вибір. Полягає у наданні дитині свободи вибору у процесі навчання. Учнію надається право обирати тип завдання. Це стимулює учнів до розвитку креативу, допомагає зрозуміти власні вподобання та цілі.

5. Ідея випередження. Передбачає включення до програми більш складного матеріалу, об'єднання його в блоки, закладання перспективи вивчення теми наступного уроку. Спирається на такі якості особистості педагога, як прогностичність, стратегічне бачення педагогічної діяльності, відповідальність, здатність до стратегічного планування програми для кращого засвоєння учнями.

6. Ідея великих блоків. Ґрунтується на тому, що завдяки надаванню великого за обсягом блоку матеріалу легше встановити логічні зв'язки, виокремити головну думку або поставити та розв'язати проблему. Для успішної реалізації наведеної стратегії навчання педагогу потрібно мати такі якості, як: глибоке знання матеріалу, вміння систематизувати та інтерпретувати по-різному знання, а також володіти технологією інтеграції змісту навчального матеріалу;

7. Ідея відповідної форми. Урок за своєю формою має відповідати предмету, що визначається; реалізується через обізнаність, креативність, здатність розуміти мету занять і вести за собою учнів.

8. Інтелектуальне поле класу. Передбачає створення загальних життєвих цілей і цінностей у класі з метою розвитку здібностей і нахилів учнів, а також творчих здібностей кожної дитини.

9. Самоаналіз. Реалізує ідею колективного аналізу та оцінювання діяльності кожного учня. Вчитель має володіти прийомом рефлексії, емпатії, а також здатності аналізувати та розуміти власні дії, що реалізується через самопізнання.

Сучасним програмним документом держави, в якому зафіксоване бачення суспільства щодо реформування освіти в зазначеному напрямі, є Концепція Нова українська школа (Концепція Нова українська школа, 2016).

Неабияке значення відіграє участь держави в побудові індивідуальної освітньої траєкторії дитини. Саме завдяки гарно складеним освітнім програмам учні мають змогу здобувати знання у цікавий спосіб. Також вони допомагають особистості розвиватися поступово з урахуванням

вікових особливостей. Педагогіка партнерства допомагає реалізувати надані програми в демократичний спосіб на засадах компетентнісного підходу.

Сучасні тенденції у світі вимагають значних змін в українській педагогічній освіті. Для всебічного розвитку вчителя державі необхідно надавати достатньо освітніх ресурсів, які уможливають створення умов особистісного розвитку та підвищення педагогічних навичок майбутніх фахівців. Педагогіка партнерства – це невід’ємна частина освіти, яка транслює гуманне ставлення до особистості, педагогічну етику, взаєморозуміння та творчий підхід до навчання. Вона є основним складником якісних взаємовідносин, що спрямовані на розвиток і виховання всебічно розвинутої особистості з власними принципами та переконаннями.

ЛІТЕРАТУРА

Концепція “Нова українська школа”. (2016).

<https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/zagalna%20serednya/no-va-ukrainska-shkola-compressed.pdf>

Національна програма виховання дітей та учнівської молоді в Україні. (2004).

<https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v6-98601-04%23Text#Text>

Кравчинська, Т. С. (2017). Педагогіка партнерства – основні ідеї, принципи та сутність.

<https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/707221/1/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8.pdf>

Вишневецький, О. (2006). Теоретичні основи сучасної української педагогіки [Посібник для студентів вищих навчальних закладів]. Дрогобич: Коло. 326.

<https://pedagogy.lnu.edu.ua/departments/pedagogika/library/vyshnevsky.pdf>

Запорожцева, Ю. С. (2019). Основні принципи та критерії ефективного партнерства учасників освітнього процесу.

<https://conf.zippo.net.ua/?p=77>

ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТІ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ МОНОЛОГІЧНОМУ МОВЛЕННІ В УЧНІВ ОСНОВНОЇ ШКОЛИ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Лифар К. Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Борецька Г. Е.

Кандидат педагогічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

За останні десятиліття володіння англійською мовою стало невід’ємною частиною особистості сучасного члена міжнародної спільноти. Українська освіта намагається відповідати цим стандартам, тому в основу програмних

документів МОН України з вивчення іноземних мов закладено принцип формування компетентного мовця.

Зазначимо, що активне та свідоме формування вмінь монологічного мовлення можливе з 5-го класу, адже саме в цей час учень досягає рівень володіння англійською мовою A1, що забезпечує необхідні передумови для вправляння у складанні власних усних висловлювань. При укладанні вправ потрібно врахувати, що англійськомовне монологічне мовлення має низку особливостей: наявність чіткої логічної структури (вступ, основна частина, висновок), відповідність ситуації, використання мовленнєвих засобів виразності мовлення (інтонація та паузи, риторичні питання, емоційне забарвлення), зв'язність та когерентність, орієнтація на аудиторію. Окрім того, в учнів мають бути автоматизовані фонетичні, лексичні, граматичні навички в говорінні. Саме тому для реалізації цих завдань та забезпечення формування англійськомовної компетентності в монологічному мовленні потрібно створити умови максимально наближені до реального життя (Фаустова та ін., 2022). Відтак логічним є застосування інтерактивних технологій, що базуються на моделюванні життєвих ситуацій та рольових іграх (Ніколаєва та ін., 2015).

Існує велика кількість інтерактивних технологій навчання, наведемо кілька прикладів, які, на нашу думку, можуть бути застосованими з метою формування англійськомовної компетентності в монологічному мовленні. Так, технологія “Think – pair – share” використовується з метою залучення до процесу обговорення всіх або більшість учнів класу. Робота учнів згідно з цією технологією відбувається в три етапи: 1) виконання учнем завдання самостійно (обдумування певної проблемної ситуації); 2) обговорення отриманих результатів в парі; 3) підготовка колективної відповіді (може супроводжуватися презентацією, наочністю, вербальними або графічними прикладами) в малих групах. Таким чином всі беруть участь в роботі, відбувається поступове збільшення робочої групи, що дає учням поступово адаптуватися до роботи в групі та підготуватися до заключного монологу.

Ще однією дієвою інтерактивною технологією є “Круглий стіл”, завданням якої є обговорення певної проблемної ситуації та пошук способів її вирішення. Наприклад, під час вивчення теми “Професії” вчитель може запропонувати проблемне питання “What qualities do we need to be successful at work?”. Учні мають кілька хвилин на підготовку відповіді, далі усі по черзі висловлюють свої думки, а також учасники обговорення можуть ставити одне одному додаткові питання. Таким чином розвиваються вміння спонтанного монологічного мовлення та учні навчаються толерантно ставитися до альтернативних думок.

Схожою є технологія “Мозковий шторм”, яка передбачає продукування максимальної кількості ідей від найпростіших до абсурдних. Мета цієї технології – активувати застосування виучуваної лексики, практикувати вживання граматичних структур, розвивати зв'язне монологічне мовлення тощо.

На уроках англійської мови також може бути застосована техніка “Шість капелюхів”. Її завдання – проаналізувати певну ситуацію з різних позицій: фактичної інформації, емоційного наповнення, творчого потенціалу,

позитивних аспектів, негативних аспектів та загальної рефлексії. Клас ділиться на шість робочих груп і отримує певний колір капелюха, якому відповідає один з аспектів аналізу, вчитель зачитує ситуацію, задача учнів – підготувати виступ англійською мовою, що пояснює та аргументує конкретний аспект проблеми. Зазначимо, що обговорювана ситуація повинна носити особистісно орієнтований характер для учнів, інакше вона буде не зрозуміла та несприйнята.

Загалом інтерактивні технології є ефективним методом формування англійськомовної компетентності в монологічному мовленні, окрім того, вони допомагають залучити до активної роботи всіх учнів, сприяють розвитку комунікативних навичок, розвивають логічне та критичне мислення, формують толерантне ставлення до опонента, створюють “ситуацію успіху” і мотивують учнів до подальшої навчальної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА:

- Ніколаєва, С. Ю., Борецька, Г. Е., Майер, Н. В., Устименко, О. М., Черниш, В. В. (2015). *Сучасні технології навчання іноземних мов і культур у загальноосвітніх і вищих навчальних закладах*. 279–316.
- Зінченко, І. М. (2022). Формування комунікативної компетентності засобами інтерактивних технологій на уроках англійської мови. *Сучасна освіта в реаліях та перспективах: соціально-педагогічний аспект: збірник наукових і науково-методичних праць*. 68–72.
- Сахарова, Д. В. (2023). Використання інтерактивних технологій на уроках англійської мови. *Матеріали II-ї Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції “Соціально-освітні домінанти професійної підготовки сучасного компетентного фахівця”*. 178–183.
- Фаустова, І. А., Григор’єва, Т. Ю. (2022). Навчання монологічного мовлення учнів старшої школи на уроках англійської мови. *Матеріали IV Всеукраїнської студентської науково-практичної Інтернет-конференції “Актуальні проблеми навчання іноземних мов за професійним спрямуванням”*. <https://sites.google.com/view/currentproblemsteachfl/лінгво-методичні-аспекти-навчання-іноземних-мов-за-професійним-спрямуванням>

DEEPL TRANSLATE – СЕРВІС НЕЙРОННОГО МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ

Мартинюк О. Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Коваль Т. І.**

Доктор педагогічних наук, професор,

Київський національний лінгвістичний університет

Технології штучного інтелекту за останні роки зробили суттєвий крок уперед, не оминаючи всі види людської діяльності, зокрема і перекладацьку.

Штучний інтелект (ШІ, англ. Artificial intelligence, AI) – це розділ комп’ютерної лінгвістики та інформатики, який займається розробкою

інтелектуальних комп'ютерних систем і програм. Такі інтелектуальні системи, що базуються на нейронних мережах та мовних моделях, мають виконувати творчі функції, мисленнєві операції, які традиційно вважаються прерогативою людини, – розуміння мови, вміння навчатися, здатність міркувати, робити висновки та передбачати, вирішувати проблеми (Коваль Т. І., 2024).

На сьогодні технології ШІ широко використовуються в системах машинного перекладу, які здатні надавати переклади, що майже не відрізняються від перекладів, зроблених людиною. Це тому, що технології машинного навчання і їхні мовні моделі, які здатні навчатися, стають дедалі розумнішими і результати перекладів дедалі точнішими.

Одна із найпопулярніших на сьогодні систем машинного перекладу DeepL Translate, або просто DeepL, є сервісом нейронного машинного перекладу, запущений 28 серпня 2017 року та розроблений компанією DeepL GmbH (Linguee), що базується у Кельні, Німеччина. Це один із найпотужніших онлайн-перекладачів, що використовує ШІ та нейромережі для точного перекладу текстів. Сайт DeepL почав пропонувати переклади між 7 європейськими мовами, що поступово було розширено до 31 мов з 552 мовними парами. Крім того, між усіма цими мовами пропонується приблизна мовна еквівалентність, яка використовує двоетапний процес перекладу через англійську як опорну мову. (DeepL, 2025).

DeepL – це не просто перекладач, а комплексна платформа мовного ШІ, яка забезпечує організаціям ефективне спілкування між різними мовами, культурами та ринками.

Основними перевагами DeepL є:

1. Неперевершена точність і продуктивність. У діловому спілкуванні важливо дотримуватися високих стандартів. DeepL займає провідні позиції на ринку з точки зору точності.

2. Надійний захист. DeepL забезпечує найкращий у галузі захист даних. Завдяки підходу, який пройшов незалежну сертифікацію та відповідає міжнародним нормам, ми допомагаємо вашому бізнесу уникнути репутаційних і фінансових ризиків, пов'язаних з недотриманням вимог.

3. Комплексні інструменти для кожного випадку використання мови.

Онлайн перекладач DeepL продовжує вдосконалювати свої послуги, впроваджуючи нові функції та розширюючи підтримку мов. У листопаді 2024 року DeepL представив функцію голосового перекладу в реальному часі. Ця функція дозволяє перекладати розмови та зустрічі, що проводяться кількома мовами, у режимі реального часу. Вона доступна в додатках DeepL для iOS та Android. Підтримуються такі мови: англійська, французька, німецька, італійська, японська, польська, португальська, нідерландська, іспанська, шведська, турецька та корейська. DeepL додав підтримку словників для індонезійської, турецької, фінської, чеської та української мов, що покращує точність перекладу та зручність використання для носіїв цих мов. Величезна база даних із більш ніж мільярдом перекладів та запитів, а також метод перевірки перекладів на основі пошуку схожих фрагментів в Інтернеті створили міцну базу для навчання нової моделі. (Coldewey & Lardinois, 2017).

У сучасному цифровому світі автоматичні перекладачі відіграють важливу роль у міжкультурній комунікації. Серед найпопулярніших сервісів виділяються DeepL та Google Translate. Порівнюючи їх, DeepL забезпечує більш точний, природний та граматично правильний переклад у порівнянні з Google Translate. Він краще адаптує текст відповідно до контексту, що особливо важливо при роботі з офіційними документами та літературними текстами. Google Translate, хоча і підтримує більшу кількість мов, іноді спотворює зміст та використовує менш природні конструкції (Smolentseva, 2018).

DeepL – це потужний інструмент нейронного машинного перекладу, який демонструє високу якість та точність перекладу. Завдяки використанню нейронних мереж, сервіс здатний розуміти контекст та нюанси мови, що дозволяє отримувати більш природні та осмислені переклади порівняно з традиційними системами машинного перекладу. Отже, для високоякісного перекладу варто використовувати DeepL, особливо коли важлива точність та стилістична відповідність.

ЛІТЕРАТУРА

Коваль, Т. І. (2024). Технології штучного інтелекту в освітній діяльності студентів-перекладачів: аналіз систем машинного перекладу. *Матеріали Міжнародної науково-практичної відеоконференції “Ad ordem per linguas. До світу через мови”*, Видавничий центр КНЛУ, 396–398.

DeepL. (2025). Переосмисліть ділове спілкування з платформою мовного ІІІ від DeepL.

<https://www.deepl.com/uk/whydeepl>

Coldewey, Devin & Lardinois, Frederic. (2017, August 29). DeepL schools other online translators with clever machine learning. TechCrunch.

<https://web.archive.org/web/20180220060554/https://techcrunch.com/2017/08/29/deepl-schools-other-online-translators-with-clever-machine-learning/>

Smolentseva, Natalia. (2018, May 12). DeepL: Cologne-based startup outperforms Google Translate. Deutsche Welle.

<https://www.dw.com/en/deepl-cologne-based-startup-outperforms-google-translate/a-46581948>

ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РОБОТІ МАРКЕТОЛОГА

Микитенко А. Я.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Бесклінська О. П.**

Кандидат фізико-математичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Мобільні технології відіграють ключову роль у сучасному маркетингу, оскільки вони впливають на бізнес-стратегії, споживчу поведінку та дають

змогу компаніям взаємодіяти з клієнтами в режимі реального часу. Кількість користувачів мобільних пристроїв постійно зростає, і більшість людей використовують смартфони для доступу до інтернету, що значно перевищує частку користувачів настільних комп'ютерів. Завдяки збору даних про поведінку користувачів мобільний маркетинг спрямований на персоналізацію реклами та пропозицій, що підвищує залученість клієнтів і рівень продажів. Компанії активно аналізують дії користувачів мобільних пристроїв: що вони шукають, які додатки використовують і як реагують на рекламу, щоб підвищити ефективність своїх маркетингових стратегій (AppsFlyer, 2024).

Смартфони стали основним інструментом для перегляду відеоконтенту, читання новин і здійснення покупок, що змушує компанії адаптувати свої рекламні кампанії під мобільні платформи. Бренди розробляють мобільні додатки для надання ексклюзивного контенту, персоналізованих знижок і програм лояльності, що сприяє зростанню продажів і утриманню клієнтів.

Голосовий пошук (Mosby, 2025) та штучний інтелект стають важливими елементами мобільного маркетингу, оскільки все більше користувачів шукають інформацію за допомогою голосових команд. Інтеграція мобільних, онлайн- та офлайн-каналів дозволяє бізнесу забезпечити зручність для користувачів, створюючи єдиний досвід взаємодії з брендом. Віртуальна та доповнена реальність відкривають нові можливості для мобільної реклами, дозволяючи клієнтам взаємодіяти з продуктами ще до їхньої покупки.

За останні роки мобільна комерція зросла до 87.2 %, що робить смартфони головним інструментом електронної торгівлі, спрощуючи процес покупок для користувачів. Використання мобільних платежів, безконтактних транзакцій та цифрових гарантій стрімко зростає у всьому світі, роблячи процес купівлі швидшим і безпечнішим (Statista, 2025).

Соціальні мережі є одним із ключових каналів мобільного маркетингу, оскільки інтегрують рекламу, пряму комунікацію з клієнтами та можливість здійснення покупок безпосередньо в додатках. Компанії активно використовують push-сповіщення та SMS-маркетинг як ефективний спосіб миттєвої взаємодії з клієнтами, підвищуючи їхню залученість і рівень конверсії.

Оптимізація сайтів під мобільні пристрої впливає на поведінку споживачів і рівень продажів, оскільки користувачі віддають перевагу зручному інтерфейсу та швидкому завантаженню сторінок.

Завдяки геолокаційним сервісам компанії можуть націлювати рекламу на локальних споживачів, пропонуючи спеціальні знижки або акції на основі місцеперебування клієнта. Відеореклама для мобільних пристроїв стає популярнішою через високий рівень залучення користувачів, оскільки короткі відео краще сприймаються на мобільних екранах.

Використання чат-ботів у мобільному маркетингу сприяє покращенню комунікації між брендами та клієнтами, надаючи швидкі відповіді на запити в месенджерах та мобільних додатках. Збір і аналіз даних про поведінку користувачів мобільних пристроїв допомагає компаніям вдосконалювати свої маркетингові кампанії, пропонуючи персоналізований контент та ефективніші стратегії залучення клієнтів. Мобільний маркетинг дозволяє

брендам використовувати персоналізовані push-сповіщення, які надають клієнтам актуальні пропозиції та нагадування, що підвищує ймовірність здійснення покупки. Інтерактивна реклама, зокрема ігрові формати, що використовуються в мобільних додатках, значно збільшує рівень залученості користувачів і сприяє підвищенню впізнаваності бренду.

Отже, мобільні технології забезпечують доступ до необхідної інформації та ресурсів у будь-який час та в будь-якому місці. Це дозволяє маркетологам бути більш гнучкими та оперативними у своїй роботі, що є ключовим фактором успіху в сучасному конкурентному середовищі. Використання мобільних технологій у роботі маркетолога є важливим аспектом сучасного маркетингу. Мобільні пристрої, такі як смартфони та планшети, дозволяють маркетологам ефективно комунікувати з цільовою аудиторією, збирати та аналізувати дані, а також проводити рекламні кампанії в режимі реального часу.

ЛІТЕРАТУРА

- AppsFlyer. (2024, April 16). *App Tracking Transparency (ATT)*. AppsFlyer. <https://www.appsflyer.com/glossary/app-tracking-transparency>
- Mosby, A. (2025, February 22). *62 Voice Search Statistics 2025 (Usage & Trends)*. Yaguara. <https://www.yaguara.co/voice-search-statistics>
- Statista. (2025). *Statista – the statistics portal*. <https://www.statista.com/>

ПЛАТФОРМА WORDWALL ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ УЧНІВ 9 КЛАСУ ЗБСО

Мостова В. А.

*Національний університет “Чернігівський колегіум”
імені Т. Г. Шевченка*

Науковий керівник: **Стецьмах Д. О.**

Викладач

*Національний університет “Чернігівський колегіум”
імені Т. Г. Шевченка*

Вивчення лексики є важливою складовою іншомовної компетентності, незнання якої суттєво ускладнює вираження власних думок та розуміння думок інших. Разом з тим формування лексичної компетентності (ЛК) у 9 класі є довгим та кропітким процесом, тому що кількість лексичних одиниць (ЛО) значно зростає, а вчителі знаходяться в активному пошуку нових засобів, що можуть зацікавити дітей та мотивувати до роботи з новими словами. Одним із дієвих засобів удосконалення процесу формування ЛК є використання онлайн-платформи Wordwall.

Відтак, метою публікації є визначити переваги платформи для формування ЛК у закладах базової середньої освіти та навести приклади використання Wordwall на різних етапах формування ЛК учнів 9 класу.

Wordwall – це онлайн-платформа, що призначена для розробки інтерактивних ігор та друкованих матеріалів для учнів. Під час підготовки до уроку вчителю необхідно використовувати інструменти, які сприяють швидкому створенню навчальних завдань. Wordwall відповідає цій потребі, забезпечуючи широкий функціонал для організації навчання.

Розглянемо переваги використання сайту при формуванні ЛК учнів 9 класу детальніше. По-перше, платформа суттєво скорочує час на підготовку до занять, оскільки автоматично генерує завдання на основі введеного користувачем матеріалу. По-друге, сайт містить 34 шаблони, адаптовані для різних видів навчальної діяльності. Вони значно спрощують засвоєння великого обсягу ЛО учнями 9 класу. По-третє, платформа забезпечує доступ до широкого набору візуальних матеріалів, це звільняє вчителя від додаткового пошуку зображень. Крім того, сайт пропонує аудіосупровід із варіантами британської та американської вимови, що сприяє фонетичному опрацюванню нових ЛО.

Розглянемо можливі шляхи використання її на конкретних етапах формування лексичної компетентності учнів 9 класу. С.В. Смоліна виділяє такі етапи оволодіння ЛК:

1. Етап ознайомлення
2. Етап автоматизації

На етапі ознайомлення розкриваємо значення ЛО (Бігич та ін., 2013, с. 224). Для семантизації ЛО доцільно застосовувати шаблон Flash cards. Він дозволяє ознайомити учнів з новими ЛО за допомогою перекладного або безперекладного способу семантизації. Для опрацювання орфографічної структури ЛО можна задіяти Anagram, Spell the word.

Наведемо приклади вправ з використанням платформи:

1) Використаємо шаблон Flash cards, завдання: Repeat these words together after me.

2) Шаблон Anagram дозволяє практикувати написання слів; Name the thing in the picture and put letters in the correct order.

Етап автоматизації ЛО відбувається на рівні словоформи, вільного словосполучення, фрази або понадфрази (діалогічної або монологічної єдності і мінітексту) (Бігич та ін., 2013, с. 223) і передбачає такі групи вправ:

1) На розуміння ЛО можна залучити шаблони Match up, Find the match, Group Sort. Вони стануть хорошою альтернативою для звичайних вправ на поєднування слів із їхніми дефініціями.

2) Для відпрацювання слів або фраз на рівні фрази або речення застосуємо шаблони Complete the sentence, Unjumble, Matching pairs. Вони допоможуть створити рецептивно-репродуктивні вправи.

3) Вправи, що виведуть учнів на комунікацію створимо за допомогою шаблонів Spin the wheel, Speaking cards, Open the box. За допомогою них генеруємо завдання, де учні мають відповідати на питання, використовуючи ЛО.

Таким чином, при формуванні ЛК важливо не просто дати нові ЛО, але й створити такі умови для їх вивчення, щоб зацікавити учнів та полегшити

сам процес запам'ятовування. Онлайн-платформи, як-от Wordwall, роблять процес навчання захопливим та динамічним. Вони пропонують велику кількість шаблонів, які швидко адаптуються та готові до використання. З ними досить легко працювати, вчителям не потрібно витрачати багато часу для створення нових вправ, а учні будуть більш вмотивовані до вивчення ЛО, які є важливими для спілкування іноземними мовами.

ЛІТЕРАТУРА

- Бирюк О., & Стеченко Т. (2024). Шляхи використання онлайн-сервісу Wordwall у процесі навчання майбутніх учителів іноземних мов. *Вісник Національного університету "Чернігівський колегіум" імені Т. Г. Шевченка. Серія "Педагогічні науки"*, 183(27), 97–101.
<https://visnyk.chnpu.edu.ua/index.php/visnyk/article/view/670/707>
- Бігич О. Б., Бориско Н. Ф., Борецька Г. Е. (2013). *Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика* (С. Ю. Ніколаєва, Ред) Ленвіт.
- Wordwall. (б.д.). *Wordwall: Create better lessons quicker*.
<https://wordwall.net>

ВПРАВИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ В УЧНІВ 10 КЛАСУ ФРАНЦУЗЬКОМОВНОЇ ГРАМАТИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ГОВОРІННІ: АНАЛІЗ ПІДРУЧНИКА

Нора Р. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Зеня Л. Я.**

Доктор педагогічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Освітній процес з іноземної мови (ІМ) у навчальних закладах завжди пов'язаний із використанням різноманітних засобів навчання, з яких основним та найголовнішим є підручник. Згідно Українського педагогічного словника, підручник – “це книга, в якій викладаються основи знань з певного навчального предмета на рівні сучасних досягнень науки й культури” (Гончаренко, 1997, с. 260). Особливістю підручника з ІМ є його спрямованість на формування іншомовної комунікативної компетентності у єдності її складових: мовних, мовленнєвих, навчально-стратегічної і лінгвосоціокультурної компетентностей. Провідною функцією підручника ІМ є комунікативна (Редько, 2022), оскільки він сприяє розвитку здатності учнів використовувати ІМ як засіб міжкультурного спілкування.

Питання структури і змісту шкільних підручників ІМ висвітлювалися на сторінках наукової літератури в дослідженнях Н. Басай, О. Гузь, Ю. Клименко, О. Коломіної, С. Ніколаєвої, В. Плахотника, В. Редька, О. Пасічник, Н. Чумак, С. Schaer та інших. Науковцями обговорюються шляхи

вдосконалення шкільних підручників з ІМ з метою підвищення ефективності формування в учнів іншомовної комунікативної компетентності.

Метою публікації є висвітлення результатів аналізу змісту підручника як засобу формування в учнів 10 класу французькомовної граматичної компетентності в говорінні.

Об'єктом аналізу є підручник з французької мови для учнів 10 класу (Клименко, 2018). Відповідно до Програми з іноземних мов (2017) при усній взаємодії учні мають використовувати широкий діапазон простих мовленнєвих засобів у більшості ситуацій, які виникають під час подорожі чи перебування в країні виучуваної мови. Щодо лінгвістичного діапазону, а саме граматичного, учні закладів загальної середньої освіти вживають досить правильно поширені структури в передбачуваних ситуаціях; спеціалізованих шкіл з поглибленим вивченням ІМ – демонструють відносно високий рівень граматичного контролю, не припускаються помилок, які призводять до непорозумінь, добре володіють простими мовними структурами та деякими складними граматичними конструкціями, хоча з деякими неточностями.

Найважливішим компонентом граматичної компетентності є граматичні навички, які, за визначенням авторів Методики навчання іноземних мов і культур... (2013), характеризуються такими ознаками, як автоматизованість, гнучкість і стійкість, та формуються поетапно. Однією з передумов функціонування вміння висловлювати свої думки в усній формі (говоріння) є сформованість репродуктивних граматичних навичок.

З метою організації ефективного формування в учнів 10 класу граматичної компетентності в говорінні нами було проаналізовано підручник з французької мови (Клименко, 2018). Зміст підручника організовано в тематичні розділи: Unité 1. La vie scolaire. Unité 2. Les loisirs et le sport. Unité 3. L'art. та ін., як це передбачено Програмою з іноземних мов (2017).

На прикладі тематичного розділу “L'art” проаналізуємо способи представлення в підручнику граматичного матеріалу для ознайомлення учнів з граматичними явищами і структурами та вправи, метою яких є формування граматичної компетентності учнів в говорінні. Даний розділ містить 9 уроків, протягом кожного з яких, розглядається певний граматичний матеріал. Зокрема, заголовок “Un peu de grammaire”, де пояснюється граматична структура “La formation du Conditionnel”, виділено іншим кольором для зосередження уваги учнів, граматичний матеріал подано з використанням графічної наочності та ілюстративної таблиці. Аналіз вправ для формування граматичної компетентності в говорінні свідчить про те, що вони в цілому забезпечують поетапне формування репродуктивних граматичних навичок: некомунікативні вправи спрямовані на впізнавання початкової форми дієслова та відтворення його у Conditionnel Présent; умовно-комунікативні вправи передбачають організацію тренування у вживанні граматичної структури на рівні речення за зразком і без нього; комунікативні вправи містять мовленнєві ситуації, відповідно до яких організовується діалогічне мовлення з використанням умовного способу, інтерв'ю між учнями за темою уроку.

Пошук шляхів підвищення ефективності формування в учнів 10 класу граматичної компетентності в говорінні становить предмет подальшого дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

- Гончаренко, С. У. (1997). *Український педагогічний словник*.
- Бігич, О. Б., Борецька, Г. Е., Бориско, Н. Ф. та ін. (2013). *Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика*: підручник для студентів класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів / під загальн. ред. С. Ю. Ніколаєвої. Ленвіт.
- ІНОЗЕМНІ МОВИ (рівень стандарту, профільний рівень). Програма для 10-11-х класів ЗНЗ: Наказ МОН № 1407 від 23 жовтня 2017 року. Освіта. UA. Навчальні програми.*
<https://osvita.ua/school/program/program-10-11/58921/>
(дата звернення: 23.02.2025).
- Клименко, Ю. М. (2018). *ФРАНЦУЗЬКА МОВА (10-й рік навчання, рівень стандарту)*: підручник для 10 класу закладів загальної середньої освіти. Генеза.
<https://pidruchnyk.com.ua/1171-francuzka-10-klas-kllymenko-10.html>
(дата звернення: 22.02.2025).
- Редько, В. Г. (2022). *Шкільний підручник іноземної мови: проектування, конструювання, апробація*: монографія. Педагогічна думка.
https://undip.org.ua/wp-content/uploads/2023/01/Monohrafiia_Redko-2022.pdf
(дата звернення: 22.02.2025).

НАВЧАЛЬНІ ЗАСТОСУНКИ ЗІ ШТУЧНИМ ІНТЕЛЕКТОМ ЯК СУЧАСНИЙ ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ АНГЛІЙСЬКОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В УЧНІВ БАЗОВОЇ ШКОЛИ

Паршивлюк І. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Черниш В. В.

Доктор педагогічних наук, професор,

Завідувач кафедри педагогіки та методики навчання іноземних мов

Київський національний лінгвістичний університет

Стрімке зростання популярності цифрових технологій із вбудованим штучним інтелектом (ШІ) значно змінює освітній процес сьогодення, як в Україні, так і в усьому світі. Керівник британського коледжу Epsom College Ентоні Селдон в інтерв'ю "Teaching Times" заявив: "Штучний інтелект має найбільший вплив на освіту за останні 100 років" (Sir Anthony Seldon, 2024). Державний секретар з питань освіти Великої Британії Бріджит Філліпсон 22 січня 2025 року, даючи свою промову на виставці British Educational

Training and Technology (Bett), підкреслила важливу перевагу технологій зі штучним інтелектом, а саме делегацію перевірки та оцінювання завдань учнів, дозволяючи педагогам приділяти набагато більше часу своїй пристрасті – викладанню.

Водночас Міністерство освіти і науки України разом із Міністерством цифрової трансформації України вже опублікували інструктивно-методичні рекомендації щодо запровадження та використання технологій штучного інтелекту в закладах загальної середньої освіти (ЗЗСО). У першу чергу, це потрібно для поширення принципів і підходів до відповідального використання систем ШІ як у навчальних закладах, так і за їх межами.

Згідно із визначенням, що наведене в інструктивно-методичних рекомендаціях, “система ШІ (англ. AI system) – машинна система, яка на основі отриманих вхідних даних робить висновок щодо того, як генерувати результати (як-от прогнозування, створення контенту, надання рекомендацій або рішень), які можуть впливати на фізичне або віртуальне середовище” (Міністерство освіти і науки України [МОН] 2024).

Беззаперечно, важливим фактором є досвід пандемії, який показав необхідність цифрових рішень для безперервного навчання. Це дослідження дозволить визначити найефективніші ШІ-застосунки для формування англійськомовної комунікативної компетентності та шляхи їх інтеграції в освітній процес.

Відповідно до Державного стандарту базової середньої освіти, у школярів має формуватися ряд ключових компетентностей, зокрема у галузі техніки і технологій, інноваційності, здатності спілкуватися іноземними мовами та ін (МОН, 2020, para 6). ШІ-застосунки дають змогу адаптувати навчальний матеріал до рівня кожного учня, це сприяє індивідуалізації навчання кожного учня. Окрім того, на уроках англійської мови такі технології допомагають знизити мовний бар’єр і страх комунікації, створюючи комфортне середовище для ефективного формування комунікативної компетентності.

З огляду на значний потенціал таких інструментів, ми здійснили аналіз навчальних застосунків із вбудованим ШІ, розроблених для розвитку англійськомовної комунікативної компетентності в учнів базової школи (Див. Додаток А).

Таким чином, застосунки зі штучним інтелектом допомагають як учителям, так і здобувачам освіти. Такі новітні навчальні засоби роблять процес вивчення англійської мови більш персоналізованим, структурованим та доступним.

Перспективами подальших досліджень ми вбачаємо у розробці універсальних принципів добору навчальних засобів зі штучним інтелектом для ефективного формування в учнів базової школи англійськомовної комунікативної компетентності.

ЛІТЕРАТУРА

Department for Education and The Rt Hon Bridget Phillipson MP Speech (2025).
<https://surl.li/tmrloz>

Teaching Times and Sir Anthony Seldon: Bursting The AI Dam (2024).

<https://surl.li/ensfmp>

Міністерство освіти і науки України “ Державний стандарт базової середньої освіти” (2020).

<https://surl.li/dsjruz>

Міністерство освіти і науки України та Міністерство цифрової трансформації України “Інструктивно-методичні рекомендації щодо запровадження та використання технологій штучного інтелекту в закладах загальної середньої освіти” (2024).

<https://surl.li/xxzykc>

ДОДАТКИ

Додаток А

Характеристика навчальних застосунків зі штучним інтелектом (ШІ) для формування комунікативної компетентності учнів базової школи

№	Назва застосунку	Допомагає формувати компетентність	Основні можливості	Як допомагає у навчанні англійської мови?
1	Novel Ai	У письмі	- Генерує тексти, історії та креативне письмо; - Гнучкий у налаштуванні стилю письма	Розвиває творче мислення та креативність учнів; Тренує писати, які є більш зв'язними та мають логічну структуру (cohesion and coherence) Платформа вказує на наявні граматичні та стилістичні помилки
2	LingQ	У читанні та аудіюванні	- Пропонує тексти та аудіо для різного рівня володіння іноземною мовою; - Використовує ШІ для адаптації матеріалу відповідно до рівня здобувача освіти; - Дозволяє створювати особистий словник нових ЛО	Розширює словниковий запас; Поєднує читання та аудіювання; Надає широкий спектр автентичних матеріалів; Покращує розуміння прочитаного

№	Назва застосунку	Допомагає формувати компетентність	Основні можливості	Як допомагає у навчанні англійської мови?
3	ELSA Speak	Фонетичну	- Аналізує вимову та порівнює її із носіями мови; - Виправляє фонетичні помилки; - Розпізнає різні акценти англійської мови	- Навчає правильний інтонації; - Навчає правильний вимові різноманітних звуків англійської мови; - Розвиває фонематичний слух
4	Speak AI	У діалогічному мовленні	- Заохочує до розмови із віртуальним співрозмовником; - Аналізує швидкість відповіді, вимову та граматику учня; - Дає миттєвий зворотний зв'язок	- Навчає підтримувати діалог; - Зменшує мовний бар'єр; - Тренує надавати швидку відповідь співрозмовнику

ВИКОРИСТАННЯ CRM-СИСТЕМ В УПРАВЛІННІ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ З КЛІЄНТАМИ

Петрушкевич Є. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Коваль Т. І.**

Доктор педагогічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

В умовах стрімкого розвитку ринку та зростаючої конкуренції ефективне управління взаємовідносинами з клієнтами стає критично важливим для будь-якого бізнесу. Одним із ключових інструментів, що допомагає оптимізувати роботу з клієнтами, є CRM-системи (Customer Relationship Management). Ці системи забезпечують централізоване зберігання даних, автоматизацію бізнес-процесів та покращення аналітики, що сприяє підвищенню ефективності компанії.

У сучасному бізнес-середовищі ефективне управління взаємовідносинами з клієнтами є ключовим фактором успіху. Зростаюча конкуренція, збільшення вимог клієнтів до персоналізованого сервісу та необхідність оперативного прийняття рішень вимагають впровадження новітніх технологій. CRM-системи відіграють важливу роль у підвищенні якості

обслуговування, автоматизації процесів і покращенні аналітики взаємодії з клієнтами. Впровадження цих систем дозволяє компаніям оптимізувати роботу з клієнтами, підвищувати рівень лояльності та ефективніше керувати бізнес-процесами. (Що таке CRM-система та як вона працює?, 2025).

Метою роботи є аналіз використання CRM-систем у процесі управління взаємовідносинами з клієнтами, вивчення їхніх переваг, основних функціональних можливостей та тенденцій розвитку. Дослідження також спрямоване на визначення ключових факторів успішного впровадження CRM-систем у бізнес-діяльність, а також виявлення сучасних технологій та інновацій, що можуть підвищити ефективність цих систем.

CRM-система – це програмне забезпечення, яке допомагає компаніям управляти взаємовідносинами з клієнтами, аналізувати їхні запити та покращувати рівень обслуговування. Виділяють три основні типи CRM-систем:

- Операційні – автоматизують процеси взаємодії з клієнтами (продажі, маркетинг, обслуговування);
- Аналітичні – збирають та аналізують дані про клієнтів для прийняття стратегічних рішень;
- Колабораційні – забезпечують взаємодію між різними відділами компанії. (Управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), 2025).

CRM централізує всю інформацію про клієнтів і переговори в одному місці. З такою системою ваші менеджери мають доступ до історії взаємодії з клієнтом, його потреб і побажань, щоб не дублювати свою роботу з ними й пришвидшити укладання угоди. Вона автоматизує багато рутинних процесів, як ведення календаря зустрічей, нагадувань і звітності. Продавці можуть сконцентруватися на якісному обслуговуванні клієнтів, а не витрачати час на рутину. CRM дає можливість аналізувати ефективність продажів і виявляти тренди. Ви побачите, які продукти або послуги краще продаються, хто найуспішніший продавець, які клієнти приносять найбільший дохід, а значить управляти результатом на основі даних й оперативно приймати рішення щодо роботи відділу продажів. Зокрема й щодо того, коли саме знадобиться мотивація для менеджерів відділу продажів, щоб покращити їхні результати. Крім того, сучасні популярні CRM системи цілком хмарні. Продавці можуть отримати доступ до потрібної інформації з будь-якого пристрою в будь-який час. Це дає гнучкість і підвищує продуктивність.

До переваг використання CRM-систем на підприємстві науковці відносять:

- 1.Централізацію даних** – вся інформація про клієнтів зберігається в єдиній базі, що дозволяє швидко знаходити необхідні дані.
- 2.Автоматизацію бізнес-процесів** – CRM-системи дозволяють автоматично обробляти заявки, надсилати повідомлення та формувати звіти.
- 3.Підвищення продуктивності співробітників** – зменшення рутинних завдань дозволяє зосередитися на стратегічних цілях.
- 4.Персоналізацію взаємодії** – можливість створення індивідуальних пропозицій для кожного клієнта.

5.Покращення аналітики – системи надають детальні звіти та прогнози щодо поведінки клієнтів. (Переваги використання CRM систем для ефективної роботи компаній, 2023).

Сучасні CRM-системи активно розвиваються, впроваджуючи новітні технології такі як штучний інтелект (автоматизація аналізу даних та прогнозування поведінки клієнтів); хмарні технології (забезпечують доступ до системи з будь-якого пристрою); веб-технології (інтеграція з соціальними мережами дає змогу отримувати зворотний зв'язок та аналізувати реакції клієнтів у реальному часі).

CRM-системи є потужним інструментом для підвищення ефективності управління взаємовідносинами з клієнтами. Вони дозволяють покращити комунікацію, автоматизувати бізнес-процеси та підвищити лояльність клієнтів. Вибір та впровадження CRM потребує ретельного планування, проте результати у вигляді зростання продажів і покращення сервісу виправдовують витрачені зусилля. Запровадження сучасної CRM-системи – це інвестиція у майбутнє компанії, яка забезпечить її конкурентну перевагу на ринку.

ЛІТЕРАТУРА

Переваги використання CRM систем для ефективної роботи компаній. (2023, Березень 18).

<https://firtka.if.ua/blog/view/perevagi-vikoristannia-crm-sistem-dlia-efektivnoyi-roboti-kompanii>

Управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM). (2025).

<https://snov.io/glossary/customer-relationship-management-crm/>

Що таке CRM-система та як вона працює? (2025).

<https://www.creatio.com/ua/crm/what-is-crm>

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ ІГОР

Попова А. Б.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Бесклінська О. П.**

Кандидат фізико-математичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Теорія ігор є важливим інструментом для аналізу стратегічної взаємодії у ринковому середовищі. В умовах інтенсивної конкуренції компанії зазнають необхідність постійно аналізувати дії інших гравців, ринкові тенденції, оптимізувати власні стратегії, й саме завдяки використанню методів теорії ігор можливе виважене ухвалення управлінських рішень.

Теорія ігор – це розділ математичної науки, що вивчає стратегічні взаємодії в умовах конфлікту. Її розвиток розпочався з неокласичної економічної теорії, що досліджує поведінку “homo economicus” - людини, яка прагне мінімізувати витрати та максимізувати дохід. З середини

1980 - х років розпочалося застосування даних методів у менеджменті, та у маркетинговому управлінні безпосередньо, для проведення ринкового аналізу, дослідження доцільності змін витрат на рекламу, формування нового ціноутворення тощо.

Математична теорія ігор поділяється на два напрямки: теорія кооперативних ігор та некооперативних ігор. Відмінність полягає в прийнятті взаємовигідних рішень з урахуванням інтересів гравців та коаліцій в першому випадку, та прийнятті незалежних рішень у другому. З урахуванням сучасних ринкових умовин, для маркетингової діяльності використовуються переважно некооперативні ігри.

Класифікація моделей ігор поділяє їх за кількістю гравців (парні та множинні), за кількістю стратегій (з скінченою та нескінченою кількістю стратегій), за часом прийняття (статичні та динамічні), за характером виграшу (з нульовою та ненульовою сумою), за кількістю інформації (з повною та неповною інформацією), за видом функції виграшу (матричні, біматричні та ін.). Основні елементи ігри включають в себе: кількість гравців, правила та тип гри, множину профілів стратегії та функцію виграшу. Згідно роботи А.К. Діксита існує дві форми опису гри: розгорнута (надалі екстенсивна) та нормальна (Dixit & Skeath, 2015).

Теорія ігор використовується в маркетингу для створення моделей поведінки споживачів, програм лояльності, дослідження взаємодії с конкурентами, формування конкурентоспроможного ціноутворення, моделей цінових війн, планування товарного асортименту тощо. Даний математичний розділ застосовується у всіх випадках коли на прийняття рішень впливають інші гравці (конкуренти, споживачі, клієнти та ін.). Актуальність застосування полягає в властивості теорії ігор демонструвати наявні стратегії, способи їх удосконалення та прогнозування.

Стратегії, які використовуються в маркетинговій діяльності можуть бути: дискретними - коли гравець обирає з обмеженого набору варіантів, безперервними - в гравця існує можливість вибору значення в будь-якому діапазоні, та мішаними - умови за яких гравець обирає одну з дискретних стратегій з певною ймовірністю. Дискретні стратегії включають в себе: вибір пакування для продукту, одного методу доставки, запуску рекламної кампанії для одного каналу комунікації та ін., безперервні стратегії - вибір оптимального бюджету, коригування цін в залежності від попиту, кількість товарних одиниць для розміщення в точці продажу тощо, мішані - встановлення бажаних об'ємів продажів у відношенні 80 % покупок через фізичні магазини та 20 % через онлайн.

Для динамічних ігор з послідовними ходами використовується екстенсивна форма представлення, яка має графічне зображення у вигляді "дерева гри". Вона застосовується в маркетинговій стратегії для моделювання поведінки споживачів, ринкового середовища, фінансового планування виходу на ринок нової продукції, стратегічного ціноутворення, розподілу фінансових ресурсів та реакцію на маркетингові дії інших гравців. Ключовим аспектом для маркетингової діяльності є створення споживчих

шляхів, що дозволяє аналізувати зміну частоти покупок товарів в загальному й окремому обсязі (по брендам та категоріям) та споживчий кошик загалом.

У випадку динамічних ігор з одночасними ходами обирають матричну форму запису, яка демонструє всі можливі стратегії гравців та їхні виграші, в умовах відсутності інформованості про дії конкурентів. Їх застосування відбувається для аналізу розподілу ресурсів в умовах посиленої конкурентної боротьби, прогнозування маркетингових дій конкурентів, пошук рівноважних стратегій в конкурентному середовищі тощо.

Для статичних ігор також обирають матричну форму запису. Вони відбуваються, коли виробники приймають рішення про дизайн, властивості товарів, ціноутворення, переважно при вході на новий ринок та при знаходженні нової ніші, не маючи інформації про дії конкурентів через їх тимчасову відсутність або маловідомість. Така стратегія також може застосовуватися на ринках олігополії, де декілька провідних гравців визначають та координують цінову політику.

Застосування теорії ігор, в контексті маркетингового стратегічного планування та маркетингових стратегій, є надважливим інструментом ринкового дослідження в умовах волатильності та взаємозалежності між гравцями. Лише за умов визначення оптимальних стратегій компанія може утримувати власну позицію, зберігати та вчасно модернізувати запропоновану унікальну торгівельну пропозицію. Завдяки імплементації інструментів та моделей теорії ігор, маркетингові дії отримують чіткий базис та припиняють мати стихійний, реактивний характер. У майбутньому важливість та актуальність даного математичного розділу для управлінських напрямків лише зростатиме, через глибшу цифрову трансформацію суспільства, розвиток машинного навчання та збільшення обсягів неструктурованих обсягів даних.

ЛІТЕРАТУРА

Dixit, A. K., & Skeath, S. (2015). Games of strategy: Fourth International Student Edition. W. W. Norton & Company.

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Попович А. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Коваль Т. І.

Доктор педагогічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

На сьогодні історія розвитку технологій штучного інтелекту (ШІ) актуальна, оскільки вона може допомогти нам зрозуміти, як технології розвивалися, які виклики довелося подолати та які перспективи вони

відкривають. Аналізуючи минулі досягнення, ми можемо прогнозувати майбутні тенденції та уникати попередніх помилок. Також це важливо для етичних і правових питань, адже зростання потужності ШІ впливає на всі сфери життя – від медицини та бізнесу до освіти й мистецтва. Усвідомлення історії допомагає ефективніше інтегрувати ці технології в суспільство, зберігаючи баланс між користю та ризиками.

Метою роботи є вивчення ключових етапів еволюції ШІ, аналіз впливу наукових відкриттів на розвиток технологій та визначення перспектив подальшого розвитку. Також дослідження тенденцій, які сприяли формуванню сучасних систем ШІ і, оцінка їхнього впливу на суспільство та виявлення потенційних викликів і можливостей для майбутніх інновацій.

Може здатися, що технології ШІ вдаються як нові досягнення науковців, але насправді поняття штучного інтелекту з'явилися ще в 1950-х і основна проблематика з того часу змінилась не суттєво. До 1949-го року комп'ютерам не вистачало ключового елементу для того, щоб говорити про якийсь інтелект, а саме пам'яті. Вони могли виконувати команди, але не могли їх зберігати, так само як й інформацію про команди, які вони вже виконали. До того ж користування такими комп'ютерами було дуже дорогим задоволенням, доступним лише найпрестижнішим університетам та великим технічним компаніям. Так, в перекладі на сучасні гроші орендувати один комп'ютер на місяць коштувало близько \$200 тис. Тож серйозні дослідження у сфері штучного інтелекту потребували суттєвого фінансування, яке могло стати реальністю лише за наявності хоч якихось початкових результатів у цьому напрямі, а не лише образів розумної комп'ютерної програми з наукової фантастики. Першим таким результатом стала програма “Логічний Теоретик” (англ. Logic Theorist), яка імітувала людський підхід до розв'язання задач. Вона була представлена на науковій конференції у Дартмутському коледжі (Нью-Гемпшир, США) у 1956 році, де власне і вигадали поняття “штучний інтелект”.

1957-1974 роки стали періодом розквіту штучного інтелекту. Комп'ютери могли зберігати все більше інформації, ставали швидшими, дешевшими та доступнішими. Так само, покращувались алгоритми машинного навчання – комп'ютерні програми все краще справлялись з розв'язанням задач, а в 1966 році було навіть створено першого віртуального співрозмовника – Елізу, яка стала прототипом сучасних чатботів та віртуальних асистентів. (Койдан, 2020).

З 70-х років зусилля вчених зосередились на таких основних напрямках як розробка методів подання, тобто способів формулювання проблем таким чином, щоб їх можна було легко вирішити та методів пошуку, тобто доцільних способів управління ходом рішення завдання, щоб воно вирішувалося протягом реального часу за допомогою реальних засобів. Однак у ці роки штучний інтелект став предметом критики і зменшення фінансування. Період з 1974 року і до ранніх 1980-х назвали першою “зимою” штучного інтелекту. Дослідники штучного інтелекту не змогли адекватно оцінити складність проблем, з якими вони зіткнулися. Їх

надмірний оптимізм породив неймовірно високий рівень надій і очікувань, і коли обіцяні результати не змогли матеріалізуватися, фінансування припинилося. (Дмитерко, 2021).

Найбільшою перешкодою була недостатність обчислювальних потужностей. Наприклад, для того щоб функціонувати як віртуальний співрозмовник, машина повинна запам'ятати значення багатьох слів і розуміти їх значення у багатьох поєднаннях. Тодішні комп'ютери не могли зберігати необхідні обсяги інформації та обробляти їх достатньо швидко. Тож, надвисокий інтерес змінився розчаруванням. (Койдан, 2020).

1980-ті роки ознаменувалися бумом нейронних мереж. З розвитком комп'ютерних технологій з'явилися нові можливості для реалізації складних алгоритмів, які були теоретично розроблені раніше, але не могли бути реалізовані на практиці (Від мрії до реальності: Історія та досягнення штучного інтелекту, 2024). У 1980 році в Японії на базі університету Васеда почали розробку робота WABOT-217, який був завершений за чотири роки. Він спеціалізувався на музиці, міг читати ноти через свої "очі" (камери), спілкуватися з людьми та грати на електронному органі (Історія штучного інтелекту: цікаво про розвиток технології, 2024).

Отже, штучний інтелект пройшов складний шлях становлення, долаючи технологічні та фінансові бар'єри. Досвід минулого дозволяє краще розуміти механізми розвитку технологій і передбачати їхній подальший вплив на суспільство. Сучасний ШІ не лише розширює межі можливого, а й ставить перед людством нові виклики, зокрема щодо відповідального використання та інтеграції у повсякденне життя.

ЛІТЕРАТУРА

Койдан, К. (2020). Коротка історія штучного інтелекту. *Український тижень*.

<https://tyzhden.ua/korotka-istoriia-shtuchnoho-intelektu/>

Дмитерко, Н. А. (2021). Історія розвитку штучного інтелекту. *EDU BLOG*.

<https://edublog.com.ua/blog/id1306053891/posts/moi-publikatsii/istoriya-rozvytku-shtuchnoho-intelektu>

Від мрії до реальності: Історія та досягнення штучного інтелекту. (2024). *Mind Shape*.

<https://mindscope.biz.ua/vid-mriyi-do-realnosti-istoriya-ta-dosyagnennya-shtuchnoho-intelektu/>

Історія штучного інтелекту: цікаво про розвиток технології. (2024). *KY-IVSTAR BUSINESS HUB*.

<https://hub.kyivstar.ua/articles/istoriya-shtuchnoho-intelektu-czikavo-pro-rozvitok-tehnologiyi-chastina-1>

ТЕХНОЛОГІЯ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ У ФОРМУВАННІ В УЧНІВ ШКОЛИ АНГЛІЙСЬКОМОВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ДІАЛОГІЧНОМУ МОВЛЕННІ

Прохоренко Д. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Ніколаєва С. Ю.**

Доктор педагогічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному світі необхідно не лише знати англійську мову, а й вміти вільно використовувати її для спілкування в реальних ситуаціях. Діалогічне мовлення відіграє ключову роль у цьому процесі, оскільки передбачає не лише обмін репліками, а й здатність швидко реагувати та взаємодіяти з іншими. Проте традиційні методи навчання не завжди сприяють достатньому залученню в освітній процес та мотивації учнів.

На теперішньому етапі особливу увагу в методиці навчання іноземних мов приділено тому, як технологія доповненої реальності (англ. Augmented Reality або AR) може зробити навчання діалогічного мовлення більш ефективним. Завдяки зазначеній технології учні отримують змогу взаємодіяти з віртуальними співрозмовниками або працювати в командах над спільними завданнями в інтерактивному середовищі, що сприяє більш природному й динамічному освоєнню мови.

Мета нашого дослідження полягає у вивченні методики розвитку вмінь діалогічного спілкування англійською мовою в учнів базової школи за допомогою технології доповненої реальності. У процесі дослідження було визначено найбільш ефективні способи інтеграції AR-інструментів в освітній процес, а також створено комплекс вправ, спрямованих на вдосконалення мовленнєвої взаємодії.

Огляд сучасних досліджень і наукових публікацій з цієї тематики свідчить, що питання використання технології доповненої реальності для візуалізації навчального матеріалу досі залишається недостатньо вивченим, хоча ця технологія стрімко набирає популярність. Попри широкий спектр застосування AR у різних сферах – від бізнесу й економіки до ІТ – її дидактичний потенціал для освітнього процесу часто розкривається лише в ході практичного використання. Саме тому багато педагогів досліджують її можливості безпосередньо в процесі впровадження в навчання. Тему застосування технології доповненої реальності в освітньому процесі активно досліджували вітчизняні науковці, серед яких Д. Безуглий, Л. Білоусова, Н. Гончарова, А. Яровий, Ю. Єчкало, Є. Модло, С. Семеріков та інші.

Для досягнення поставленої мети нами було використано комплекс методів дослідження. На етапі теоретичного аналізу вивчалися наукові публікації вітчизняних авторів, що присвячені формуванню іншомовної компетентності у діалогічному мовленні школярів (наприклад, Ніколаєва,

2013; Черниш, 2013) і впровадженню технології доповненої реальності в освітній процес (Bonner, Reinders, 2018). Практичний аналіз цифрових ресурсів включав перегляд і аналіз відеоматеріалів, що демонструють використання цієї технології у навчанні.

Дослідження підтвердило, що впровадження AR-технологій в освітній процес значно покращує рівень сформованості вмінь діалогічного мовлення учнів. Нами виокремлено кілька ефективних підходів до інтеграції доповненої реальності в освітній процес. Насамперед *рольові ігри* в доповненій реальності. Завдяки AR-об'єктам та персонажам учні можуть відтворювати діалоги в різних ситуаціях: у магазині, аеропорту, лікарні тощо. Вони працюють у парах або групах, що допомагає наблизити навчання до реальних комунікативних умов. Ще один дієвий метод, *інтерактивні вправи* сприяють закріпленню мовленнєвих конструкцій. Використання AR-карток дозволяє учням відпрацьовувати фрази та мовні кліше. Навівши смартфон чи планшет на картку, вони отримують зразок діалогу, який потрібно повторити або продовжити. Значний навчальний потенціал має й *проектна діяльність з AR*. Учні створюють власні інтерактивні презентації, використовуючи доповнену реальність для представлення історій або діалогів. Такий підхід не лише розвиває мовленнєві навички та вміння, а й стимулює творче мислення та командну роботу.

Результати дослідження засвідчили, що використання технології доповненої реальності у навчанні діалогічного мовлення має низку значних переваг. Зокрема, воно підвищує мотивацію учнів до вивчення англійської мови, сприяє їхній активній залученості в процес спілкування, створює умови для природного закріплення мовленнєвих навичок, а також допомагає подолати мовленнєвий бар'єр і страх перед комунікацією. Запропоновані методи можуть бути ефективно інтегровані в освітній процес у вигляді комплексу вправ для формування англійськомовної компетентності у діалогічному мовленні школярів. Вони придатні для використання як на уроках англійської мови, так і в позакласній діяльності чи дистанційному навчанні.

ЛІТЕРАТУРА

- Ніколаєва С. Ю., ред. (2013). *Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика: підручник для студентів*. Ленвіт.
<http://rep.knlu.kyiv.ua/xmlui/handle/787878787/267>
- Черниш В. В. (2013). *Методика формування у майбутніх учителів професійно орієнтованої англійськомовної компетенції в говорінні: монографія*. Ленвіт.
https://scholar.google.com.ua/scholar?hl=uk&as_sdt=0,5&cluster=2128568265104254351
- Bonner E., Reinders H. (2018). Augmented and virtual reality in the language classroom: practical ideas. *Teaching English with Technology*. 18(3), 33–53.
https://www.researchgate.net/publication/328781217_Augmented_and_Virtual_Reality_in_the_Language_Classroom_Practical_Ideas

ТЕХНОЛОГІЇ ГЕЙМІФІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ В УЧНІВ СЕРЕДНЬОЇ ШКОЛИ КОМПЕТЕНТНОСТІ В АНГЛІЙСЬКОМУ ДІАЛОГІЧНОМУ МОВЛЕННІ

Сторчак К. Г.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Ніколаєва С. Ю.**

Доктор педагогічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Використання ігрових методів навчання для формування англійськомовної компетентності в діалогічному мовленні учнів середньої школи стає все більш **актуальним**. Застосування методів гейміфікації в освіті є важливим для підвищення пізнавальної активності, мотивації та ефективності навчання. Цій проблемі присвятили свої наукові розвідки численні вітчизняні та зарубіжні вчені (наприклад, О. Тарнопольський, В. Черниш, В. Таравська, Д. Хедфілд, Д. Хармер, Д. Ревелл, Д. Баун та інші).

У наш час мотивація відіграє одну з ключових ролей у набутті нових навичок, і перед учителем постає виклик - створити захопливе інтерактивне навчальне середовище, яке підвищує мотивацію учнів, покращує результати навчання та розвиває навички співпраці. Ігри активно інтегруються в освітній процес у школі. Впровадження ігрових технологій у навчальне середовище робить навчання цікавим і захопливим, розвиває інтерес учнів до знань, розширює їхні пізнавальні здібності. Використання ігор на уроках англійської мови сприяє розвитку монологічного та діалогічного мовлення, процесів мислення, творчих здібностей, а також вміню вільно спілкуватися та використовувати мову в повсякденному житті.

Гейміфікація – це використання елементів та технологій гри у неігровому контексті; в освіті її застосовують, аби ефективніше залучати студентів до навчання та підвищувати їхню мотивацію (Таравська, 2023). Її використання в середній школі є актуальним, оскільки інструменти, прийоми та методи, що застосовуються в іграх, підвищують ефективність засвоєння знань та підвищують інтерес до навчальної діяльності, тим самим покращуючи успішність учнів та розвиваючи вміння роботи в команді. Важливо зазначити, що гейміфікація полягає не у створенні повноцінних ігор, а в інкорпорації певних елементів.

Гра на уроці англійської мови має багатоступеневу мету – навчальну, розвивальну й виховну:

- допомагає пояснити ті чи інші мовні особливості;
- розвиває вміння навчальної діяльності;
- формує інтерес до досліджуваного предмета.

Ігрові технології можуть бути використані на будь-яких етапах уроку: введення нового матеріалу; автоматизації використання нового матеріалу на практиці; закріплення отриманих знань, навичок і вмінь; контролю сформованості мовленнєвих умінь. Рольова гра є широко використовуваним методичним прийомом у формуванні в учнів середньої школи компетентності в

англійському діалогічному мовленні. Вона визначається як спонтанна поведінка учня у відповідь на поведінку інших у гіпотетичній ситуації. Мета рольової гри – спонукати учнів імпровізувати в рамках заданої ситуації, виступаючи в ролі одного з учасників. Цей активний інструмент навчання допомагає активізувати мовленнєву діяльність учнів, розвивати вміння самостійно висловлювати думки, виховувати впевненість у собі. Він також сприяє, як зазначає Н. Симоненко (2024) створенню позитивного психологічного клімату в класі та залучає всіх учнів до активної мовленнєвої діяльності.

Для учнів рольова гра – це ігрова діяльність, де вони беруть на себе певні ролі і виконують їх. Вони можуть не усвідомлювати навчальний характер цієї діяльності, але вона має велике виховне значення. Рольові ігри допомагають згуртувати учнівський колектив, залучаючи сором'язливих або боязких учнів до активної діяльності. Вони також виховують, як зазначає Л. Карамушка у публікації “Рольова гра” (Енциклопедія освіти, с. 1040), свідомість, дисциплінованість, взаємодопомогу та вміння відстоювати свою точку зору. Існує кілька основних правил проведення рольових ігор, серед яких: ставити учнів у ситуації, які можуть виникнути в реальному житті; адаптуватися до ролі в заданій ситуації й поводитися так, ніби це реальне життя; зосередитися на комунікативному використанні мовних одиниць. Вона наближає мовленнєву діяльність на уроці до реального спілкування і дає можливість використовувати мову як засіб комунікації.

Існують різні форми рольових ігор, такі як презентації, інтерв'ю, прес-конференції, круглі столи, телеконференції, екскурсії, казки, репортажі, клуби за інтересами. Ці ігри можна використовувати для формування компетентності в англійському діалогічному мовленні у процесі опрацювання таких тем, як подорожі, шопінг, дозвілля та інших.

Отже, рольова гра є ефективним методом навчання іноземних мов. Вона допомагає розвивати комунікативні вміння учнів, сприяє створенню позитивного навчального середовища та залучає всіх учнів до активної мовленнєвої діяльності. Використання таких сценаріїв, як “Діалог у магазині”, “Я в чужому місті”, “Прес-конференція”, “Круглий стіл”, “Екскурсія” дозволяє наблизити вивчення мови до реальних життєвих ситуацій. Таким чином, рольові ігри як метод формування англійськомовної компетентності в діалогічному мовленні учнів мають значний потенціал для підвищення ефективності освітнього процесу.

ЛІТЕРАТУРА

- Симоненко Н. (2024). Гейміфікація як засіб підвищення мотивації та пізнавального інтересу студентів у процесі навчання іноземних мов. *Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства. СДУ*. 88–93. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91616>
- Теравська, В. (2023). Як застосовувати гейміфікацію у навчальному процесі. *Journalism teachers' academy*. <https://www.jta.com.ua/knowledge-base/yak-zastosovuvaty-heyymifikatsiiu-u-navchalnomu-protsezi/>

ІСТОРІОГЕНЕЗА ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ І СВІТІ

Тимченко М. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Кириленко В. Г.**

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Інклюзивна освіта – це сучасний підхід до навчання, що передбачає залучення усіх дітей до процесу здобуття освіти, незалежно від їхніх розумових, фізичних або соціальних особливостей. Протягом багатьох десятиліть діти з ООП залишалися осторонь навчального процесу та були позбавленні контакту з однолітками (Порошенко М. А., 2018).

Історія інклюзивного навчання почала активно розвиватися на початку ХХ століття, коли суспільство переосмислило своє ставлення до людей з особливими потребами. Генеральна Асамблея ООН ухвалила Декларацію про права інвалідів, у якій йдеться про те, що особи з інвалідністю мають ті самі права, що й інші громадяни їхньої вікової категорії. Проте до 1965 року у світі все одно продовжувала панувати так звана “медична модель”, при якому вважалося, що люди з інвалідністю це хворі люди, які мають бути ізольованими від “здорових” та повинні проходити довготривале лікування у спеціальних закладах.

Одним з підходів розвитку інклюзивного навчання у Європі та США була сегрегація, що у широкому значенні означає різновид дискримінації, при якому людей відокремлюють за расою, статтю та іншими ознаками на законодавчому рівні. У контексті інклюзивного навчання сегрегація – це навчання дітей з вадами розвитку в спеціальних навчальних закладах, що обмежувало їхнє соціальне життя та можливості розвитку. Крім того, що ставлення суспільства до дітей з інвалідністю, як до неповноцінних та “бракованих” є аморальним, так ще через те, що спеціальних навчальних закладів для учнів з ООП була меншість, вони часто знаходилися далеко від місця проживання здобувачів освіти.

Згодом суспільство почало помічати негативні наслідки такого навчання, що і стало кроком до впровадження інтегрованого навчання. Термін “інтеграція” походить від латинського слова “intergratio”, що перекладається як “поповнення”, “відновлення”. Інтеграція у контексті інклюзивної освіти – це процес включення учнів з ООП в загальноосвітні навчальні заклади, де вони навчаються з усіма іншими учнями.

У 2007 році було підписано Конвенцію про права осіб з інвалідністю, що передбачає захист прав та гідності людей з обмеженими можливостями. До керівних принципів, які лежать в основі Конвенції, належать: повне включення людей з обмеженими можливостями у суспільство, доступність, недискримінація та рівність можливостей. У 2017 році в Україні було ухвалено закон “Про освіту”, одним із ключових аспектів якого є акцент на інтегрованому навчанні, що дозволяє навчання осіб з обмеженими

можливостями та осіб, які не мають таких обмежень, передбачає забезпечення рівного доступу до освіти та однакової якості знань серед усіх здобувачів освіти. Це означає, що будь-який заклад має бути готовим надати безбар'єрність та адаптувати навчальні програми, методи навчання для учнів з ООП (Колупасєва А., 2009).

Серед переваг інтеграційного навчання учені, зокрема Софій Н.З. (2015.), виділяє те, що діти з обмеженими можливостями більше не почувають себе відстороненими від процесу навчання та не позбавлені контакту з однолітками. Перебування у такому середовищі позитивно впливає на розвиток учнів з особливими потребами, прискорюючи його. Діти вчаться спілкуватися, взаємодіяти та співпрацювати з іншими. Також вони отримують допомогу і підтримку від вчителя та однокласників. На сьогоднішній день учні з ООП мають можливість навчатися за індивідуальним освітнім маршрутом, який включає в себе план досягнення навчальних цілей, враховуючи особливі потреби та індивідуальні якості дитини.

Дослідження показують, що учні з особливими потребами, які навчаються в інклюзивних класах, досягають кращих результатів у навчанні та соціалізації порівняно з тими, хто навчається в спеціальних закладах. Спільне навчання розвиває критичне мислення, творчість і гнучкість, оскільки учні вчаться адаптуватися до різних ситуацій та приймати різні точки зору.

Проте в інтегрованому та в інклюзивному навчанні, як і в будь-якій системі освіти, є недоліки. Таке навчання вимагає певних затрат для закупівлі спеціального інтерактивного обладнання, облаштування зон для відпочинку та заміни вже наявних меблів у класі, що адаптовані для учнів з ООП. Також українські заклади освіти не можуть гарантувати учням з інвалідністю безбар'єрність. Більшість шкіл мають більше ніж один поверх, при цьому не мають ліфтів, пандусів, є наявними порогами, що створює складнощі при пересуванні. Саме такі зміни вимагають великих вкладень (Аргіропулос, Д., Вознюк, О. В., Давиденко, Г. В., & Якобчук, Л. М., 2016).

Отже, перехід від сегрегації до інтеграції інклюзивної освіти є важливим етапом у розвитку української освіти. Інклюзивне навчання забезпечує учнів з обмеженими можливостями будь-якого рівня складності якісною освітою, сприяючи їхній соціалізації та професійному розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

- Аргіропулос, Д., Вознюк, О. В., Давиденко, Г. В., & Якобчук, Л. М. (2016). Інклюзивна освіта: досвід і перспективи.
- Колупасєва, А. (2009). *Інклюзивна освіта: реалії та перспективи*. Саміт – Книга.
- Софій, Н. З. (заг.ред.), (2015). *Інклюзивний ресурсний центр: досвід проекту*. ТОВ "Видавничий дім "Плеяди".
- Порошенко, М. А. (заг.ред) та інші (2018). *Організаційно-методичні засади діяльності інклюзивно-ресурсних центрів*.

РОЛЬ ІНКЛЮЗИВНО-РЕСУРСНОГО ЦЕНТРУ У ВИЗНАЧЕННЯ ОСВІТНЬОГО МАРШРУТУ ДИТИНИ З ОСОБЛИВИМИ ОСВІТНІМИ ПОТРЕБАМИ

Ухналь К. І.

Київський національний лінгвістичний університет.

Науковий керівник: Кириленко В. Г.

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

За даними Софій Н.З. (2015), в Україні кількість дітей з інвалідністю становить понад 165 тис., а інклюзивною освітою було охоплено станом на 2014 рік тільки 2000.

Інклюзивно-ресурсний центр (ІРЦ) – це спеціалізована установа, яка забезпечує комплексну підтримку дітей з особливими освітніми потребами (ООП) з метою їх успішної інтеграції в освітній процес. Головним завданням ІРЦ є створення умов для надання якісної освіти та всебічного розвитку таких дітей, з урахуванням їх індивідуальних особливостей і потреб. А основною функцією ІРЦ є визначення освітнього маршруту дитини з ООП; проведення експертно-діагностичної оцінки розвитку дитини, здійснення інформаційно-аналітичної діяльності, реалізації організаційної та методичної функцій, консультування усіх учасників освітнього процесу з питань інклюзії в освітніх закладах, надання психолого-педагогічних, корекційно-розвиткових послуг, здійснення психолого-педагогічного супроводу, просвітницької роботи, підвищення кваліфікаційного рівня та фахової майстерності спеціалістів (Порошенко М., 2018).

Організація інклюзивного освітнього процесу починається в ІРЦ з комплексної оцінки розвитку дитини, що включає психологічне, педагогічне, фізичне, мовленнєве та соціальне тестування. Так глибока оцінка розвитку дитини здійснюється командою фахівців: психологами, логопедами, дефектологами або спеціальними педагогами, фізіотерапевтами або ерготерапевтами та іншими залученими вузькими спеціалістами.

За результатами проведеної комплексної оцінки розвитку дитини спеціалісти ІРЦ, які були залучені до роботи в складі комісії розробляють Індивідуальну програму розвитку дитини. В ІПР входять і рекомендації щодо форми освітнього процесу і змісту навчальної діяльності здобувача освіти. Варто зазначити, що віковий ценз від 2-3 років до завершення навчання у вищому навчальному закладі, тобто до 21 і більше років.

Для організації шкільного навчання ІРЦ може рекомендувати безпосередньо форму навчання інтегровану чи інклюзивну, денну чи з частковим відвідуванням занять, навчання в звичайному традиційному закладі освіти або в закладі спеціальної освіти, в яких навчання буде здійснюватися за спеціальними програмами адаптованими до потреб здобувача освіти; навчання з додатковими корекційними заняттями по

декілька раз на тиждень індивідуально чи в групі, використання спеціальних навчальних чи технічних засобів.

Рішення комісії ІРЦ є визначальним для побудови освітнього маршруту дитини, оскільки воно базується на всебічній оцінці її потреб та можливостей. Важливо зазначити, що освітній маршрут є гнучким і може коригуватися відповідно до змін у розвитку дитини або її освітніх досягнень.

Індивідуалізований підхід до діагностики та навчання, здійснення корекції дозволить дитині розвиватися у власному темпі, отримуючи необхідну підтримку як вдома, так і під час індивідуальних занять. А за умови покращення педагогічних і соціальних навичок, після повторного обстеження, може бути запропоновано часткове залучення до навчання у звичайному шкільному колективі.

Після оцінки дитини комісією ІРЦ, педагоги адаптують навчальний процес, враховуючи індивідуальні особливості дитини з ООП. Основні практичні дії включають: адаптацію програми: зміна темпу навчання, обсягу матеріалу, та методів оцінювання для відповідності потребам дитини; корекційні методики: спеціалісти (психологи, логопеди) проводять індивідуальні заняття, спрямовані на розвиток мовлення, когнітивних або соціальних навичок; спеціальні навчальні матеріали: використання візуальних засобів, інтерактивних методик, та технічних засобів (слухові апарати, сенсорні матеріали) для кращого засвоєння інформації; забезпечення умов: організація спеціального середовища в класі, яке мінімізує фактори, що здатні відволікати та стресори; співпраця з батьками та ІРЦ: регулярні зустрічі та корекція навчального плану для підтримки дитини на всіх етапах навчання.

Таким чином, інклюзивно-ресурсний центр (ІРЦ) відіграє ключову роль у забезпеченні якісної освіти дітей з особливими освітніми потребами. Завдяки комплексній оцінці фахівців, освітній маршрут дитини адаптується до її індивідуальних можливостей та потреб. Це сприяє інтеграції таких дітей в навчальний процес, дозволяє зменшити бар'єри у навчанні та допомагає їм досягти свого потенціалу. Співпраця між педагогами, фахівцями ІРЦ та батьками забезпечує всебічний підхід до розвитку дитини, роблячи освітній процес ефективнішим і комфортнішим.

ЛІТЕРАТУРА

- Колупаєва, А. (2009). *Інклюзивна освіта: реалії та перспективи*. Саміт – Книга.
- Софій, Н. З. (заг.ред.), (2015). *Інклюзивний ресурсний центр: досвід проекту*. ТОВ “Видавничий дім “Плеяди”.
- Порошенко, М. А. (Заг.ред) та інші (2018). *Організаційно-методичні засади діяльності інклюзивно-ресурсних центрів*.

ВИКОРИСТАННЯ ДОДАТКІВ ЗІ ШТУЧНИМ ІНТЕЛЕКТОМ ДЛЯ РОЗВИТКУ УМІНЬ ДІАЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ УЧНІВ СТАРШИХ КЛАСІВ НА ПРИКЛАДІ ЗАСТОСУНКУ “PRACTIKA”

Хамбір В. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Писанко М. Л.

Кандидат педагогічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Все більше сучасних технологій інтегруються в освітні процеси, зокрема в процес вивчення іноземних мов. Серед переваг таких інновацій є підвищений інтерес до вивчуваного предмету, поліпшена ефективність засвоєння і запам'ятовування інформації учнями, спрощена підготовка навчального і роздаткового матеріалу для вчителів. Одними з найпопулярніших таких інструментів є онлайн застосунки з використанням штучного інтелекту (ШІ), які дозволяють розвивати не лише лексичні, граматичні, навички слухання або письма, а й навіть говоріння.

Мета нашого дослідження полягає в аналізі ефективності одного з таких додатків – “Practika”, який використовує ШІ для симуляції діалогів та аналізу відповідей, таким чином розвиваючи уміння ведення діалогу-обговорення. Увагу зосереджено на тому, як цей інструмент може бути використаний для розвитку умінь діалогічного мовлення учнів, які не мають доступу до носіїв мови та традиційної розмовної практики. Крім того, в фокусі уваги є інтеграція навчання засобами ШІ у шкільну мовну освіту та можливі труднощі, з якими можуть зіштовхнутися користувачі таких застосунків. Враховуючи, що кількість наукових робіт, які детально аналізують ефективність ШІ саме у цьому контексті, обмежена, існує потреба в подальших розвідках для більш глибокого розуміння їхнього впливу на процес навчання.

Застосунок “Practika” – це мобільний онлайн додаток/застосунок, орієнтований на розвиток комунікативних навичок та умінь у вивченні іноземних мов (ІМ). Він використовує ШІ та аватари для створення інтерактивних розмовних практик, адаптованих до рівня учня. Користувачі можуть вибирати різні теми та напрямки для розмов коли заповнюють невеликий опитувальник під час реєстрації, а ШІ забезпечує зворотний зв'язок щодо лексичних одиниць, граматичних структур та стилістичної побудови речень. Цей додаток імітує реальні діалоги, аватари ставлять і підтримують запитання. Хоча патерн залишається незмінним (виправлення-похвала-відповідь-запитання) і не відтворює реальне спілкування повною мірою, воно максимально наближене до цього. Інтерфейс дозволяє записувати як голосові, так і письмові повідомлення в чаті з аватаром, це допомагає користувачам удосконалювати уміння не лише ведення усної бесіди, але і писемної комунікації.

Однією з основних переваг застосунку “Practika” є його адаптивність: додаток автоматично підлаштовує рівень складності завдань під індивідуальні мовленнєві уміння користувача, дозволяє отримати максимально релевантні завдання, сприяючи ефективному навчанню. Крім того, він надає детальний зворотний зв’язок у відповідь на повідомлення, що дозволяє користувачам відразу бачити свої помилки, можливі кращі варіанти висловлення, а також підкреслювати позитивні аспекти, стимулюючи подальший прогрес.

Застосунок пропонує альтернативу навчанню з приватними репетиторами, що робить його особливо привабливим для користувачів, які не мають достатніх фінансових можливостей. Преміум версія його досить дорога в порівнянні з ціньовою політикою інших додатків цього роду, проте безкоштовний доступ цілком задовольняє потреби здобувачів освіти.

Серед поширених недоліків таких застосунків/додатків іноді зустрічається неточність розпізнавання мови, особливо коли йдеться про розпізнавання різних акцентів або швидких мовленнєвих шаблонів, нечіткого мовлення тощо. Нерідко зустрічаються додатки/застосунки, які звично записують мовлення людини без орфографічних знаків, не розмежовуючи речення. Але серед низки проаналізованих застосунків “Practika” має перевагу використання ІІІ, який прогнозує, що саме користувач міг би сказати і записує живе мовлення без помилок. В цілому, попри згадані недоліки, використання подібних застосунків в закладах загальної середньої освіти може бути надефективним за умов правильного впровадження.

Для ефективної реалізації застосунку “Practika” на основі ІІІ в навчальному процесі він може бути запропонований в якості допоміжного інструмента на уроках іноземної мови для розмовної практики і в позаурочний час як самостійна робота. Також вчителі можуть інтегрувати його в змішану модель навчання за сучасних умов: дистанційно. Крім того, у груповій діяльності розмови на основі ІІІ можуть сприяти співпраці та підвищенню зацікавлення до вивчення іноземної мови. Поєднуючи навчання в класі з практикою, керованою ІІІ, застосунок може допомогти учням значно покращити уміння в діалогічному мовленні.

Так чи інакше, імплементація онлайн застосунків, таких як “Practika”, в традиційну мовну освіту пропонує суттєві переваги, незважаючи на деякі недоліки. Такі додатки/застосунки можуть служити ефективним доповненням до традиційних методів навчання й урізноманітнювати їх. При правильній реалізації, це може сприяти покращенню результатів навчання у процесі вивчення ІМ.

ЛІТЕРАТУРА

Офіційний сайт застосунку: <https://practika.ai/>

ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ ТА СТРУКТУРА ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ

Черепанова В. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Коваль Т. І.

Доктор педагогічних наук, професор,

Київський національний лінгвістичний університет

Інформаційні системи менеджменту (ИСМ) є невід’ємною частиною сучасного бізнесу, оскільки забезпечують ефективну обробку, аналіз і використання даних для прийняття управлінських рішень. Вони відіграють ключову роль у плануванні, організації, контролі та координації діяльності підприємств (Грицунов, 2010, с.121). Інформаційні системи створюють умови для швидкого та ефективного опрацювання інформації, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності організацій. Завдяки їх використанню підприємства можуть оперативно реагувати на зміни ринкового середовища, оптимізувати внутрішні процеси та підвищувати рівень взаємодії між підрозділами (Дегтяр, 2020, с. 76).

Функціональне призначення інформаційних систем менеджменту полягає у зборі, збереженні та обробці великих обсягів інформації, що допомагає приймати обґрунтовані рішення. Завдяки впровадженню аналітичних механізмів можна проводити глибокий аналіз тенденцій, прогнозувати можливі сценарії розвитку подій та виявляти проблемні аспекти в діяльності організації (Клименко, 2019). Використання автоматизованих систем дозволяє мінімізувати людський фактор та зменшити ймовірність помилок, що покращує якість прийняття управлінських рішень. Також інформаційні системи сприяють підвищенню рівня прозорості управління, що дозволяє керівникам оперативно отримувати доступ до актуальної інформації та приймати більш точні рішення (Азарова А. О., Юрчук Н. П., Нікіфорова Л. О., & Шиян А. А., 2024, с. 93).

Структура інформаційних систем менеджменту складається з кількох ключових елементів. По-перше, це апаратне забезпечення, яке включає комп’ютери, сервери, мобільні пристрої та інші технічні засоби, що забезпечують функціонування системи. По-друге, це програмне забезпечення, до якого належать операційні системи, бази даних, аналітичні платформи та спеціалізовані корпоративні програми, що дозволяють автоматизувати бізнес-процеси. Важливим компонентом є бази даних, які містять структуровану інформацію та забезпечують швидкий доступ до необхідних відомостей. Крім того, значну роль відіграє людський фактор, адже ефективне функціонування інформаційної системи залежить від компетентності працівників, які її використовують. Окремо слід виділити процеси, що регулюють обробку інформації та визначають логіку функціонування системи у межах організації (Грінцова, 2021, с. 45). Важливу роль відіграють засоби комунікації, які забезпечують взаємодію між

співробітниками, підрозділами та зовнішніми партнерами. Взаємозв'язок між цими елементами визначає загальну ефективність роботи інформаційної системи та її вплив на управлінську діяльність.

Інформаційні системи менеджменту мають значний вплив на управлінську діяльність підприємств. Вони сприяють автоматизації рутинних процесів, що дозволяє зменшити навантаження на персонал та підвищити ефективність роботи (Бутенко, & Сирий, 2020, с. 69). Окрім цього, такі системи забезпечують якісну взаємодію між різними рівнями управління, спрощуючи комунікацію та підвищуючи рівень узгодженості дій. Важливим аспектом є контроль та моніторинг діяльності організації, що дозволяє оперативно реагувати на відхилення від стратегічних цілей та коригувати напрямки розвитку компанії. Крім того, сучасні інформаційні системи дозволяють зберігати великі масиви даних та здійснювати їх швидко обробку, що сприяє точному аналізу ринкових умов і прогнозуванню майбутніх змін (Грицунов, 2010, с. 89).

Впровадження інформаційних систем менеджменту є необхідною умовою для успішного функціонування сучасних підприємств, оскільки вони забезпечують швидкий доступ до достовірної інформації, покращують координацію дій та сприяють оптимізації бізнес-процесів. Завдяки використанню таких систем компанії отримують можливість більш ефективно управляти ресурсами, мінімізувати ризики та адаптуватися до змін ринкового середовища (Азарова А. О., Юрчук Н. П., Нікіфорова Л. О., & Шиян А. А., 2024, с. 122). Постійний розвиток інформаційних технологій сприяє удосконаленню інформаційних систем менеджменту, що відкриває нові можливості для підвищення ефективності управлінських процесів. Крім того, цифровізація бізнесу сприяє впровадженню новітніх технологій, таких як штучний інтелект, великі дані та хмарні сервіси, що значно розширює можливості управління організаціями (Бутенко, & Сирий, 2020, с. 101).

Отже, у майбутньому інформаційні системи стануть ще більш адаптивними, інтегрованими та здатними до самонавчання, що підвищить рівень їх ефективності в бізнес-середовищі.

ЛІТЕРАТУРА

- Грінцова, Г. М. (2021). Інформаційні системи та технології в управлінні підприємством. КНЕУ.
https://eprints.kname.edu.ua/20889/1/Gritsunov_2.pdf
- Бутенко Т. А., & Сирий В. М. (2020). Інформаційні системи та технології. Харків: ХНАУ ім. В. В. Докучаєва.
https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/4849/1/INFO_SYSTEMS_20.pdf
- Грицунов, О. В. (2010). Основи інформаційного менеджменту. Харків: ХНАМГ.
https://eprints.kname.edu.ua/20889/1/Gritsunov_2.pdf
- Азарова А. О., Юрчук Н. П., Нікіфорова Л. О., & Шиян А. А. (2024). Інформаційні системи і технології. Частина 2: навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ.
https://pdf.lib.vntu.edu.ua/books/2025/Azarova_P2_2024_160.pdf

ТРУДНОЩІ ОРГАНІЗАЦІЇ АНГЛІЙСЬКОМОВНОЇ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УЧНІВ БАЗОВОЇ ШКОЛИ

Чубук А. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Устименко О. М.**

Кандидат педагогічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Організація англійськомовної проєктної діяльності учнів базової школи вимагає значних зусиль як від учителя, так і від самих учнів. Учитель може стикнутися з такими проблемами, як-от: брак часу для виконання проєктних завдань, використання учнями рідної мови замість виучуваної, велика кількість іншомовних помилок учнів, різні темпи роботи учнів і проєктних груп (Цимбал та ін., 2008, с. 13). Ще однією з труднощів використання проєктної технології в освітньому процесі є добір значущих для учнів проблем, які б відповідали тематиці навчальної програми. Крім того, впровадження проєктного навчання потребує певного часу і може здатися, що його складно збалансувати з вимогами програми (Focus on project-based learning).

Рівень володіння учнями іноземною мовою може стати значною перешкодою, особливо в проєктах, де опанування певного матеріалу є побічним продуктом взаємодії учасників проєктування. Учням з недостатнім рівнем володіння виучуваною мовою може бути складно виконувати певні вправи і завдання. Вчителю необхідно спрогнозувати на яких етапах проєктної роботи таким учням можна буде використовувати рідну мову, а на яких вони мають спілкуватись виключно іноземною мовою (Focus on project-based learning).

Рефлексія та само- й взаємооцінювання однолітків є важливими елементами проєктного навчання, але для формування в учнів базової школи рефлексивно-аналітичних умінь та вмінь користуватися інструментами само- й взаємооцінювання може знадобитися певний час. Тактовний обмін підлітками критичними зауваженнями може бути складним завданням навіть на уроках, які проводяться рідною мовою, тому вчителю англійської мови слід обережно розв'язувати це питання (Focus on project-based learning).

Під час проєктної роботи галас у класі є цілком нормальним явищем, особливо коли учні працюють у групах. Учитель має розуміти, що не завжди необхідно повністю позбутися шуму на уроці. Важливіше зберігати невимущену, але продуктивну атмосферу, коли активність одних учнів не перешкоджає роботі інших. Задля цього вчитель разом з учнями встановлює правила роботи в командах, яких усі дотримуються (Цимбал та ін., 2008, с. 13).

У методиці навчання іноземних мов виокремлюють такі групи труднощів проєктного навчання: організаційні, труднощі поточного моніторингу, психологічні (Устименко, 2016). Організаційні труднощі вчителя охоплюють розроблення проєктів, вибір теми і проблеми майбутнього проєкту, визначення цілей і завдань проєктної роботи, доступ до необхідних ресурсів, управління часом тощо. Наприклад, недостатній чи надмірний

час може суттєво вплинути на ефективність навчання. Також учителю слід уміти обирати об'єктивні критерії оцінювання проектної діяльності учнів.

Труднощі поточного моніторингу зумовлені різними рівнями розвитку навчальної автономії та навчально-стратегічної компетентності учнів. Учителю важливо оцінювати прогрес учнів, визначати їхні потреби і вчасно надавати навчальну підтримку. Для цього необхідно вміти користуватися і за потреби розробляти різні інструменти поточного контролю за процесом англійськомовної проектної діяльності учнів.

Психологічні труднощі можуть виникати через низьку мотивацію, стрес, тривожність учнів, низьку самооцінку, непорозуміння в групах під час співпраці над проектом. Учителю важливо створювати сприятливу, доброзичливу атмосферу для організації проектного навчання, застосовувати стратегії психологічної підтримки, що допоможуть підвищити впевненість і мотивацію учнів.

В умовах навчання під час війни вагому роль відіграє психологічна підтримка з боку вчителя. Постійні стресові ситуації, тривала невизначеність, страх негативно впливають на мотивацію підлітків до навчання і соціальної взаємодії. Учні можуть страждати від тривожності, емоційного вигорання, депресії, що відбивається на їхньому ставленні до навчання. Учні важко зосереджуватись під час уроків, концентрувати увагу на навчальному матеріалі, якщо вони постійно думають про небезпеку, що нависає над ними та їхніми близькими. У зв'язку з цим учитель має не лише забезпечувати повноцінний освітній процес, але й психологічно підтримувати учнів, створюючи безпечне навчальне середовище, в якому учні можуть розповісти про свої хвилювання. Український учитель сьогодні має володіти техніками емоційної підтримки учнів і бути здатним навчати учнів різних прийомів, які допомагатимуть їм адаптуватись до життя в умовах війни та не втрачати мотивацію до навчання.

Отже, труднощі, хоч і можуть виникати, не є непереборними перешкодами для успішної організації англійськомовної проектної діяльності. Вони, скоріше, є викликом для вчителя та учнів, стимулом розвитку нових стратегій та вмінь. Важливо зосереджуватися на позитивних аспектах проектного навчання, які сприяють формуванню в учнів ключових умінь 21-го століття ("soft skills"). Прогнозуючи і долаючи зазначені вище труднощі, вчитель удосконалює свою професійно-методичну компетентність, тому труднощі не повинні стримувати вчителя у прагненні до інноваційного викладання англійської мови.

ЛІТЕРАТУРА

- Устименко, О. М. (2016). Труднощі використання проектної технології навчання іноземних мов. У *Проектна діяльність як інструмент дослідження, навчання та інновацій*, 102–104. Видавець М. М. Лисенко.
- Цимбал, О. М., Тягайло, О. В., & Цимбал, П. В. (2008). *Проектна технологія, критичне мислення і громадянська освіта в процесі вивчення англійської мови*. Основа.
- Focus on project-based learning: expert advice on English language teaching*. (2022). Oxford University Press.

ФОРМУВАННЯ НІМЕЦЬКОМОВНОЇ ЧИТАЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТАРШОКЛАСНИКІВ У КОНТЕКСТІ ЦИФРОВИХ ТРЕНДІВ

Ярмолінська А. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Свиридюк В. П.**

Кандидат педагогічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Формування німецькомовної читачької компетентності старшокласників є одним із ключових завдань сучасної мовної освіти, особливо в умовах активного використання соціальних мереж та розвитку цифрових технологій. Це явище суттєво впливає на всі аспекти освітнього процесу, зокрема на навчання іноземних мов, яке не може обмежуватися лише традиційними методами, а потребує інтеграції сучасних підходів. Згідно з науковими дослідженнями (Бориско та ін., 2013), процес формування читачької компетентності включає кілька послідовних етапів: дотекстовий, текстовий та післятекстовий. На кожному з них необхідно застосовувати відповідні навчально-методичні матеріали, зокрема художню літературу, яка сприяє розвитку іншомовної комунікативної компетентності. Якість навчання у закладах загальної середньої освіти значною мірою залежить від системного підходу до формування навичок читання, сприйняття та розуміння іншомовного тексту, що, у свою чергу, підвищує ефективність навчального процесу.

Навчальні програми з іноземних мов для 10–11 класів (Міністерство освіти і науки України, 2017) визначають зміст і структуру навчально-пізнавальної діяльності учнів у процесі вивчення іноземних мов у закладах загальної середньої освіти. Відповідно до цих програм, формування читачької компетентності передбачає три основні етапи. На дотекстовому етапі ключову роль відіграє прогнозування змісту тексту, визначення основних тем і можливих контекстів. Текстовий етап зосереджений на сприйнятті, що сприяє глибшому розумінню тексту. Післятекстовий етап включає формулювання припущень, аргументацію власної точки зору та критичне осмислення прочитаного. З огляду на ці аспекти, очевидно є доцільність використання текстів сучасних німецькомовних авторів як ефективного засобу для розвитку зазначених умінь.

Важливим фактором є мотивація учнів, яка значно підвищується, якщо навчальні матеріали відповідають їхнім інтересам. Як зазначено в статті Deutsche Welle (2022), сучасні підлітки все більше цікавляться читанням завдяки популярним цифровим трендам, таким як BookTok – сегмент TikTok. Цифрові тренди розглядаємо як напрямки розвитку цифрових технологій. Аналіз цифрових трендів дає змогу прогнозувати розвиток конкретного економічного, технологічного та навіть соціального явища в майбутньому (UI Future, n.d.). Ці тренди можуть бути ефективно застосовані для інтеграції читання іншомовної літератури в освітній процес старшокласників.

Особливості навчання читання старшокласників, зокрема їхня здатність до самостійного мислення, високий рівень критичного аналізу та потреба в інтерактивних і креативних підходах, вимагають інтеграції новітніх технологій у освітній процес. Використання сучасної німецькомовної літератури не лише підвищує інтерес учнів старших класів до читання, а й сприяє ефективному засвоєнню іноземної мови. Оптимізація володіння іноземною мовою через цифрові тренди, про які йшлося раніше, може стати ефективним засобом для формування необхідних навичок та вмінь, зокрема для моделювання комунікативних ситуацій, що позитивно впливає на розвиток компетенції в читанні. Таким чином, запропоновані цифрові тренди можуть служити важливим інструментом у систематичному навчанні німецької мови та забезпечити якісну мовну освіту на сучасному етапі.

Важливо розглянути способи інтеграції сучасної німецькомовної літератури та цифрових технологій безпосередньо в уроки німецької мови. Одним з ефективних підходів є використання соціальних мереж, таких як TikTok, Instagram, Threads, як платформ для обговорення прочитаних книг або уривків, що дозволяє учням ділитися своїми думками та демонструвати рівень розуміння тексту. Також розробка завдань на основі уривків із творів сучасних німецькомовних авторів, таких як Керстін Гір або Анна Беннінг, може включати написання власних рецензій. Крім того, використання інтерактивних форматів, таких як читання за допомогою ігрових технологій на динамічних платформах, таких як Wordwall, Bamboozle, Educaplay, робить процес навчання динамічнішим.

Використання сучасної німецькомовної літератури не лише підвищує інтерес учнів старших класів до читання, а й сприяє ефективному засвоєнню іноземної мови. Водночас інтеграція цифрових трендів у освітній процес створює сприятливе середовище, яке мотивує учнів до читання. Це, у свою чергу, сприяє не лише формуванню компетентності читання, а й розвитку критичного, аналітичного і творчого мислення. Оптимізація володіння іноземною мовою через цифрові тренди, про які йшлося раніше, може стати ефективним засобом для формування необхідних навичок та вмінь, зокрема для моделювання комунікативних ситуацій, що позитивно впливає на розвиток компетенції в читанні. Таким чином, запропоновані цифрові тренди можуть служити важливим інструментом у систематичному навчанні німецької мови та забезпечити якісну мовну освіту на сучасному етапі.

ЛІТЕРАТУРА

Бігич, О. Б., Бориско, Н. Ф., Борецька, Г. Е. та ін. за ред. С. Ю. Ніколаєвої. (2013). *Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика: підручник для студ. класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів*. Ленвіт.

Український інститут майбутнього. (n.d.). *Україна 2030E – країна з розвинутою цифровою економікою*. UI Future.

<https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>

Міністерство освіти і науки України. (2017). Навчальні програми для 10–11 класів.

Deutsche Welle. (2022, October 18). BookTok: A hashtag changing the book industry. DW.

<https://www.dw.com/en/booktok-a-hashtag-changing-the-book-industry/a-63490273>

THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MODERN TEACHING OF FOREIGN LANGUAGES

Cherniushok L. Y.

National Linguistic University of Kyiv

Pyzh N. M.

Candidate of Pedagogical Sciences

National Linguistic University of Kyiv

Artificial intelligence is rapidly developing today and is at the forefront of technological progress and breakthroughs. Despite the widespread use of artificial intelligence in all areas of human existence, it is necessary to understand that artificial intelligence will never be able to replace humans. However, if we understand the importance of using and applying artificial intelligence as an auxiliary tool, we will be able to optimize our work within our professional and personal activities.

Artificial intelligence opens up great opportunities for learning and better assimilation of material. The biggest advantage of artificial intelligence is a personalized approach. Adaptive systems based on artificial intelligence can constantly adjust vocabulary, grammar exercises and pronunciation exercises according to the current level of each student. These systems analyze each interaction – the correct answer or incorrect pronunciation – and update the student's profile accordingly. This creates a customized learning path that can, for example, offer more corrective exercises or complex tasks based on the student's needs.

As Kolchenko (2018) explains, the effectiveness of such systems depends on the quality of the data generated by learners – “garbage in, garbage out” – which is crucial for accurately tailoring learning. By collecting detailed interaction data, AI can identify patterns in errors or gaps in knowledge. In language learning, this means that the system can spot recurring problems with verb conjugation or pronunciation of certain phonemes, and then automatically suggest targeted practice exercises.

To increase engagement and motivation, AI uses a great tool such as gamification in interactive learning. Incorporating gamification elements such as points systems, badges, and challenges keeps learners motivated. AI-powered programs can turn ordinary exercises into interactive games that reward progress. For example, a chatbot can simulate a conversation with a native speaker, offering

instant feedback on word choice and intonation. The effectiveness of AI systems depends on receiving accurate, high-quality data from students. If a student enters random or low-quality responses, the system may adapt inappropriately, potentially reinforcing errors rather than correcting them. While AI can deliver structured lessons, it may not be able to capture the subtleties of human communication, such as idioms, cultural references, and nonverbal cues that are essential for language acquisition. The richness of human interaction is something that modern AI is still struggling to fully emulate. The extensive collection of data required for personalization raises questions about data security and student privacy. Establishing clear ethical principles and standards is crucial to ensuring the protection of sensitive personal and educational data. Therefore, when implementing AI for educational purposes, it is worth considering the regulatory process to avoid abuse. If not used carefully, AI tools can only benefit those with high motivation and ready access to technology, thereby widening the educational divide. In language learning, this can mean that under-engaged or under-resourced students receive suboptimal support, further hindering their progress.

AI is already becoming an indispensable tool in the teacher's work, as it can perform routine tasks such as automatic grading, progress tracking, and personalized exercises, allowing teachers to focus on areas where human understanding is indispensable, such as cultural instruction, nuanced conversation practice, and emotional support. With AI performing administrative and repetitive instructional tasks, teachers can spend more time engaging in meaningful interactions, monitoring subtle aspects of student behavior, and adapting their teaching to meet individual needs. The true potential of AI lies in its ability to augment teachers, not replace them. As AI becomes an increasingly integral part of education, there is an urgent need to develop ethical frameworks and standards for its use. This includes guidelines for preventing plagiarism, eliminating algorithmic bias, and ensuring the pedagogical validity of AI recommendations. Educators need to be trained not only in how to use AI tools, but also to understand their limitations. Integrating AI literacy into teacher education programs can help teachers make informed decisions about when and how best to use these technologies in foreign language classrooms.

Future developments in natural language processing are likely to make AI systems even more adept at understanding and producing human language. This could lead to more effective virtual tutors that not only correct errors but also offer lessons with cultural context. Combining immersive technologies (such as augmented reality) with AI could create environments where students practice foreign languages in simulated real-life scenarios, increasing both language competence and cultural fluency. Governments and educational institutions should invest in digital infrastructure and create policies that ensure equitable access to AI tools. This includes supporting schools with limited resources and developing national strategies for integrating AI into education. Continued research into the impact of AI on language learning will be vital. Collaboration between educators, technologists, and policymakers can foster innovative solutions that maximize benefits and reduce risks.

ЛІТЕРАТУРА

- Kolchenko, V. (2018). Can modern AI replace teachers? Not so fast! *HAPS Educator*, 22(3), 249–252.
- Nykonenko, A. (2023). The impact of artificial intelligence on modern education: Prospects and challenges. *Artificial Intelligence*, 2023(2), 10–15.

PROBLEM SOLVING TECHNOLOGY IN TEACHING ENGLISH TO HIGH SCHOOLERS

Zhuchenko K.

Kyiv National Linguistic University

Scientific supervisor: **Pysanko M.**

CSc. (Pedagogy), Associate Professor

Kyiv National Linguistic University

To diversify the educational process, teachers have begun to use Problem Solving technology. Regardless of the fact that the technology was developed in the last century, it still remains as a useful element in learning and teaching foreign languages as it develops critical thinking skills in students and influences their ability to concisely prove their point. The current state of education in Ukraine is aimed at the formation of competencies in various fields (Bighich et al., 2013). In other words, the future graduate needs not only to study the information, but also produce their own thoughts and ideas on the suggested topics. Various technologies that are regularly used in the educational process help master the topic of the lesson more effectively. Problem Solving technology encourages students to freely express their own opinions and be critical of the situation being discussed in class.

Habitually, knowledge acquisition occurs through reading and studying long-standing statements, axioms, and rules. Problem Solving technology allows us to deviate from this approach in such a way that the student has the opportunity to independently study the problem and draw conclusions that will lead to its solution (Shvardak, 2017). To confirm or refute the importance of using this technology, we conducted a survey on the Google Forms platform among English teachers and high school students at comprehensive school of I-III levels No. 119, secondary comprehensive school No. 74, and specialized school No. 71 in the city of Kyiv. The results of the study were presented in the form of charts and diagrams. Answers to open-ended questions were presented in text format.

To obtain correct results regarding the study of the problem, we analyzed scientific publications and implemented questionnaires in the specified schools. Total number of respondents is 51 (8 teachers and 43 students respectively). The largest number of participants came from secondary school No. 74 (20 students and 5 teachers). 15 students and 3 teachers from specialized school No. 71

participated in the survey. Finally, we note 8 people from the general education school of I-III levels No. 119, who answered the survey questions, including 7 students and 1 teacher.

The study showed that the absolute majority of teachers (100 %) have responded that they do use Problem Solving technology in English lessons. Moreover, half of the surveyed teachers (50 %) have indicated that they use this technology to develop the formation of grammatical competence and others choose competence in speaking as their option. It is worth saying that 87,5 % of teachers mentioned that they would like to use this method more often, because this technology encourages students to learn English efficiently. To answer the open-ended question, teachers had to indicate how often they use this technology. The answers varied as follows: during the study of one topic, at the end of its study, once a month, etc. This shows that teachers have noticed the effectiveness of implementing such a methodology as English lessons become much more interesting.

Regarding the students that took part in the survey, it should be noted that more than half of students (58,1 %) has confirmed that they are familiar with Problem Solving technology. Alternatively, those who have answered that they do not know the mechanisms of this methodology agree to familiarize themselves with it. Also, about 55.8 % of respondents have said that such technology is used by teachers to form competence in speaking. The remaining part of the students (18.6 %) has noted reading competence. The answer related to grammatical competence has been chosen by 14 % of respondents, the rest of the people have chosen the one related to competence in listening. Students have also confirmed the effectiveness of implementing Problem Solving technology. Approximately 79.1 % of surveyed students have noted that due to this technology they study the presented topics in more detail, and therefore, their productivity has also been increasing.

Taking everything into account, it can be stated that Problem Solving technology has a positive effect on the development of students' knowledge in English. All surveyed teachers use this technology at the English language lessons and would like to implement it even more often. Students, in their turn, like to complete tasks provided with this technique. The methodology combines two important components of learning a foreign language: students' interest in the subject and the effectiveness of the tasks given in the classroom. However, the results of the study are not the final point in the research, as the problem requires further study.

REFERENCES

- Bighich, O. B., Borysko, N. F., Boretska, G. E. et al. (2013). *Methodology of teaching foreign languages and cultures: theory and practice* (S. Yu. Nikolae-va, Ed.). Lenvit. ISBN 9789668995811.
- Shvardak, M. V. (2017). Problem Solving technology in modern school conditions. *Physics and mathematics education: scientific journal*, 1(11), 124–127. <https://doi.org/ISSN-2413-158X>.

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ У МЕКСИЦІ

Анікеєнко С. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Лебедева І. М.

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Подієвий туризм – це вид туризму, що орієнтований на участь у різноманітних подіях, таких як фестивалі, спортивні змагання, культурні та мистецькі заходи, конференції, виставки, карнавали, святкування національних і релігійних свят тощо. Головною метою цього виду туризму є не просто відпочинок у традиційному розумінні, а активна участь або спостереження за важливими подіями, що проходять у різних місцях світу.

Унікальні тури, які поєднують традиційний відпочинок з участю в наймасштабніших подіях світу, набирають все більшої популярності. У рамках окремих заходів подієвий туризм виступає як стратегія маркетингу, спрямована на залучення туристів, причому іноді це лише додатковий сегмент, а іноді – основна частина бізнесу. З точки зору попиту, подієвий туризм включає як туристів, які спеціально подорожують для участі в конкретних подіях, так і тих, хто приїжджає на заходи, перебуваючи далеко від дому. Цей тренд дозволяє не тільки забезпечувати інтерес до подій, але й розширювати можливості для розвитку дестинації в цілому.

Мексика – країна, яка справжньою магією залишає враження навіть після короткого відпочинку. Тут кожен момент наповнений святковою атмосферою, а різноманітні фестивалі і заходи подарують незабутні емоції. На головних площах міст влаштовуються яскраві феєрверки, проходять концерти, насичуючи гостей нескінченною енергією свята.

Пляжі Мексики – це не лише місця для релаксу, а й центри яскравих подій, фестивалів і спортивних змагань, що приваблюють туристів з усього світу. На білосніжних пляжах Канкуна та Плайя-дель-Кармен щороку проходять грандіозні музичні фестивалі, такі як The BPM Festival та Zama Festival, де виступають світові діджеї. Рів'єра-Майя також є місцем для міжнародних змагань з дайвінгу, зокрема Cenote Diving Championships, що проводяться в унікальних підводних печерах.

Лос-Кабос приймає великі серфінгові турніри, такі як Los Cabos Open of Surf, а також престижні змагання з гольфу, куди з'їжджаються світові зірки цього спорту.

Окрім мальовничих пляжів, Пуерто-Вальярта відомий своїм Карнавалом та Міжнародним кінофестивалем, які щороку збирають артистів і кіноманів з усього світу.

На важливі події ресурси перетворилися деякі культурні традиції Мексики. Однією з найвідоміших подій є День Мертвих, коли мексиканці вшановують пам'ять своїх померлих родичів. Вони вірять, що душі померлих у цей день мають можливість відвідати своїх живих близьких, тому цей день наповнений не сумними, а позитивними емоціями. Свято відзначається з 31 жовтня по 2 листопада по всій Мексиці й бере свій початок ще з до іспанських часів. Його коріння сягає традицій майя, які поклонялися смерті. Під час святкувань вулиці наповнюються музикою, різнобарвними вівтарями, а місцеві жителі та туристи ласують традиційними солодкими черепами й “Pan de muerto” – ароматним хлібом з анісом та апельсиновими нотками. Фестиваль супроводжується яскравими процесіями, танцями та хороводами, які створюють незабутню атмосферу.

Крім того, Мексика відома своїми захоплюючими спортивними подіями, такими як гонки “Формули-1”. Гран-прі Мексики – це більше, ніж просто автоперегони. Це неймовірне шоу, де спорт, культура й шалена пристрасть фанатів зливаються в єдине ціле, створюючи одну з найяскравіших подій у календарі Формули-1. Перегони проходять на Autódromo Hermanos Rodríguez, трасі з багатою історією, розташованій у самому серці Мехіко. Її особливість – висота 2200 метрів над рівнем моря, що ускладнює завдання для команд: двигуни втрачають потужність, а гальмівні системи перегріваються швидше, ніж будь-де. Але найголовніше – це атмосфера. Відомий поворот “Форосоль”, що проходить через трибуни старого бейсбольного стадіону, – справжня арена глядачів. Тут тисячі фанатів шаленіють від кожного обгону, святкуючи, ніби це гол у фіналі чемпіонату світу з футболу.

Подієвий туризм у Мексиці – це яскраве поєднання культури, музики, спорту та традицій, що робить країну ідеальним місцем розважального туризму. Завдяки унікальним локаціям, теплому клімату та гостинності місцевих жителів Мексика продовжує приваблювати мандрівників, які шукають не просто відпочинок, а справжню атмосферу свята та пригод.

ЛІТЕРАТУРА

Кузьменко, Ю. (2023, 24 жовтня). *У Мексиці відзначають традиційний День мертвих*. Суспільне Культура.

<https://suspilne.media/culture/600881-u-meksici-vidznacaut-tradicijnij-den-mertvih-foto/>

Устименко, Л. М. (2013). Подієвий туризм як історико-культурне явище. *Культура і сучасність*, 1, 88–92.

Яросименко, А. (2024, 21 жовтня). *Високогірний етап у місті надії: розклад Гран-прі Мексики*. Чемпіон.

<https://champion.com.ua/ukr/autosport/formula-1-koli-vidbudetsya-ta-de-divitisya-gran-pri-meksiki-1014687/>

ОСОБЛИВОСТІ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТЕМАТИЧНИХ ПАРКІВ

Богдан Д. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Кучай О. В.

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Розвиток тематичних парків є важливим напрямом індустрії розваг, що значно впливає на економіку та культурний розвиток суспільства. Тематичні парки є комплексними розважальними об'єктами, які поєднують у собі атракціони, інтерактивні зони, шоу-програми, ресторани та готельну інфраструктуру. Вони не лише забезпечують якісний відпочинок для відвідувачів різного віку, а й сприяють розвитку туристичної галузі та створенню нових робочих місць.

Однією з ключових особливостей тематичних парків є їхня здатність створювати унікальну атмосферу, яка занурює відвідувачів у світ казки, фантазії чи історичних подій. Це досягається завдяки використанню сучасних технологій, таких як доповнена та віртуальна реальність, інтерактивні екрани, 3D та 4D ефекти. Крім того, тематичні парки часто використовують кінематографічні та театральні прийоми для створення ефекту повного занурення.

Серед сучасних тенденцій розвитку тематичних парків можна виділити такі тенденції, як інтеграція новітніх технологій, використання штучного інтелекту, робототехніки, доповненої реальності для персоналізації відвідувань та підвищення рівня комфорту. Наприклад, технології розпізнавання обличчя дозволяють скорочувати час очікування в чергах, а мобільні додатки допомагають у навігації парком та виборі оптимальних маршрутів. Екологічна відповідальність та розвиток екологічно чистих технологій, впровадження відновлюваних джерел енергії та програм утилізації відходів. Деякі тематичні парки вже використовують сонячні панелі та системи збору дощової води, що значно знижує навантаження на довкілля. Гейміфікація та інтерактивність впровадження ігрових механік у програму перебування гостей, що сприяє більш глибокому залученню та емоційному зв'язку. Тематичні квести, інтерактивні пригоди та рольові ігри стають невід'ємною частиною розважального процесу. Тематика та культурна адаптація, орієнтація на локальні культурні традиції дозволяє залучати більше відвідувачів та підтримувати національну самобутність. Наприклад, в Азії популярні тематичні парки, що базуються на місцевих міфах та легендах, тоді як у Європі часто використовуються історичні сюжети. Розвиток smart-технологій та впровадження мобільних додатків допомагають відвідувачам планувати маршрут, бронювати квитки та отримувати персоналізовані пропозиції. Деякі парки використовують

безконтактні браслети з технологією RFID для зручного доступу до атракціонів і здійснення покупок без необхідності носити з собою гаманець.

Глобалізація та міжнародна експансія проявилася у діяльності багатьох відомих тематичних парків, таких як Disney і Universal, які розширюють свою присутність на міжнародному рівні, адаптуючи свої концепції під регіональні особливості. Це сприяє збільшенню кількості відвідувачів та зростанню туристичних потоків. Крім того, сучасні технології, такі як віртуальна реальність та штучний інтелект, активно впроваджуються для підвищення якості відвідування та створення інноваційних атракціонів. Діджиталізація дозволяє паркам розробляти персоналізовані маршрути та покращувати взаємодію з відвідувачами. Також вплив пандемії COVID-19 суттєво вплинув на розвиток індустрії тематичних парків, змусивши операторів шукати нові рішення для забезпечення безпеки відвідувачів, таким чином було запроваджено безконтактні платежі, обмеження кількості відвідувачів та посилені санітарні заходи.

Загалом сучасні тематичні парки еволюціонують у бік підвищення комфорту, технологічної інтеграції та екологічної стійкості. Ці фактори визначають майбутній розвиток галузі та забезпечують її популярність серед різних вікових категорій. Інноваційні рішення, адаптація до культурних особливостей та екологічна відповідальність є ключовими аспектами, які визначатимуть майбутнє цієї сфери. Залучення новітніх технологій та інтерактивних елементів дозволяє створювати унікальний досвід для відвідувачів, що підвищує привабливість тематичних парків на глобальному ринку.

ЛІТЕРАТУРА

- EcoTourism World. (2024). *Sustainable Initiatives at the Best Theme Parks Around the World*.
<https://ecotourism-world.com/sustainable-initiatives-at-the-best-theme-parks-around-the-world>
- Peek Pro. (2024). *Theme Park Trends & Statistics*.
<https://www.peekpro.com/blog/theme-park-trends-statistics>
- Raha Engineering Workshop. (2023, August 21). *Eco-Friendly Approaches to Amusement Park Design*.
<https://rahaengineeringworkshop.com/2023/08/21/eco-friendly-approaches-to-amusement-park-design>
- Roller Software. (2024, February 19). *Seven New Theme Park Industry Trends and Statistics*.
<https://www.roller.software/blog/seven-new-theme-park-industry-trends-and-statistics>
- Tourism Quest. (2024). *The Future of Amusement Parks: Trends and Innovations on the Horizon*.
<https://tourismquest.com/2024/05/30/the-future-of-amusement-parks-trends-and-innovations-on-the-horizon>

ТРАДИЦІЙНА КАЗАХСЬКА КУХНЯ ЯК ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС

Богдан Д. Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Лебедева І. М.

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Сьогодні гастрономічний туризм стає важливим напрямком розвитку туристичної галузі. Подорожуючи різними країнами, туристи прагнуть не лише побачити визначні місця, а й спробувати місцеву кухню, яка є невід'ємною частиною культурної спадщини. Традиційна казахська кухня, сформована під впливом кочового способу життя, має унікальні страви, що можуть стати вагомим туристичним ресурсом.

Протягом багатовікової історії казахський народ, успадкувавши багаті традиції тюркських племен, сформував унікальну етнічну культуру, яка охоплює звичаї, традиції та самобутню кухню (Egamberdyev & Kunanbaeva, 2017). Казахська кухня є невід'ємною частиною загальної культури народу, що відображає його історичний шлях, спосіб життя та господарську діяльність. Вона формувалася під впливом природно-кліматичних умов, що сприяло розвитку кочового скотарства, яке визначило особливості харчування казахів.

Місцева кухня є невід'ємною частиною національної культури народу. Кулінарна культура важлива в рамках іміджевого проекту “Казахстан: країна великого степу” і в контексті потреби розвитку національного бренду (Tagmanov & Ulema, 2024). Нині місцева кухня набула характеру інструмента туристичної галузі країни, що привертає увагу мандрівників з усього світу.

Як туристичний продукт, казахська кухня використовується під час різних гастрономічних фестивалів. Подібні заходи, як-от Фестиваль казахської кухні та святкування Наврузу, приваблюють туристів та сприяють культурному обміну. Під час свят гості можуть скуштувати різні національні страви, адже як і багато інших народів, казахи створили багатий асортимент національних страв, що налічує понад 500 найменувань, які вирізняються гармонійним поєднанням кольору, аромату та смаку. Майстер-класи з приготування традиційних страв дають змогу туристам глибше зануритися в культуру Казахстану. Також фестивалі сприяють розвитку ресторанного бізнесу, підтримці локальних виробників та фермерів. Вони створюють нові можливості для кулінарного туризму, поєднуючи гастрономію з культурною спадщиною країни.

Гостинність – етнічна риса казахського народу, яка сформувалася під впливом кочового способу життя (Uyzbayeva et al., 2019.). Вона відіграє ключову роль у соціальних відносинах, підкреслюючи повагу до гостей та важливість спільної трапези. Саме тому застілля супроводжуються ритуалами гостинності, що є основоположним принципом казахської культури. Особливе значення має спосіб подачі страв, порядок розсадження гостей та дотримання етикету під час трапези. Господар будинку завжди приділяє особливу увагу прийому гостей, дотримуючись традиційних

норм і правил поведінки. Центральне місце в казахській культурі займає приготування особливих страв для гостей, таких як бешбармак, баурсаки та кумис, які символізують повагу та щедрість.

Казахська кухня є не просто системою харчування, а справжнім відображенням способу життя, історії та ментальності народу. Вона є живою культурною спадщиною, яка передається з покоління в покоління, зберігаючи свою самобутність та автентичність. Її унікальність полягає в поєднанні традиційних технологій приготування їжі, особливої гостинності та символічного значення кожної страви. Казахська кухня несе в собі глибокі соціокультурні аспекти, що відображають принципи взаємоповаги, єдності та духовної близькості між людьми. Проведення гастрономічних фестивалів робить Казахстан привабливим напрямом для любителів унікальної національної кухні, а інноваційні підходи, такі як використання цифрових платформ і соціальних мереж, допомагають розширити вплив казахської кулінарної спадщини на світову гастрономічну спільноту.

Таким чином, казахська кухня має значний потенціал як туристичний ресурс, здатний привабити гостей з усього світу. Її подальший розвиток як туристичного продукту не лише зміцнить національну ідентичність, а й сприятиме зростанню інтересу до Казахстану як унікального напрямку для гастрономічного туризму. Сьогодні казахська кухня не лише залишається важливою частиною національної ідентичності казахів, а й стає привабливим елементом туристичного інтересу, сприяючи розвитку гастрономічного туризму в Казахстані.

ЛІТЕРАТУРА

- Egamberdyev, M., & Kunanbaeva, A. (2016). The features of kazakh food. *KazNU Bulletin. History series*, 4(83), 281–285.
- Tagmanov, U., & Ulema, Ş. (2024). Gastronomy tourism potential of Kazakhstan: a research on SWOT analysis. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 2, 408–421.
- Uyzbayeva, A., Aubakirova, S., Kozhamzharova, M., Artykbayeva, G., & Ismagambetova, Z. (2019). Semiotics of traditional Kazakh food. *Opción*, 35(90–2), 742–754.

ДИНАМІКА СТАНОВЛЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ОСОБИСТОСТІ ПСИХОЛОГА

Брінк П. В

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Федько С. Л**

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Процес становлення функціональної особистості психолога є комплексним і багатоаспектним явищем, що передбачає одночасне оволодіння професійними знаннями, навичками та уміннями, а також

інтеграцію власних цінностей, переконань та світогляду в професійну діяльність. Формування особистості психолога охоплює як професійний, так і особистісний розвиток, самореалізацію та створення професійної ідентичності. Рефлексія, самопізнання, професійна самосвідомість і соціальна компетентність є основними елементами, які визначають ефективність психологічної діяльності та її динамічний характер. Становлення функціональної особистості психолога потребує не лише здобуття знань та вмінь, але й побудови цілісної професійної свідомості, яка включає усвідомлення власного “Я”, професійної ролі та соціальної відповідальності. Це дозволяє психологу не тільки засвоїти теоретичні знання, але й критично осмислити їх значення у практичній діяльності.

Професійне становлення психолога – це складний, багаторівневий процес, що поєднує в собі розвиток когнітивних, емоційних та рефлексивних аспектів особистості. Цей процес включає не лише оволодіння професійними знаннями та методиками, а й формування особистісної компетентності, інтеграцію психологічних структур і цінностей у професійну діяльність. Важливою особливістю професійного становлення є те, що воно не обмежується тільки професійною діяльністю, а охоплює також процес особистісного зростання через постійне порівняння власних переконань, цілей і цінностей з вимогами професії. Сутність становлення функціональної особистості психолога полягає у здатності поєднувати професійні знання з особистісними якостями, що забезпечує ефективність професійної діяльності. Це досягається через процеси рефлексії, критичного аналізу та інтеграції професійного досвіду з особистісними переконаннями.

Особистісний розвиток психолога є основою для формування його професійної компетентності та особистісної ідентичності (Бондаренко, О. Ф., 1996). Цей процес передбачає постійне самовдосконалення, осмислення власного досвіду та адаптацію до змін у професійній діяльності. Важливими складовими особистісного розвитку є рефлексивність, діалогічність та самопізнання. Рефлексивність є здатністю психолога аналізувати свої дії та переживання, критично оцінювати професійну діяльність та виявляти свої сильні й слабкі сторони. Це допомагає у визначенні особистісних проблем та шляхів їх подолання. Діалогічність передбачає здатність вести конструктивний внутрішній діалог, що сприяє розширенню професійної компетентності та самоактуалізації. Самопізнання є важливим аспектом підготовки психолога, оскільки він дає змогу краще розуміти власні реакції, емоції та мотивації. Це дозволяє більш чітко формувати професійні цілі, розуміти свої обмеження та переваги, а також знаходити оптимальні шляхи для досягнення професійної самореалізації. Самореалізація психолога є процесом реалізації свого потенціалу через професійну діяльність, пошук та ствердження свого місця у професійному середовищі. Вона включає розвиток індивідуального стилю діяльності та створення унікального підходу до роботи, що базується на особистісних переконаннях, цінностях та життєвих стратегіях.

Соціальна компетентність є однією з ключових характеристик функціональної особистості психолога, оскільки вона визначає його здатність

до ефективної взаємодії з клієнтами, колегами та соціальним середовищем загалом. Цей компонент професійної діяльності інтегрує когнітивні, емоційні, рефлексивні та поведінкові аспекти, що дозволяє встановлювати позитивні стосунки та налагоджувати конструктивну взаємодію. Розвиток соціальної компетентності психолога залежить від його здатності усвідомлювати свою роль у професійній діяльності, адекватно оцінювати свої дії та їх наслідки, а також знаходити шляхи для вдосконалення своєї взаємодії з іншими людьми. Професійна самосвідомість психолога формується через усвідомлення своїх професійно значущих якостей, аналіз власних дій та їх узгодження з етичними та професійними стандартами. Саморефлексія є основою цього процесу, оскільки вона дозволяє усвідомлювати свої обмеження, виявляти сильні сторони та розробляти шляхи їх удосконалення (Панок В. Г., 2013; Дружиніна І., 2011). Внутрішній діалог і критичний аналіз власної діяльності є важливими елементами професійного розвитку, які сприяють розширенню професійних можливостей та досягненню високої якості психологічної практики.

ЛІТЕРАТУРА

- Бондаренко, О. Ф. (1996). *Психологічна допомога особистості: [учбовий посібник для студентів старших курсів психологічних факультетів та відділень університетів]*. Фоліо.
- Дружиніна, І. (2011). Професійне становлення майбутніх психологів: теоретико-методологічний аналіз проблеми. *Український науковий журнал "Освіта регіону"*, (2011), 425.
- Панок, В. Г. (2013). Професійне становлення практичних психологів: досвід і перспективи. *Психологія і суспільство*, (3), 135.

ВПЛИВ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА МІЖСОБИСТІСНІ СТОСУНКИ ОСІБ ЮНАЦЬКОГО ВІКУ

Власенко Д. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Бондаренко О. Ф.**

Доктор психологічних наук,

професор кафедри психології і туризму

Сучасні суспільні трансформації, зокрема стрімкий розвиток інформаційних технологій, зростаюча соціальна мобільність та зміни в характері міжособистісної взаємодії, зумовлюють підвищену значущість емоційної компетентності як ключового чинника ефективного соціального функціонування особистості. В умовах динамічного соціального середовища юнацький вік є критичним періодом формування навичок емоційної регуляції та міжособистісної взаємодії, що визначає подальшу соціальну адаптацію, рівень психологічного благополуччя та якість стосунків у дорослому житті.

Одним із важливих аспектів соціальної взаємодії є емоційний інтелект – інтегральна здатність особистості розпізнавати, розуміти, керувати власними емоціями та емоціями інших людей. Дослідження у психологічній галузі (Д. Гоулман (D. Goleman), П. Сэловей (P. Salovey), Дж. Мейер (J. Mayer)) підтверджують, що високий рівень емоційного інтелекту сприяє налагодженню ефективної комунікації, зниженню конфліктності та підвищенню соціальної компетентності. Водночас недостатній рівень розвитку емоційного інтелекту може ускладнювати міжособистісні стосунки, провокувати труднощі в комунікації та сприяти розвитку соціальної ізоляції (Бабяк, О. О., 2020; Маннапова, К. Р., 2012).

Актуальність даного дослідження зумовлена необхідністю виявлення специфіки впливу емоційного інтелекту на міжособистісну взаємодію осіб юнацького віку, що дозволить розробити ефективні психологічні стратегії для оптимізації соціальних контактів, попередження конфліктів та підвищення рівня соціально-психологічної адаптації. Зокрема, дослідження механізмів цього впливу може сприяти розробленню профілактичних і корекційних програм, спрямованих на формування емоційної грамотності, розвитку навичок саморегуляції та соціальної перцепції у представників юнацької вікової категорії.

Таким чином, дослідження взаємозв'язку між рівнем емоційного інтелекту та якістю міжособистісних стосунків у юнацькому віці є важливим як у теоретичному, так і в практичному аспектах. Воно сприятиме розширенню наукових уявлень про роль емоційного інтелекту в соціальній адаптації особистості та забезпечить емпіричні дані для подальших розробок у галузі психологічної науки та практики.

Аналіз наукових джерел з досліджуваної проблематики (Бабяк, О. О., 2020; Носенко, Е., 2004; Маннапова, К. Р., 2012) засвідчив, що теоретичне осмислення та експериментальне вивчення феномену емоційного інтелекту здійснювалося багатьма зарубіжними науковцями. Зокрема, концептуальні засади дослідження емоційного інтелекту були розроблені у працях таких дослідників, як D. Caruso, D. Goleman, P. Salovey, J.D. Mayer, R. Bar-On, J.V. Ciarrochi, D. Sluiter, R. Roberts, G. Matthews, M. Zeidner, P. Lopes, R. Sternberg, J. Block та M. Kets de Vries, G. Orme. У їхніх роботах емоційний інтелект розглядається як складова соціального інтелекту, що включає здатність усвідомлювати, розрізняти та управляти як власними емоційними станами, так і емоціями оточуючих. Важливим результатом цих досліджень стало створення методологічних підходів до вимірювання рівня емоційного інтелекту та його ролі у когнітивних та поведінкових процесах особистості.

Українські вчені, зокрема Є. Іванова (2006), К. Маннапова (2012), Носенко Е. (2004) та інші, досліджують емоційний інтелект у контексті його ролі в саморегуляції, соціальній адаптації та професійній діяльності. Їхні роботи фокусуються на аналізі емоційного інтелекту як когнітивно-афективного утворення, фактора психологічної стійкості та регулятора поведінки.

Таким чином, сучасні наукові підходи до вивчення емоційного інтелекту варіюються від розгляду його як окремої здібності до багаторівневої інтегральної категорії, яка включає регуляторні, когнітивні та особистісні аспекти. Це засвідчує багатовимірність поняття емоційного інтелекту та його важливість у контексті психологічного аналізу міжособистісної взаємодії.

ЛІТЕРАТУРА

- Бабяк, О. О. (2020). Проблема емоційного інтелекту в психологічній науці. *Освіта осіб з особливими потребами: шляхи розбудови*, 16, 29–43.
- Вараксіна, А. В. (2022). Емоційний інтелект як чинник конгруентних міжособистісних стосунків. *Редакційна колегія*, 44.
- Іванова, Є. (2006). Емоційний інтелект людини як передумова сталого розвитку. *Сталий розвиток*, 3, 310.
- Маннапова, К. Р. (2012). Специфіка емоційного інтелекту підлітків з неповних сімей. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені ГС Сковороди. Психологія*, 42(1), 169–179.
- Носенко, Е. (2004). Емоційний інтелект як соціально значуща інтегральна властивість особистості. *Психологія і суспільство*, 4(18), 95–109.

ПОДІЄВИ ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ АВСТРАЛІЇ

Грищук П. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Лебедєва І. М.**

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Австралія – держава в Південній півкулі, що займає весь однойменний континент, а також кілька островів, зокрема Тасманію. Її столицею є Канберра, а найбільшими містами – Сідней, Мельбурн, Брісбен та Перт. Австралія є шостою за площею країною світу та має одну з найменших густоту населення через велику кількість пустельних територій. Вона славиться своєю флорою і фауною, оскільки близько 80 % її видів та підвидів є ендемічними (поширеними у даній місцевості). До прибуття європейців континент був заселений корінними народами – аборигенами, які мешкали тут понад 60 тисяч років. У 1770 році Джеймс Кук проголосив східне узбережжя володінням Великої Британії, а 1788 року було засновано першу британську колонію – майбутнє місто Сідней. Протягом XIX століття Австралія активно розвивалася, а в 1901 році стала незалежним домініоном Британської імперії. Сьогодні це високорозвинена країна з міцною економікою та процвітаючою туристичною індустрією.

Австралія приваблює мандрівників завдяки своїм природним і культурним багатствам. Великий Бар'єрний риф є найвідомішим природним

об'єктом країни, а національні парки, такі як Улуру-Ката-Тьюта, зберігають унікальні ландшафти та спадщину аборигенів. Великі міста пропонують поєднання сучасної архітектури, розваг та історичних пам'яток. Особлива увага в Австралії приділяється подієвим туристичним ресурсам, оскільки вони сприяють залученню відвідувачів з усього світу та підтримують її міжнародний імідж як яскравої й динамічної країни. Віддаленість Австралії від інших частин світу спонукає уряд та бізнес активно розвивати внутрішні та міжнародні події, щоб стимулювати туризм і економіку. Крім того, завдяки мультикультурному суспільству тут організовують численні фестивалі, спортивні події та культурні заходи, що представляють інтерес для туристів (Smith, 2020).

Австралія славиться своїми масштабними культурними та спортивними подіями, які щороку приваблюють туристів з усього світу. Серед найвідоміших подій можна виділити Австралійський Відкритий чемпіонат з тенісу (Australian Open), який проходить щороку у січні в Мельбурні. Це один з чотирьох турнірів Великого шлему, що збирає найкращих тенісистів світу та десятки тисяч глядачів. Турнір збирає численних вболівальників з усього світу завдяки чудовій організації та розвиненій інфраструктурі, що включає фан-зони, розважальні заходи та концерти.

Ще одна знакова подія – Гран-прі Австралії Формули-1 (Australian Grand Prix), що проводиться на трасі Альберт-Парк у Мельбурні. Це перша гонка сезону Формули-1, що привертає особливу увагу фанатів автоспорту. Крім самих перегонів, туристи можуть відвідати виставки новітніх технологій, автосалони та різноманітні шоу-програми.

Одним з найбільших культурних фестивалів Австралії є Сіднейський фестиваль (Sydney Festival), який проходить у січні та триває три тижні. Програма включає виступи театрів, музичних колективів, танцювальні шоу, художні виставки та світлові інсталяції. Фестиваль охоплює десятки майданчиків по всьому місту, залучаючи як місцевих жителів, так і міжнародних туристів. Восени у Західній Австралії, у місті Хайден проходить великий музичний фестиваль Wave Rock Weekender. Його родзинкою є Кам'яна хвиля (Wave Rock) – природне скельне утворення, що має форму високого пасма океанічної хвилі. В різний час доби скеля змінює колір і відтінки. Фестиваль відбувається поруч зі скелею, але при цьому його учасники зобов'язані дотримуватися певних правил поведінки, оскільки скеля є священною для місцевого населення (Fiore, 2023).

Ще однією визначною подією є Vivid Sydney, що перетворює місто на фантастичне світлове шоу. Протягом трьох тижнів у травні-червні будівлі Сіднея, включаючи знамениту Оперу, підсвічуються вражаючими інсталяціями, а вулиці міста стають центром концертів і перформансів. Цей фестиваль є поєднанням мистецтва, музики та інноваційних технологій. Дарвінський фестиваль (Darwin Festival), який проводиться у серпні, присвячений культурі аборигенів. Його програма включає виступи місцевих артистів, театральні постановки, виставки сучасного мистецтва та традиційні

танці. Мета фестивалю – підтримка традицій і популяризація культури корінних народів Австралії (Johnson & Clarke, 2021).

Таким чином, подієвий туризм є важливою складовою економіки країни. Подієві туристичні ресурси Австралії відіграють важливу роль у розвитку туризму, залучаючи гостей з різних куточків світу та роблячи країну ще більш привабливою для подорожей.

ЛІТЕРАТУРА

- Davies, L. (2023). Sydney Festival: A Celebration of Art and Culture. *Australian Cultural Journal*, 32(1), 22–37.
- Fiore, B. (2023, November 20). *WA's Wave Rock Weekender music festival slammed by Aboriginal elder*. ABC News.
<https://www.abc.net.au/news/2023-11-21/wave-rock-weekender-festival-slammed-by-aboriginal-elder/103060558>
- Harrison, P. (2022). Vivid Sydney: Light, Music, and Ideas Festival. *Tourism Review*, 47(2), 78–91.
- Johnson, M., & Clarke, R. (2021). The Growth of Indigenous Cultural Festivals: Case Study of Darwin Festival. *Journal of Indigenous Tourism*, 14(4), 55–70.
- Smith, R. (2020). Australia's Event Tourism: A Strategic Approach to Global Promotion. *International Journal of Tourism and Events*, 19(3), 102–119.

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ НА ЗАКАРПАТТІ

Дзезенко Д. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Зінченко В. А.**

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Одним із сучасних моделей розвитку туристичної індустрії України є подієвий туризм або, як його прийняти називати за світовими стандартами, івент-туризм. Цей вид туризму з'явився відносно недавно. Науковці вивчають нове явище останні 20–30 років.

Досить швидко івент-туризм знайшов широкомасштабне відображення в діяльності туристичних операторів. Україна не стала винятком, туристичні оператори України взяли в свій арсенал форм та методів роботи цей вид туризму і переконалися на власному досвіді, що він має велике практичне значення для популяризації іміджу фірм, а також з точки зору економічної складової туристичного бізнесу.

Подієвий туризму полюбилися дуже багатьом споживачам, тому що за останні три-чотири десятиліття сам турист – споживач туристичних послуг – надзвичайно сильно змінився: він хоче мати повний сервіс, прагне цілеспрямованого бачення об'єктів туристичних дестинацій, процесів

і якихось подій і через відвідування тих чи інших подій споживати туристичний продукт. Україна як держава надзвичайно колоритна на різні види подієвого туризму, кожен регіон України має свій унікальний ресурс.

Однією з найбільш колоритних, яскравих для забезпечення подієвого туризму є Закарпатська область України. Саме територіальна розташованість цієї області, її природно-географічний ресурс, наявність самобутніх традицій в цьому регіоні, являються основою для подієвого туризму, тому тут так вдало проводяться різноманітні форми, пов'язані з фестивалями вина та сиру, зібрання врожаю, фольклорними складовими.

Найбільш популярними фестивалями на Закарпатті є винні, які отримали статус візитівки краю: “Червоне вино”, “Біле вино”, “Сонячний напій”, “Угочанська лоза”, “Закарпатське Боже”. Щорічно в цьому регіоні відзначається свято молодого вина. Це єдиний регіон України, в якому прижилася ця традиція. Як і у Франції, це третій тиждень листопада, тільки французи святкують у четвер, а в Закарпатті – на вихідних. Головним принципом винних фестивалів є їх проведення в місцях виробництва (Берегівському, Ужгородському, Мукачівському та Виноградівському районах).

Закарпаття – це одна з Мекк туризму України. Вона притягує туристів не тільки з інших регіонів України, а й іноземців, особливо яким достатньо зручно добиратися в цей регіон через Європу.

У розвитку подієвого туризму в світі та Україні в цілому, безумовно, існують і проблеми. Предметом даного дослідження було з'ясувати і вивчити їх. На підставі аналізу джерел, зокрема звітів областей про розвиток туризму, можна дійти висновку, що серед проблем найсуттєвішими є комфортність всієї інфраструктури туризму, яка впливає на якість обслуговування туристів, якість автодоріг, якість парковок, якість готельної індустрії, кафе.

Отже, подієвий туризм є перспективним на Закарпатті, з невичерпним ресурсним потенціалом, а програми фестивалів є насиченими, оригінальними, цікавими і прибутковими. Вони сприяють соціально-економічному розвитку області, популяризації потенційних туристичних ресурсів серед населення. Незважаючи на велику кількість фестивалів, міжнародний статус мають лише окремі з них. Тому для того, щоб привернути увагу туристів до Закарпаття, доцільно створити державну програму сприяння та розвитку фестивального руху та виокремити регіональні центри фестивального туризму.

ЛІТЕРАТУРА

- Євдокименко, В. К. (1996). *Регіональна політика розвитку туризму: методологія формування, механізм реалізації*. Прут.
- Медвідь, Л. (2011). Фестивальний туризм Закарпаття: сучасний стан та перспективи розвитку. *Науковий вісник Чернівецького університету*, 614–615, 86–89.
- Chateau Chizay. (б.д.). *Винний туризм в Закарпатті*.
<https://chizay.com/tours/?srsltid=AfmBOoqEcuAJIXhGjQQW8G4hTp6wQ8M1mPxQOjYVHwXU4FMpa7LmLXfl>

БАЛЬНЕОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ У ГРУЗІЇ

Діденко А. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Лебедєва І. М.

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Грузія – країна, що розташована в регіоні Південного Кавказу та яка визнає туризм пріоритетним напрямом розвитку економіки. Державна політика спрямована на підтримку сталого та вільного туризму, в тому числі і міжнародного. Кількість міжнародних відвідувачів сягнула 7,1 мільйона у 2023 році, що на 30,3 % більше, ніж у 2022 році. Показники 2024 року продовжують зростати за кількістю візитів іноземних мандрівників у 7,3 млн прибуттів, що демонструє рівень допандемічного періоду (National Statistical Service of Georgia, 2024).

Гірське розташування країни обумовило розвиток низки бальнеологічних курортних зон, таких як Кутаїсі, Цхалтубо та Саїрме в регіоні Імереті, Боржомі, Аспіндза та Бакуріані в регіоні Самцхе-Джавахеті, Кобулети в регіоні Аджарія та Набеглаві в регіоні Гурія. Оздоровчий туризм та вживання мінеральних вод дуже популярні серед місцевих мешканців у 2024 році з оздоровчою чи/або лікувальною метою подорожувало понад 1 млн громадян Грузії (National Statistical Service of Georgia, 2024).

Бальнеологічні ресурси – мінеральні лікувальні води, насичені особливим хімічним складом, які широко використовуються у медицині при отруєннях, захворюваннях кишківника, гастриті та навіть шкірних, гінекологічних захворюваннях, а також гризлі, в тому числі озокерит як гірський віск, які застосовують у профілактичних цілях при захворюваннях опорно-рухового апарату, зокрема у закладах санаторного призначення та курортах. Грузія налічує понад 180 таких курортів (Azmaiparashvili & Goderdzishvili, 2024).

Цхалтубо – бальнеологічний курорт, овіяний легендами і переказами. Він розташований за 7 км від Кутаїсі в регіоні Імереті у заповідній зоні. Цхалтубо відомий печерою та цілющими джерелами, зокрема мінеральними водами, насиченими радоном. У пострадянські конфліктні часи курорт опинився у стадії занепаду. Протягом багатьох років на території санаторного комплексу живуть сім'ї біженців з Абхазії, для яких було виділено кілька квартир та готельних номерів. У 2019 році цей комплекс викупив колишній прем'єр-міністр Грузії Іванішвілі та планував залучити інвесторів для відновлення курорту, але згодом продав його на аукціоні. У 2022 р. грузинська влада розпочала масштабний проєкт по відновленню території "Нове життя Цхалтубо". Станом на 2024 рік декілька санаторних зон відкрито й успішно функціонують. Курорт пропонує туристам унікальні лікувальні методи, такі як електрошокова терапія, гідрокишка

терапія, ультразвукова лазерна терапія та інші (Tskaltubo: The rebirth of Georgia's derelict Soviet spa town, 2024).

Родовища лікувальної грязі є майже невідомими для іноземних туристів туристичними ресурсами Грузії. Гурджаані – чи не єдиний грязьовий курорт Грузії, де розташований спа-центр Ахштала. Бурлячі грязьові ями тепер огорожені захисною огорожею, але відвідувачі можуть прогулятися територією, щоб побачити та почути аромат лікувальних вулканічних грязьових ванн. Ці грязі мають специфічний мінеральний склад та теплові властивості, які сприяють лікуванню різних захворювань, зокрема, захворювань опорно-рухового апарату та шкіри (Lush, 2024).

Унікальність грузинських бальнеологічних ресурсів, передусім мінеральних вод, полягає в їх різноманітному хімічному складі і переважанні тих чи інших мінералів, що дає можливість лікувати і впливати на широкий спектр захворювань. На відносно невеликій території розташовані ресурси з родоновим, сірковим чи бікарбонатним хімічним складом, що вирізняє бальнеологічні курорти Грузії серед інших курортів європейського лікувального туризму, де у складі води переважають вуглекислий газ, натрій та кальцій, що може значно відрізнятися як за хімічним складом, так і за смаковими і лікувальними особливостями. Більш того, в поєднанні з вдалими географічним положенням та сприятливими кліматичними умовами, а також багатою інфраструктурою та туристичними ресурсами, лікувальні властивості мінеральних вод Грузії можуть сприяти суттєвому збільшенню туристично-рекреаційного потенціалу країни.

ЛІТЕРАТУРА

- Azmaiparashvili, M., & Goderdzishvili, I. (2024). Sustainable development of Georgian resorts: modern trends and challenges. In *Proceedings of the 6th International Scientific and Practical Conference. Scientific goals and Purposes in the XXI century*. Seattle.
https://www.researchgate.net/publication/379289883_Sustainable_development_of_Georgian_resorts_modern_trends_and_challenges
- BBC. (2024) *Tskaltubo: The rebirth of Georgia's derelict Soviet spa town*.
<https://www.bbc.com/travel/article/20240329-tskaltubo-the-rebirth-of-georgias-derelict-soviet-spa-town>
- Lush, E. (2024, October 19). *11 Things to Do in Gurjaani: Mosaics, Museums & Mud Baths*.
<https://wander-lush.org/things-to-do-in-gurjaani/>
- National Statistical Service of Georgia. (2024).
<https://www.geostat.ge/ka>

ПСИХОЛОГІЧНЕ БЛАГОПОЛУЧЧЯ ОСОБИСТОСТІ: КОМПОНЕНТИ І СТРУКТУРА

Дущак-Кочан А. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Бабатіна С. І.**

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Психологічне благополуччя особистості є ключовим аспектом людського життя, що визначає рівень її задоволеності, гармонійного розвитку та адаптації до навколишнього середовища. У сучасному світі, де швидкість змін та рівень стресу постійно зростають, питання психологічного благополуччя набуває особливого значення. Ця концепція охоплює комплексний набір емоційних, когнітивних та поведінкових характеристик, які визначають суб'єктивне сприйняття людиною власного життя.

Уявлення про благополуччя людини існувало ще з давніх часів і пов'язувалося з такими поняттями, як щастя, якість життя та задоволеність. Уже перші філософи розмірковували над цією темою. Категорія психічного благополуччя з'явилася відносно недавно і стала предметом досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних психологів.

Вперше дослідження, присвячені переживанню якості життя та психічного благополуччя, з'явилися у працях Дж. Гуріна, Дж. Вєрова та Ш. Фелда. Згодом їх продовжили Н. Бредберн і Д. Каплович. Саме Н. Бредберн увів термін “психологічне благополуччя” та пов'язав його із суб'єктивним відчуттям щастя і загальним задоволенням життям. Він також звертався до аристотелівського поняття “евдемонія”, вбачаючи в ньому суть цього феномена. На його думку, психологічне благополуччя охоплює самоактуалізацію, самооцінку та автономію, хоча ці елементи можуть перетинатися. Бредберн запропонував модель психологічного благополуччя як баланс між позитивними та негативними афектами, які змінюються в процесі переживань (Хоменко Є. Г., Шевчук В. В., Сєдих К. В., 2024).

Існують дві основні парадигми визначення психологічного благополуччя особистості: гедоністичний і евдемоністичний підходи. Гедоністичний підхід трактує благополуччя як прагнення до задоволення та уникнення негативних емоцій. Н. Бредберн і Е. Дінер вважають, що воно залежить від балансу між позитивними й негативними переживаннями та включає когнітивну оцінку рівня задоволеності життям. Евдемоністичний підхід акцентує увагу на розвитку особистості, її самореалізації та пошуку сенсу життя. Він розглядає психологічне благополуччя як стан повноцінного функціонування людини. Цю концепцію підтримували такі дослідники, як А. Маслоу, К. Роджерс і К. Ріфф (Радько О.В., 2019: с. 152).

Загалом психологічне благополуччя складається з кількох ключових компонентів, які взаємодіють між собою та формують загальну картину внутрішнього стану людини.

Першим компонентом є емоційний аспект психологічного благополуччя, що включає стабільність емоційного стану, позитивні переживання та відсутність негативних емоцій, таких як тривога, депресія чи агресія. Дослідження показують, що люди з високим рівнем емоційного благополуччя мають більш оптимістичний світогляд, що допомагає їм краще долати життєві труднощі. Наступний - когнітивний компонент. Він охоплює самосприйняття, рівень самооцінки, впевненість у власних силах та здатність аналізувати і вирішувати життєві проблеми. Людина з розвиненим когнітивним компонентом психологічного благополуччя краще адаптується до змін, приймає виважені рішення та має чіткі життєві цілі (Волинець Н. В., 2019).

Мотиваційний аспект психологічного благополуччя визначає наявність внутрішніх стимулів для досягнення цілей, самореалізації та прагнення до особистісного розвитку. Людина, яка відчуває сенс у своїй діяльності, відчуває себе більш задоволеною життям та має вищий рівень психологічної стійкості.

Ще одним елементом є соціальний компонент. Соціальні взаємини є важливим чинником психологічного благополуччя. Вони включають підтримку з боку сім'ї, друзів, колег, а також здатність будувати здорові міжособистісні відносини. Соціальна підтримка є потужним ресурсом для подолання стресу та збереження психологічної рівноваги.

І наостанок, духовний аспект благополуччя стосується цінностей, моральних принципів, почуття гармонії з собою та навколишнім світом. Люди, які мають чітку життєву філософію, релігійні або етичні переконання, часто демонструють вищий рівень життєстійкості та внутрішньої гармонії.

Отже, психологічне благополуччя – це багатовимірне явище, що включає емоційні, когнітивні, мотиваційні, соціальні та духовні компоненти. Його формування залежить від внутрішніх особливостей особистості та зовнішніх факторів, таких як соціальна підтримка, матеріальні умови та екологічне середовище. Розвиток і підтримка психологічного благополуччя є важливим завданням як для окремої людини, так і для суспільства загалом, оскільки воно визначає рівень щастя, продуктивності та гармонійності існування людини у світі.

ЛІТЕРАТУРА

- Волинець, Н. В. (2019). *Психологічні особливості особистісного благополуччя в професійній сфері життєдіяльності*. Видавництво НАДПСУ.
- Радько, О. В. (2019). Феномена психологічного благополуччя особистості в сучасній психології та його компоненти: теоретична модель. *Теорія і практика сучасної психології*, 1(6), 149–152.
<https://doi.org/10.32840/2663-6026.2019.6-1.30>
- Хоменко, Є. Г., Шевчук, В. В., Седих, К. В. (2024). Дослідження психологічного благополуччя науково - педагогічних працівників в умовах воєнного стану. *Baltija Publishing*, 254–275.
<https://doi.org/10.30525/978-9934-26-435-1-13>

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ПАЛОМНИЦЬКОГО ТУРИЗМУ

Захарова А. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Зінченко В. А.

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Паломницький туризм є одним з найдавніших видів подорожей, що виник ще в античні часи й залишається популярним до сьогодні. На відміну від звичайних туристичних поїздок, паломництво поєднує духовні переконання, самопізнання та культурно-пізнавальні аспекти. Люди здійснюють такі подорожі з метою відвідати святі місця, отримати благословення, попросити зцілення або виконати обітницю.

Історично паломництва були поширеними в різних релігіях. У Давньому Єгипті, Греції та Римі люди вирушали до храмів богів, а у Середньовіччі християни подорожували до Єрусалима, Ватикану чи Сантьяго-де-Компостела. В ісламі хадж до Мекки є обов'язковим для мусульман, а в буддизмі та індуїзмі існує безліч священних місць, таких як Лхаса або Варанасі. Згодом паломницькі маршрути стали більш організованими, з'явилися спеціальні місця для відпочинку та проживання, а завдяки розвитку транспорту подорожі стали доступнішими.

Географія паломництва охоплює всі континенти, оскільки кожна релігія має свої святині. Християни відвідують Єрусалим, Рим, Києво-Печерську лавру та Афон, мусульмани прямують до Мекки, Медини або мечеті Аль-Акса, буддисти – до Бодх-Гаї та монастирів Тибету, а юдеї здійснюють паломництво до Стіни Плачу чи гробниці Рахілі. Ці місця щороку приймають мільйони прочан, для яких така подорож є не лише актом віри, а й можливістю осмислення життєвого шляху.

Організація паломництва залежить від багатьох факторів, зокрема транспорту та доступності маршрутів. Багато святих місць розташовані у важкодоступних районах, тому прочани можуть подорожувати пішки, автобусами, потягами або літаками. Деякі маршрути, як-от шлях святого Якова, передбачають піші переходи, що тривають тижнями або навіть місяцями. Тривалість паломницьких подорожей може варіюватися від одного дня до кількох місяців, залежно від місця призначення та традицій. Наприклад, хадж триває близько двох тижнів, тоді як паломництво до Лурду або Ватикану може зайняти лише кілька днів.

Проживання та харчування також мають свої особливості. Паломники часто зупиняються у монастирях, спеціальних готелях або навіть у місцевих мешканців, які безкоштовно приймають мандрівників. Умови можуть бути досить простими, оскільки для більшості прочан скромність є частиною духовної практики. Харчування залежить від релігійних традицій: у християнських монастирях часто пропонують пісню їжу, у мусульманських

країнах дотримуються халяльних стандартів, а в індуїстських святинях переважає вегетаріанська кухня.

Фінансовий аспект таких подорожей різноманітний. Деякі паломницькі місця приймають прочан безкоштовно або за символічну плату, тоді як далекі подорожі можуть вимагати значних витрат. Релігійні громади іноді надають фінансову підтримку тим, хто не має змоги оплатити подорож самостійно. Важливу роль відіграють і духовні наставники, які супроводжують паломників, проводять богослужіння та допомагають осмислити духовний зміст подорожі.

Оскільки паломництво є актом віри, від учасників очікується дотримання певних правил поведінки. Це включає скромний одяг, збереження тиші в храмах, повагу до місцевих традицій і відмову від розваг, які не відповідають духовному настрою подорожі. У деяких місцях існують спеціальні ритуали: наприклад, у Варанасі прийнято здійснювати обмивання у річці Ганг, а в Лурді багато паломників п'ють святу воду з місцевого джерела.

Важливим є вплив паломницького туризму на економіку, культуру та соціальне життя. Святі місця щороку приносять значні прибутки, оскільки прочани витрачають кошти на транспорт, житло, сувеніри та пожертви. У деяких регіонах, як-от Мекка чи Сантьяго-де-Компостела, паломницький туризм є головним джерелом доходу для місцевих мешканців. Крім того, такі подорожі сприяють міжрелігійному діалогу, збереженню культурної спадщини та зміцненню традицій.

Таким чином, паломницький туризм є унікальним явищем, що поєднує духовність, культуру, історію та особистий розвиток. Він дає змогу не лише відвідати святі місця, а й переосмислити власне життя, знайти відповіді на важливі питання та відчути глибший зв'язок з релігійними традиціями. Незалежно від віри та походження, паломництво залишається однією з найглибших і найдревніших форм подорожей, яка продовжує надихати мільйони людей у всьому світі.

ЛІТЕРАТУРА

- Мироседі, О. (2023). Релігійний та паломницький туризм в Україні й світі: сучасний стан і виклики. У *Сакральне та туризм* (с. 247–249). Геопринт. https://tourlib.net/statti_ukr/myrosedi.htm
- Collins-Kreiner, N. (2010). Researching pilgrimage: Continuity and transformations. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 440–456. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.10.016>
- Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 51–67. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90037-R](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90037-R)
- World Tourism Organization. (2023). *Religious tourism: Current trends and impact on destinations*. <https://www.unwto.org/religious-tourism>

ВИТОКИ КИЇВСЬКОЇ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ШКОЛИ

Зелених А. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Бондаренко О. Ф.**

Доктор психологічних наук, професор,

Київський національний лінгвістичний університет

На межі XIX і XX століть психологія почала ділитися на різні школи, хоча це не означало відмови від загальноприйнятого підходу до вивчення її предмета та методів. Натомість акцент змістився на вивчення різних аспектів психіки, що традиційно асоціювалася зі свідомістю. У центрі уваги залишалися пізнавальні процеси, проте різні школи мали власне бачення їхнього місця в загальній структурі психічного життя. Основні суперечності полягали у визначенні змісту свідомості та меж її експериментального дослідження.

Серед провідних психологічних шкіл кінця XIX – початку XX століття були структуралізм Едварда Тітченера, функціоналізм, Вюрцбурзька школа Освальда Кюльпе, французька психологія, заснована Амвросієм Августом Льебо, та описова психологія (Коханова, О. П. (2016); Гриньова Н.В. (2012)).

Важливу роль у формуванні психологічної думки в Україні відігравали братські школи, які поширювали знання з філософії, психології та культури. Одним із найважливіших освітніх закладів стали Київська духовна академія, заснована Петром Могилою у 1632 році, та Київський університет Святого Володимира, заснований у 1834 році.

В Київському університеті Святого Володимира та Київській духовній академії працювали видатні професори, чії ідеї та наукові досягнення заклали фундамент для подальшого розвитку психології. Серед них (Жмудський О.З., 1959):

- Орест Новицький (1806–1884) – перший викладач психології в університеті Святого Володимира. Визначав психологію як науку про природу людської душі. Він досліджував різні аспекти цієї природи, включаючи духовність і простоту душі, її здібності, свідомість та волю.

- Сильвестр Гогоцький (1813–1889) – розробив оригінальну концепцію “філософії серця”, в якій особливу увагу приділяв емоційній сфері людини. Він стверджував, що пізнання світу відбувається не тільки за допомогою розуму, але й за допомогою емоцій та почуттів. “Серце”, за Гогоцьким, є центром духовного життя людини, вмістилищем її переживань та прагнень.

- Платон Горський (1821–1889) – досліджував психологічні механізми творчого процесу, його етапи та особливості. Особливу увагу він приділяв вивченню психологічних основ естетичного сприйняття та переживання.

- Іван Олексійович Сікорський (1842–1923) – психіатр і психолог, який відомий своїми дослідженнями в галузі дитячої психології та психопатології. Він також займався питаннями судової психології та психології творчості.

Таким чином, межа XIX і XX століть стала важливим етапом у розвитку психології, коли різні школи сформували власні підходи до вивчення психічного життя, зберігаючи при цьому спільну основу у дослідженні свідомості та пізнавальних процесів. Важливу роль у цьому процесі відіграли не лише західноєвропейські вчені, а й українські мислителі. Їхні ідеї, що поєднували філософське осмислення людської природи з прагненням до наукового аналізу психічних явищ, стали міцним фундаментом для подальшого розвитку психологічної думки. Це підкреслює значущість вітчизняного внеску в світову науку та демонструє багатогранність підходів до розуміння людської психіки.

ЛІТЕРАТУРА

Гриньова Н. В. (2012). *Історія психології : курс лекцій*. Візаві.

<https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/173/1/%D0%86%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F%20%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3-%D1%96%D1%97.pdf>

Коханова, О. П. (2016). *Історія психології: від античності до початку XX століття*. НВП “Інтерсервіс”.

https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/16139/1/O_Kokhanova_IP_IL.pdf

Жмудський О. З. (ред.). (1959). *Історія Київського університету*. Вид-во Київського ун-ту.

https://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=00002957_01

ЕМПАТІЯ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В АКАДЕМІЧНИХ ГРУПАХ

Іванченко П. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Доценко Л. В.

Кандидат психологічних наук, доцент,

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасний освітній процес характеризується не лише передачею знань, але й формуванням соціальних навичок, необхідних для ефективної взаємодії у суспільстві. Однією з ключових якостей, що сприяє гармонійному співіснуванню здобувачів освіти в академічних групах є емпатія. Вона дозволяє краще розуміти почуття та переживання інших, створює сприятливе середовище для навчання і розвитку, а також допомагає уникати конфліктів.

Серед наукової спільноти існує протиріччя щодо авторства терміну “емпатія”. Одні дослідники стверджують, що його вперше ввів Т. Ліппс,

який розмежував поняття “симпатія” та “емпатія”. Інші ж вважають, що цей термін був запроваджений Е. Тітченером, який переклав німецьке слово “*einflussung*” (Грінченко, 2018, с. 15).

Згідно з К. Роджерсом, який разом з Х. Кохутом обґрунтував емпатію як один із ключових методів психотерапії, цей процес полягає у “зануренні в особистісний світ іншої людини та детальному впорядкуванні її сприйняття” (Вавринів, 2019, с. 29).

Загалом емпатія визначається як здатність розуміти й співпереживати емоційному стану іншої людини. Вона поділяється на три основні види:

- Когнітивна емпатія – здатність усвідомлювати та аналізувати емоційні переживання інших людей.

- Емоційна емпатія – безпосереднє переживання почуттів іншої особи, що сприяє встановленню глибокого міжособистісного зв'язку.

- Співчутлива емпатія – прагнення допомогти іншій людині, керуючись розумінням її ситуації та переживань.

Емпатія відіграє важливу роль у соціальній взаємодії, особливо в академічних групах, де здобувачі освіти постійно спілкуються, працюють над спільними проектами та вирішують проблеми разом.

У своїй науковій роботі дослідниця С. П. Дерев'янка описала аналіз різних підходів до трактування сутності та розвитку емпатії серед здобувачів освіти, що дозволило виділити її ключові компоненти. Це включає свідому децентрацію, здатність переносити своє “Я” на іншого, налаштування на єдину “емоційну хвилю” з ним, співпереживання та співчуття як форми участі в емоційному стані партнера, розуміння емоційного стану іншої людини через усвідомлення власних переживань, перевтілення, інтропроекцію (рефлексію), активне емпатичне слухання, конгруентність у вираженні справжнього “Я”, а також передачу партнеру розуміння його емоцій через вербальні та невербальні засоби (Гречуха, 2021, с. 151).

Переваги емпатії у навчальному середовищі проявляються у різних аспектах, насамперед у формуванні довірливих стосунків. Здобувачі освіти, які демонструють емпатію, створюють атмосферу підтримки та взаєморозуміння, що полегшує спілкування і співпрацю. Вона також націлена на попередження конфліктів. Емпатія допомагає вчасно виявляти та вирішувати непорозуміння, запобігаючи їх переростанню у відкриті конфлікти.

Оскільки емпатія є навичкою, її можна розвивати. Серед основних методів формування емпатійних навичок в академічному середовищі можна виокремити розвиток активного слухання, що передбачає уважне ставлення до слів і почуттів співрозмовника, підтримання зорового контакту й уточнення деталей, щоб уникнути непорозуміння; практику саморефлексії, а саме роздуми над власними емоціями та реакціями допомагають краще розуміти почуття інших; використання рольових ігор, зокрема сценарії, що імітують різні соціальні ситуації, дозволяють здобувачам освіти вчитися ставити себе на місце іншої людини; колективні обговорення, особливо морально-етичних дилем і спільний аналіз емоційних ситуацій допомагають здобувачам освіти розширити свій емоційний досвід.

Ще одним із дієвих способів розвитку емпатії є реалізація спеціалізованих тренінгових програм. Такі програми можуть включати рольові ігри, моделювання ситуацій і групові обговорення, які сприяють підвищенню емоційної чутливості та розумінню почуттів інших людей. Зокрема, дослідження свідчать, що участь у тренінгах має позитивний вплив на розвиток емпатійних навичок у здобувачів освіти (Міненко, 2020, с. 225).

Емпатія є важливим чинником ефективної соціальної взаємодії в академічних групах. Вона сприяє створенню доброзичливого та продуктивного середовища, поліпшує якість комунікації та допомагає уникати конфліктів. Завдяки розвитку емпатії здобувачі освіти не лише підвищують рівень академічних досягнень, а й формують соціальні навички, необхідні для майбутнього професійного та особистісного зростання. Таким чином, впровадження методик розвитку емпатії в освітній процес є важливим завданням як для викладачів, так і для здобувачів освіти.

ЛІТЕРАТУРА

- Вавринів, О. С. (2019). Становлення поняття емпатії в психології. *Теорія і практика сучасної психології*, 28–31.
- Гречуха, І. А. (2021). *Психологічні особливості розвитку емпатії в структурі літературних здібностей старшокласників*. [Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 053 “Психологія”]. Рівненський державний університет.
- Грінченко, О. М. (2018). *Когнітивні особливості професійного самовизначення студентів-психологів*. [Автореф. дис. канд. психол. наук. Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди].
- Міненко, О. О. (2020). Емпатія як професійно значуща якість педагогів дошкільних навчальних закладів. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*, 224–229.

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АБ'ЮЗИВНИХ СТОСУНКІВ У РОМАНТИЧНИХ ПАРАХ

Калугіна Д. Є.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Доценко Л. В.**

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Аб'юзивні стосунки у романтичних парах є складним феноменом, що включає різноманітні форми маніпуляції, контроль і домінування. Розглянемо основні детермінанти цього явища, аналізуючи індивідуальні, соціальні та культурні чинники, що сприяють його виникненню. Психологічне насилля (емоційне насилля), за твердженням О. Боковець (2021) – це форма насильства, що характеризується впливом на психіку

іншої людини, яка може призвести до розвитку психологічних розладів (наприклад, депресії чи тривожності). Негативний психологічний вплив може призводити до сильного стресу, порушення сну (інсомнії), неврозу, необдуманого самоушкодження, хуліганства та розбою, а також може породжувати агресивну поведінку щодо своїх близьких (Козирев, 2020).

Психологічне насильство у стосунках залишається серйозною проблемою, що впливає на психологічний добробут партнерів. Воно проявляється через маніпуляції, ізоляцію, погрози, контроль і емоційний шантаж. Дослідження детермінант цього явища дозволяє розробити ефективні стратегії профілактики та подолання.

На рівні особистості, як зауважує, О. Боковець (2021), важливими детермінантами є:

- риси характеру (наприклад, схильність до домінування або низька емпатія);
- психологічні травми, перенесені в дитинстві;
- низька самооцінка та залежність від партнера;
- наявність психопатологічних рис (наприклад, нарцисизм чи антисоціальний розлад).

Суспільне середовище здебільшого впливає на прояви психологічного насильства через: соціальні норми, що толерують агресію; економічну залежність одного партнера від іншого; недостатню соціальну підтримку з боку родичів і друзів; відсутність належних механізмів правового захисту.

Аб'юз може бути фізичним, моральним, сексуальним і економічним. В іноземному науковому дискурсі вживається поняття “насилля інтимного партнера”. Така поведінка, яка характеризується фізичними, сексуальними, психологічними чи економічними загрозами або діями, є широко поширеною проблемою та викликає серйозне занепокоєння для охорони здоров'я.

Культура формує уявлення про рольові моделі у стосунках, які можуть сприяти насильству. Зокрема це патріархальні цінності, що виправдовують домінування, традиції, що перешкоджають розірванню токсичних відносин, засоби масової інформації, що романтизують контроль і маніпуляцію (Anderson, 2018). Однією з причин появи аб'юзивних відносин вважається процес наслідування, водночас, – це імітація (чи копіювання) зовнішніх проявів (дій) людини іншими індивідами (Grocott, Brick & Shorey, 2023). Об'єктом наслідування можуть бути будь-які дії, поведінка, зовнішність тощо. Важливо зазначити, що наслідування поділяється на усвідомлене (свідоме, навмисне копіювання) і несвідоме (вплив оточення, компанії, групи, у якій перебуває людина). Індивід наслідує з раннього віку, що формує його цінності (Козирев, 2020).

Дослідження показали, що чоловіки та жінки вчиняють психологічне та фізичне інтелектуальне сексуальне насильство однаково (Grocott, Brick & Shorey, 2023). Оскільки більшість інтимних партнерських стосунків є двонаправленими стосунками, а стосунки за своєю суттю є взаємодіючими, це підкреслює важливість включення досвіду обох партнерів у стосунках для повного охоплення діадичного процесу.

Таким чином, детермінанти психологічного насильства в парах є багато-факторними, що вимагає комплексного підходу до його попередження. На нашу думку, необхідно посилювати психологічну освіту, розвивати підтримуючі соціальні мережі та вдосконалювати правові механізми захисту жертв.

ЛІТЕРАТУРА

- Anderson, K. L. (2018). Psychological abuse: Prevalence, risk factors, and impact. *Journal of Interpersonal Violence*, 33(12), 1865–1887.
<https://doi.org/10.1177/0886260517696855>
- Grocott, L. R., Brick, L. A., Stuart, G. L., & Shorey, R. C. (2024). Same-day and next-day associations between relational factors and intimate partner violence in young adult couples. *Psychology of Violence*, 14(2), 107–116.
<https://doi.org/10.1037/vio0000496>
- Боковець, О. І. (2021). Феномен психологічного насилля: сутність, особливості та форми прояву. *Габітус*, 26, 48–52.
<https://doi.org/10.32843/2663-5208.2021.26.8>
- Козирєв, М. П. (2020). Насильство у сім'ї як соціально-психологічна проблема. *Соціально-правові студії*, 3 (9), 202–207.
<https://doi.org/10.32518/2617-4162-2020-3-202-207>

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ЗРІЛОМУ ВІЦІ

Коваленко А. О.

Київський національний лінгвістичний університет.

Науковий керівник: **Кириленко В. Г.**

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному суспільстві емоційний інтелект відіграє ключову роль у професійному та особистому житті людини. Він впливає на здатність адаптуватися до змін, будувати гармонійні міжособистісні відносини та зберігати психологічне благополуччя. У зрілому віці розвиток емоційного інтелекту набуває особливого значення, оскільки сприяє ефективному управлінню емоціями, підтриманню когнітивної гнучкості та зменшенню ризиків емоційного вигорання (Bar-On, 2006).

Метою є проаналізувати особливості розвитку емоційного інтелекту у зрілому віці, визначити його вплив на соціальне та психологічне благополуччя, а також окреслити методи та стратегії, що сприяють його вдосконаленню.

Емоційно зрілі люди демонструють високий рівень саморегуляції та емоційної стійкості, що сприяє успішній адаптації до змін у професійному та особистому житті. Високий рівень емоційного інтелекту корелює з розвитком професійних компетенцій, таких як управлінські навички, здатність до адаптації в нових умовах та ефективна комунікація з колегами.

Емоційний інтелект впливає на здатність до глибокого саморозуміння, що є основою для розвитку самосвідомості та формування зрілої особистості (Boyatzis, Goleman & Rhee, 2000).

Концепції ЕІ (Р. Бар-Он, Д. Гоулман) підкреслюють його значення для самореалізації та соціальної інтеграції. Емоційний інтелект впливає на подолання кризи середнього віку та сприяє переосмисленню життєвих пріоритетів.

У порівнянні з молодим віком, зрілі особи демонструють більшу емоційну регуляцію та стійкість до стресу. Зниження когнітивної пластичності компенсується вищим рівнем емоційної свідомості та емпатії (Schutte, Malouff, Simunek, McKenley & Hollander, 2002).

Дослідження показало значущий зв'язок між високим рівнем емоційного інтелекту та розвитком особистісної ефективності в контексті управління часом і досягнення цілей. Респонденти з низьким рівнем емоційного інтелекту частіше демонструють емоційне вигорання та підвищений рівень стресу в професійному середовищі (Cherniss & Goleman, 2001).

Висновки можуть бути наступні: емоційний інтелект є важливим чинником соціальної адаптації та психологічного благополуччя у зрілому віці. Також високий рівень емоційного інтелекту сприяє ефективному управлінню стресом, саморегуляції та міжособистісній взаємодії. Розвиток емоційного інтелекту може бути досягнутий через майндфулнес-практики, психологічні тренінги та освітні програми. І дуже важливо уточнити, що підвищення рівня емоційного інтелекту допомагає запобігти професійному вигоранню та сприяє кар'єрному зростанню (Mayer, Salovey & Caruso, 2004).

ЛІТЕРАТУРА

- Bar-On, R. (2006). The Bar-On Model of Emotional-Social Intelligence (ESI). *Psicothema*, 18, 13–25.
<https://www.psicothema.com/pdf/3271.pdf>
- Boyatzis, R. E., Goleman, D., & Rhee, K. (2000). Clustering competence in emotional intelligence: Insights from the Emotional Competence Inventory (ECI). In R. Bar-On & J. D. A. Parker (Eds.), *Handbook of emotional intelligence* (pp. 343–362). Jossey-Bass.
- Cherniss, C., & Goleman, D. (2001). *The emotionally intelligent workplace: How to select for, measure, and improve emotional intelligence in individuals, groups, and organizations*. Jossey-Bass.
- Goleman, D. (1995). *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ*. Bantam Books.
- Mayer, J. D., Salovey, P., & Caruso, D. (2004). Emotional intelligence: Theory, findings, and implications. *Psychological Inquiry*, 15(3), 197–215.
<https://aec6905spring2013.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/01/mayer-saloveycaruso-2004.pdf>
- Schutte, N. S., Malouff, J. M., Simunek, M., McKenley, J., & Hollander, S. (2002). Characteristic emotional intelligence and emotional well-being. *Cognition and Emotion*, 16(6), 769–785.
<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1069699>

СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Ковальчук Д. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Васильчук В. М.**

Доктор історичних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

У світі та в Україні все більшою популярністю серед туристів користується такий вид відпочинку, як сільський туризм. Цікаво, що сьогодні для іноземних туристів українське село стало теж привабливим відпочинком.

У туризмології не існує загального наукового визначення сільського туризму. Слід зазначити, що сільський туризм часто ототожнюють із зеленим туризмом та агротуризмом (фермерським), екотуризмом та відпочинковим туризмом. Науковці і практики вказують, що ці поняття близькі та часто комбінуються.

Вчені-практики зазначають, що сільський туризм – це вид туризму, який передбачає відпочинок та подорожі в сільській місцевості, де туристи можуть насолоджуватися природою, ознайомлюватися з місцевою культурою та традиціями, брати участь у сільських заходах і жити в сільських будинках або гостьових садибах (Рошко, 2011).

Сучасний сільський туризм навіть у період повномасштабної війни набуває нові можливості: туристи їдуть у село, щоб відпочити у тиші, побачити природу та її унікальний світ. Цьому сприяє краса сільських пейзажів, близькість річок, озер, лісів, гір, відсутність стресів та метушні, здорове харчування. Все це добре впливає на людину, зміцнює її і духовно, і фізично. Це є однією з переваг сільського туризму. В умовах війни Карпатський регіон став одним з лідерів розвитку сільського туризму в Україні. Тут туристів приваблює зручна система поселення, сучасне обладнання приватних готелів та пансіонатів, близькість до природи, співвідношення ціни та якості, гостинність та домашня атмосфера при організації відпочинку (Рошко, 2011).

Сільський туризм в Україні є важливою складовою розвитку національної економіки, зокрема в контексті розширення туристичних послуг і збереження культурної спадщини. В останні роки зростає інтерес до такого виду туризму, оскільки він надає можливість для взаємодії з природою та місцевими традиціями, що є привабливим для туристів, які шукають відпочинок на природі. Згідно з дослідженнями, сільський туризм в Україні став важливим інструментом для економічного розвитку віддалених регіонів. Цей тип туризму сприяє збереженню зелених територій, розвитку агротуризму та створенню нових робочих місць для місцевого населення. Окрім цього, він має великий потенціал для розвитку екологічного туризму, оскільки більшість сільських територій мають унікальні природні ландшафти, які важливо зберігати і захищати (Гончаренко, 2019).

Згідно з дослідженням сучасних фахівців, сільський туризм може стати важливим інструментом для розвитку українських сіл, оскільки він поєднує економічний ефект з культурно-освітніми аспектами. Завдяки агротуризму можна популяризувати місцеву кухню, ремесла та традиції, що в свою чергу сприяє розвитку малого бізнесу і створенню нових робочих місць для місцевих мешканців. Наприклад, сільські фермери можуть пропонувати туристам не лише екскурсії, а й участь у сільськогосподарських роботах, що має додаткову цінність і забезпечує стійкий попит на таку форму відпочинку.

Наступним важливим аспектом сільського туризму є його здатність сприяти збереженню природних ресурсів. Відповідно до досліджень вітчизняного науковця С. Гончаренка (2019), екологічний туризм має великий потенціал для залучення інвесторів у сільські регіони, що підтримують екологічно чисті практики в господарстві.

Особливо негативно впливає на розвиток сільського туризму в Україні повномасштабні військові дії. Війна призвела до знищення значної частини туристичної інфраструктури, зокрема готелів, пансіонатів та інших об'єктів сільського туризму. Крим, який раніше був популярним туристичним напрямком, став об'єктом інтенсивних бойових дій. Руйнування мостів, доріг, готелів та курортних зон вплинуло на привабливість цього регіону для туристів (Коваленко, 2022). Відсутність належної реклами і маркетингових стратегій також обмежує потенціал розвитку цього напрямку.

Важомою проблемою є відсутність ефективної політики держави у питанні підтримки місцевих фермерів, що знижує інтерес до створення туристичних об'єктів у сільських регіонах. Крім того, екологічна ситуація в країні також є перешкодою для розвитку сільського туризму, оскільки невірне використання природних ресурсів призводить до їхньої деградації (Іваненко, 2018).

Незважаючи на руйнівні наслідки війни, українські села мають значний потенціал для відновлення сільського туризму після закінчення повномасштабної війни.

ЛІТЕРАТУРА

- Гончаренко, С. М. (2019). *Сільський туризм в Україні: Перспективи та проблеми розвитку*. Аграрна освіта.
- Зозуля, О. В., & Тищенко, І. М. (2023). Вплив війни на економіку сільського туризму в Україні. *Економіка та управління сільським господарством*, 24(2), 112–125
- Іваненко, А. В. (2018). *Розвиток сільського туризму в Україні: проблеми та перспективи*. Наукова думка.
- Коваленко, Л. І. (2022). Війна та її вплив на соціально-економічний розвиток Криму: аналіз сучасного стану. *Науковий вісник Кримського університету*, 15(1), 78–90.
- Рошко, Н. Б. (2011). Розвиток сільського зеленого туризму в Україні. *Збірник наукових праць Буковинського університету. Економічні науки*, 7. https://tourlib.net/statti_ukr/roshko.html

ПРОБЛЕМИ ОВЕРТУРИЗМУ У ВЕНЕЦІЇ

Ковтуненко В. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Лебедева І. М.

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Овертуризм – це негативний вплив туризму на певну місцевість або її окремі частини, який виникає через надмірний потік туристів. В результаті страждає як місцеве населення, оскільки погіршуються умови та якість його життя, так і самі туристи, адже якість туристичного продукту також знижується. Проблема надмірного туризму є актуальною для багатьох популярних та широко відомих туристичних напрямків, які зазнають надмірного антропогенного навантаження. Яскравим прикладом такого процесу є деякі європейські міста, що мають багату історико-культурну спадщину та значний туристичний потік, і одним з них є Венеція.

Овертуризм у Венеції є складною та багатогранною проблемою, що суттєво впливає на економіку, екологію, соціальну сферу та культурну спадщину міста. Венецію щороку відвідують близько 20 мільйонів туристів; у найпопулярніші дні кількість гостей перевищує 120 тисяч, що майже удвічі перевищує кількість місцевих жителів. Пам'ятки Венеції, такі як Гранд-канал, міст Ріальто та площа Святого Марка, приваблюють туристів. Це навантажує міську інфраструктуру, прискорює знос історичних будівель і ускладнює повсякденне життя мешканців.

Розвиток бюджетних авіаліній, збільшення кількості круїзних лайнерів і поява онлайн-платформ для короткострокової оренди житла є основними причинами різкого зростання кількості туристів. Мандрівники, які приїжджають лише один раз на день, складають значну частину відвідувачів, які проводять у місті лише кілька годин, не роблячи значного внеску у місцеву економіку, але створюючи значний тиск на інфраструктуру. Оскільки власники нерухомості переорієнтовують свої квартири на короткострокову оренду, лише половина туристів залишається на ночівлю, що призвело до скорочення кількості традиційних готельних місць. Це підвищує вартість житла та сприяє відтоку населення.

Наслідки туризму у Венеції виходять за межі переповнених вулиць і площ. Він змінює економіку міста, зосереджуючись на туристах. Багато старих підприємств і ремісничих майстерень закриваються, а їх місце займають сувенірні магазини, кафе та готелі. Це призводить до поступового зникнення автентичного міського середовища, де історичний центр дедалі більше перетворюється на туристичний атракціон, а не на місце для життя.

Крім того, масовий туризм посилює екологічні проблеми міста. Щодня круїзні лайнери, що заходять у Венецію, забруднюють повітря та воду. Величезні натовпи сприяють накопиченню сміття, а поведінка окремих туристів, зокрема купання у каналах або пікніки на мостах, викликає

невдоволення місцевих мешканців. Постійний шум, захаращеність вузьких вуличок та транспортні проблеми лише погіршують якість життя венеційців.

Як наслідок усіх цих процесів Венеція перебуває в стані активної депопуляції. У минулому столітті тут проживало понад 120 тисяч людей, але зараз їх лише 55 тисяч. До 2030 року демографи прогнозують, що кількість постійних мешканців може впасти до критично низького рівня. Якщо населення міста скоротиться до 40 тисяч або менше, Венеція ризикує втратити статус повноцінного життєздатного міста та перетворитися на своєрідний музей під відкритим небом, позбавлений автентичної атмосфери.

Таким чином, овертуризм впливає і на зручність пересування, і на якість відпочинку в місті, загрожує його історичній спадщині, екології та самому існуванню Венеції як живого міського організму. Без ефективних заходів регулювання цей процес може призвести до незворотних змін, що позбавлять місто його унікального характеру.

ЛІТЕРАТУРА

- Колотуха, О. В. (2021). *Спортивний туризм та активна рекреація: географія, систематизація, практика: словник-довідник*. Льотна академія НАУ.
- Simmons, J. (б. д.). *Overtourism in Venice*. Responsible Travel.
<https://www.responsibletravel.com/copy/overtourism-in-venice>

ГОТОВНІСТЬ ДО ВИХОДУ НА ПЕНСІЮ ЯК СКЛАДОВА ПСИХОЛОГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ОСІБ ПІЗЬНОЇ ЗРІЛОСТІ

Кокіна Н. Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Каряка І. В.**

Кандидат психологічних наук, доцент,

Київський національний лінгвістичний університет

Готовність до виходу на пенсію є важливим аспектом психологічної стійкості осіб пізньої зрілості, оскільки цей життєвий етап супроводжується суттєвими змінами в соціальному становищі, фінансовій стабільності, характері міжособистісних стосунків та загальному самопочутті людини. В умовах сучасного суспільства, що постійно змінюється в економічному, соціальному та культурному вимірах, питання адаптації до пенсійного періоду набуває особливої актуальності. Пізня зрілість характеризується накопиченим життєвим досвідом, усталеними ціннісними орієнтирами та вмінням усвідомлено адаптуватися до життєвих змін. Дослідження психологічної готовності до виходу на пенсію дозволить науковцям створити ефективні засоби та заходи для підтримки психічного здоров'я, соціальної активності та успішної адаптації осіб пізньої зрілості до нового етапу життя.

Життєстійкість (резильєнтність) – здатність динамічної системи підтримувати або відновлюватися після значних викликів, які загрожують

її стабільності, життєздатності або розвитку (Cristiane Pimentel Nalin et al., 2015). У період виходу на пенсію розвиток психологічної стійкості відіграє ключову роль у подоланні викликів та нестабільності, які можуть виникати на цьому етапі життя.

Аналіз наукових напрацювань дав нам змогу зробити висновки про те, що важливими факторами, які визначають рівень благополуччя на пенсії, є психологічна стійкість та соціально-економічна задоволеність. Психологічна стійкість включає такі компоненти, як майстерність (здатність контролювати життєві обставини), адаптивність (гнучкість у сприйнятті змін і нових умов), впевненість (відчуття власної компетентності) та наполегливість (здатність долати труднощі та досягати поставлених цілей) (Cristiane Pimentel Nalin et al., 2015). Саме ці психологічні характеристики допомагають людині успішно адаптуватися до змін, що супроводжують вихід на пенсію, та підтримувати позитивне ставлення до нового етапу життя. Готовність до виходу на пенсію передбачає не лише усвідомлення майбутніх змін, а й здатність ефективно адаптуватися до них, що є однією з ключових ознак психологічної стійкості особистості.

Соціально-економічна задоволеність також виявилася значущим предиктором благополуччя у пенсійному періоді. Вона охоплює рівень фінансової стабільності, доступ до соціальних ресурсів та загальне відчуття добробуту (Cristiane Pimentel Nalin et al., 2015). Достатній рівень матеріального забезпечення та підтримка з боку суспільства сприяють зниженню рівня стресу, що виникає через зміни у професійному статусі, та забезпечують відчуття захищеності й комфорту.

Отже, соціально-економічна задоволеність також є частиною психологічної стійкості. Люди, які відчувають фінансову стабільність та соціальну підтримку, мають вищий рівень суб'єктивного благополуччя та менше відчувають стрес, пов'язаний зі зміною життєвих обставин. Це свідчить про те, що психологічна готовність до виходу на пенсію повинна включати не лише внутрішні психологічні ресурси, а й зовнішні фактори, які впливають на загальну стійкість особистості.

Інші дослідження показують, що психологічна готовність до пенсії включає такі компоненти, як когнітивний (усвідомлення та розуміння майбутніх змін), мотиваційний (наявність позитивних мотивів щодо пенсійного періоду), емоційно-вольовий (здатність керувати емоціями та волею) та конативний (готовність до активних дій у нових умовах) (Л. В. Засекіна, Л. І. Магдисюк, 2018).

Розвиток цих компонентів сприяє підвищенню психологічної стійкості, оскільки вони забезпечують ефективне подолання стресових ситуацій та адаптацію до нових життєвих обставин. Зокрема, когнітивний компонент дозволяє особистості краще розуміти та приймати зміни, мотиваційний забезпечує наявність цілей та сенсу в новому етапі життя, емоційно-вольовий допомагає зберігати емоційну рівновагу, а конативний стимулює до активної участі в соціальному житті після виходу на пенсію (Л. В. Засекіна, Л. І. Магдисюк, 2018). Таким чином, психологічна готовність до виходу

на пенсію виступає інтегральною частиною психологічної стійкості осіб пізньої зрілості, забезпечуючи їхнє благополуччя та якість життя в цьому віковому періоді.

Отримані результати, підтверджують тезу про те, що готовність до виходу на пенсію є складовою психологічної стійкості. Вона забезпечує успішну адаптацію до нового життєвого етапу та сприяє збереженню активності, емоційної рівноваги й благополуччя у пізній зрілості.

ЛІТЕРАТУРА

- Засєкіна, Л.В., Магдисюк, Л.І. (2018). *Психологічна готовність особистості до виходу на пенсію*. СХУ ім. Лесі Українки, 7–152.
- Cristiane Pimentel Nalin, Lucia Helena de Freitas Pinho França (2015). The Importance of Resilience for Well-Being in Retirement. Universidade Salgado de Oliveira, Rio de Janeiro-RJ, Brazil. *Paidéia*, 25(61), 191–199.

ФЕНОМЕН “БАТЬКІВСЬКА КУЛЬТУРА” В ПСИХОЛОГІЧНІЙ ЛІТЕРАТУРІ

Комар О. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Кучеровська Н. О.**

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Поняття “батьківська культура” є ключовим у сучасній психології, оскільки відображає специфічні особливості виховання, цінності та переконання, що передаються від покоління до покоління. Дослідники, зокрема Л. Божович та В. Бех, зазначають, що батьківська культура формується під впливом соціального середовища, традицій і індивідуальних характеристик сім’ї. Вона включає моделі взаємодії з дітьми, способи емоційної підтримки та поведінкові стратегії, що застосовуються батьками у процесі виховання.

Згідно з Н. Кривцовою, батьківська культура є частиною загальної культури суспільства, визначається домінуючими цінностями, які впливають на виховання дітей. Наприклад, у традиційних суспільствах вона ґрунтується на колективізмі, підпорядкуванні старшим, а в сучасних демократичних державах – на індивідуалізації та партнерських стосунках. Це свідчить про те, що батьківська культура змінюється відповідно до соціальних і економічних умов, а також наукового прогресу в галузі педагогіки та психології (Ващенко, 2015).

Різні автори трактують батьківську культуру по-різному. Дж. Бонфенбрєннер у своїй теорії розвитку розглядав батьківство як частину макросистеми, де культура визначає стиль виховання. У той же час Дж. Балдевін підкреслював вплив рівня освіти батьків та їх соціального статусу

на методи виховання. Отже, батьківська культура є багатовимірним явищем, яке включає морально-етичні принципи, поведінкові норми та методи виховання (Бриль, 2015).

Дослідження батьківської культури як окремого явища починається з праць представників психоаналізу, зокрема З. Фрейда. Вони розглядали виховання як процес, що визначає психосексуальний розвиток дитини. У XX столітті інтерес до батьківської культури зріс завдяки працям Е. Еріксона, який виокремив вісім вікових криз, у межах яких формується особистість дитини під впливом виховання. Сучасні дослідження батьківської культури ведуться в межах когнітивної психології, соціології та педагогіки. Дослідження Д. Бріджет (Parental Social Responsibility Scale) дозволяють оцінити рівень відповідальності батьків за виховання дітей (McBride, Mills, 1993).

Сучасний світ характеризується швидкими соціальними та культурними змінами, які безпосередньо впливають на батьківську культуру. Традиційне виховання, що передбачало суворе підпорядкування дітей батьківській владі, поступається місцем демократичному стилю виховання, орієнтованому на партнерські взаємини. Інформаційні технології також відіграють окрему роль у трансформації батьківської культури, оскільки сучасні батьки частіше звертаються до онлайн-ресурсів для отримання інформації про виховання (Даниленко та ін., 2020).

Економічні трансформації змушують батьків делегувати частину виховних функцій іншим особам, що може призводити до зменшення емоційного контакту між батьками та дітьми. Водночас батьківська культура зазнає змін, адаптуючись до викликів сучасного суспільства, але основна функція – формування особистості дитини – залишається незмінною. Сім'я як основний соціальний інститут забезпечує передачу культурних традицій і виховних стратегій від одного покоління до іншого.

Дослідження показують, що стиль виховання значною мірою залежить від того, як виховували батьків. Батьки, які демонструють повагу та емоційну підтримку, формують у дітей позитивні цінності, що впливають на їхнє майбутнє. Батьківська культура безпосередньо визначає стиль виховання, що впливає на психологічний розвиток дитини.

ЛІТЕРАТУРА

- Бриль, М. М. (2015). Соціально-психологічні особливості дитячо-батьківських стосунків з дошкільниками в дистантних сім'ях. *Теоретичні і прикладні проблеми психології: зб. наук. праць Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля*, 2(37), 33–38
- Вашченко, І. В. та ін. (2015). Соціально-психологічні особливості ставлення батьків до дитини як чинник успішності їх взаємодії. *Теоретичні і прикладні проблеми психології*, 3(38), 97–104
- Даниленко, Г. М., Щербакова, О. О., & Авдієвська, О. Г. (2020). Медико-соціальні та соціально-психологічні особливості розвитку особистості підлітка в сучасній родині. *Україна. Здоров'я нації*.
- McBride, B. A., & Mills, G. (1993). *Parental Responsibility Scale (PRS)*.

ЕКСТРЕМАЛЬНИЙ ТУРИЗМ НА ЗАКАРПАТТІ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Костюк К. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Лебедєва І. М.

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Останнім часом туризм став невід'ємною частиною життя багатьох людей, перетворившись не лише на спосіб відпочинку, а й на можливість отримати нові враження та яскраві емоції. Особливої популярності набирає активний та екстремальний туризм, адже сучасні мандрівники прагнуть не просто відпочити, а випробувати власні сили, відчутти адреналін і пережити незабутні пригоди. Це приваблює як професіоналів, які шукають нових викликів, так і звичайних туристів, що хочуть вийти за межі буденності.

Закарпаття має значний потенціал для розвитку екстремального туризму, що зумовлено рядом природних та географічних переваг. По-перше, вигідне розташування регіону сприяє залученню туристів не лише з різних куточків України, а й із сусідніх європейських країн. По-друге, тут розташовані мальовничі Карпати, які створюють ідеальні умови для різних видів активного відпочинку: гірського трекінгу, рафтингу, скелелазіння, та навіть парашутизму (Габчак, 2011).

Скелелазіння та гірський туризм користуються великою популярністю серед шукачів пригод. Найкращими локаціями для реалізації їхніх бажань є гори Воловецького, Міжгірського, Рахівського, Великоберезнянського, Свалявського та Мукачівського районів. Маршрути різної складності дозволяють як досвідченим альпіністам, так і новачкам насолоджуватися красою Карпат, випробовуючи свої сили в підкоренні вершин (Мозолєв та ін., 2020).

Спелеотуризм приваблює тих, хто прагне дослідити підземний світ Закарпаття. Унікальні карстові печери, зокрема біля села Княгиня, у Малій Угольці та відома “Перлинова печера”, відкривають захопливі краєвиди підземних лабіринтів. Найбільшою печерою регіону є “Дружба”, що має довжину близько 900 метрів і розташована на території Тячівського району (Паращук & Хмара, 2020).

Гірськолижний туризм у Закарпатті представлений таким популярним курортом, як “Драгобрат” – найвищий гірськолижний центр Карпат. Його унікальне розташування на висоті 1300–1700 метрів над рівнем моря робить його ідеальним місцем для катання на лижах і сноубордах, навіть коли в інших регіонах сніг уже тане.

Джайлоо-туризм – це виживання в дикій природі без благ цивілізації, що дарує унікальний досвід мандрівника.

Розвиток екстремального туризму в Закарпатті стикається з низкою викликів, які потребують комплексного вирішення. Однією з основних проблем є недостатній рівень державної підтримки та відсутність належних національних служб, що займаються регулюванням і контролем у цій сфері. Крім того, високий рівень травматизму вимагає посиленого нагляду за організацією екстремального відпочинку, щоб забезпечити безпеку туристів. Важливим чинником, що також гальмує розвиток цього напрямку, є низький рівень доходів більшості громадян України, що обмежує їхню можливість брати участь у дорогих екстремальних турах. Але основною причиною кризових явищ у туристичній галузі є повномасштабна російська агресія проти нашої держави.

Зважаючи на вигідне географічне розташування Закарпаття, яке межує з країнами Європейського Союзу, а також на зростаючий інтерес іноземних туристів до екстремального відпочинку, важливо проводити дослідження їхніх потреб та розробляти унікальні туристичні пропозиції. Орієнтація на зовнішній ринок допоможе залучити більше мандрівників і створити конкурентоспроможні екстремальні тури, що відповідатимуть європейським стандартам.

Незважаючи на позитивні тенденції у сфері рекреаційного туризму в Закарпатті, його матеріально-технічна база залишається недостатньо розвиненою. Пріоритетним напрямком має стати не лише збільшення кількості туристичних об'єктів, а й модернізація наявної інфраструктури. Це дозволить створити якісний і конкурентний ринок рекреаційних послуг, зокрема у сфері екстремального туризму, що сприятиме залученню більшої кількості туристів і підвищенню рівня туристичної привабливості регіону. Розвиток екстремального туризму у Закарпатті може стати важливим чинником відновлення галузі після закінчення війни.

Таким чином, стратегічний розвиток екстремального туризму в Закарпатті має базуватися на комплексному підході, що включає інфраструктурні вдосконалення, безпекові заходи, залучення іноземних туристів та активну популяризацію серед населення. Це дозволить не лише розвинути туристичну галузь, а й позитивно вплинути на економіку та міжнародний імідж України.

ЛІТЕРАТУРА

- Габчак, Н. (2011). Гірський рельєф Закарпаття як складова розвитку екстремального туризму. *Фізична географія та геоморфологія*, 1, 55–61.
- Мозолєв, О., Гуцал, Л., & Блазунь, А. (2020). Проблеми розвитку пішохідного туризму в Україні. У *Modern problems in science* (с. 716–719).
- Паращук, А., & Хмара, М. (2020). Теоретичні основи організації рекреаційного та фізкультурно-оздоровчого туризму для молоді. У *Актуальні проблеми розвитку освіти в сфері фізичної культури та спорту* (с. 98–101). ХГПА.

ГЛОСОФОБИЯ ЯК ПСИХОЛОГІЧНА ПРОБЛЕМА СУЧАСНОГО СТУДЕНТСТВА

Лахтадир М. Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Каряка І. В.

Кандидат психологічних наук, доцент

У сучасному освітньому середовищі публічні виступи є важливим компонентом навчального процесу, проте для багатьох студентів вони стають серйозним психологічним викликом. Глософобія, або страх публічного виступу, є поширеною проблемою, що може негативно впливати на академічну успішність, соціальну активність та професійний розвиток майбутніх фахівців. Особливо актуальною ця проблема стає в умовах зростаючих вимог до комунікативних навичок та самопрезентації. Дослідження глософобії серед студентської молоді дозволить глибше зрозуміти її причини, наслідки та розробити ефективні методи подолання, що сприятиме формуванню впевненої й конкурентоспроможної особистості.

Проблему страху в осіб юнацького віку досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні науковці, зокрема Івлева І., Лемешук В., Максименко С., Мичко В., Ольховецький С., Петрова А. та інші. Згідно з поглядами Ольховецького С. М., страх найчастіше розглядається в межах поняття тривожності, оскільки його визначають як усвідомлену тривогу, що має чіткий об'єкт (Кулеша-Любінець, 2018).

Нав'язливі страхи (фобії) виникають у конкретних ситуаціях або внаслідок певних уявлень і не проявляються за їх відсутності. У юнацькому віці, коли відбувається поступове залучення до різних сфер суспільного життя та зростає рівень рефлексії, може розвиватися соціальна фобія. Вона проявляється у страху виступати перед аудиторією, відповідати перед викладачем, складати іспити, виходити на сцену, взаємодіяти з викладачами чи спілкуватися з представниками протилежної статі тощо. Тому особливо важливо вивчити основні страхи, характерні для студентської молоді (Кулеша-Любінець, 2018).

Емпіричне дослідження було проведене на базі одного із університетів України, в якому взяли участь 35 студентів IV курсу денної форми навчання за спеціальністю “Психологія”. Аналіз отриманих результатів демонструє, що 63 % опитаних студентів мають актуальні страхи, зумовлені біологічними, психологічними та соціальними факторами. За суб'єктивною оцінкою рівня домінуючих страхів, до п'ятірки найбільш поширених увійшли пейрафобія (54 %), зоофобія (36 %), акрофобія (27 %), маніфобія (23 %) та нозофобія (16 %). Тобто найбільше студенти відчують страх публічних виступів, що узгоджується з висновками сучасних досліджень у медицині та психології щодо поширеності соціальних страхів серед молоді.

Вони можуть формуватися ще в підлітковому віці через нестабільну самооцінку та особливості виховання, що в подальшому впливає на якість життя, знижує впевненість у власних силах та ускладнює досягнення життєвих цілей. Такі страхи також можуть зменшувати мотивацію до успіху (Кулеша-Любінець, 2018).

Отже, глософобія є поширеною проблемою серед студентської молоді, що може негативно впливати на академічну успішність, соціальну активність та майбутній професійний розвиток. Аналіз результатів дослідження підтверджує, що страх публічних виступів є найбільш розповсюдженим серед студентів і має біологічні, психологічні та соціальні причини. Вчасна корекція цього страху за допомогою тренінгів, когнітивно-поведінкової терапії та розвитку навичок самопрезентації сприятиме підвищенню впевненості в собі та комунікативної компетентності, що є важливим чинником успішної реалізації особистості в сучасному суспільстві.

ЛІТЕРАТУРА

Кулеша-Любінець, М. (2018). Переважні страхи студентської молоді під час навчання у вищій школі. *Психосоматична медицина та загальна практика*, 3(4), е0304164.
<https://uk.e-medjournal.com/index.php/psp/article/view/164>

ВПЛИВ ГУБРИСТИЧНОЇ МОТИВАЦІЇ НА ПРОФЕСІЙНУ СПРЯМОВАНІСТЬ ФАХІВЦІВ СОЦІОНОМІЧНИХ ПРОФЕСІЙ

Лесик С. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Бабатіна С. І.**

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасний ринок праці висуває високі вимоги до фахівців соціономічних професій, оскільки їхня діяльність передбачає інтенсивну міжособистісну взаємодію. Професійна реалізація у таких сферах, як психологія, педагогіка, соціальна робота, неможлива без розвинених комунікативних здібностей, емпатії та прагнення до саморозвитку. Одним із ключових психологічних факторів, що впливають на ефективність діяльності фахівців соціономічного профілю, є губристична мотивація – прагнення до досягнення високих результатів, самовдосконалення та переваги (Fomenko, 2023).

Губристична мотивація є багатовимірним феноменом, що включає кілька взаємопов'язаних компонентів: мотивацію до успіху, мотивацію переваги, комунікативну компетентність, емпатійність та самоактуалізацію. Згідно з дослідженнями Фоменко (2023), губристична мотивація є важливим предиктором професійної ефективності у соціономічних професіях.

Гіпотеза дослідження: передбачається, що губристична мотивація, комунікативні здібності та емпатія є предикторами успішної професійної реалізації фахівців соціономічного профілю.

Методологічною основою дослідження є праці Фоменко (2023), яка розробила і обгрунтувала модель губристичної мотивації, а також концепції мотивації досягнень Ehlers T. (2010). З метою емпіричної перевірки було використано методику Фоменко для оцінки рівня губристичної мотивації та Тест мотивації досягнень Ehlers, T. (2010).

З психологічної точки зору фахівці соціономічних професій (психологи, соціологи, педагоги, соціальні працівники) потребують губристичної мотивації, оскільки їхня діяльність безпосередньо пов'язана з міжособистісною взаємодією, впливом на інших людей та самореалізацією через допомогу суспільству. Основними складовими успішної взаємодії у професійній реалізації є емоційний інтелект, розвинені навички емпатії, стресостійкість, рефлексія та комунікативна компетентність. Губристична мотивація в цьому контексті сприяє професійному зростанню, підтримує високу внутрішню мотивацію до роботи та допомагає долати професійні виклики, зберігаючи ефективність і психологічне благополуччя.

Фахівці з високим рівнем губристичної мотивації демонструють:

- вищий рівень залученості у професійну діяльність;
- високу стресостійкість та здатність до швидкої адаптації;
- орієнтацію на постійне навчання та самовдосконалення;
- більш ефективні комунікативні стратегії та емпатійність (Bojko, 2001).

Таким чином, губристична мотивація є важливим чинником, що сприяє ефективності фахівців соціономічного профілю та їхній кар'єрній успішності.

Результати досліджень вчених підтверджують, що губристична мотивація, комунікативні здібності та емпатія є ключовими предикторами професійної успішності у соціономічних професіях. Майбутні фахівці, які володіють цими якостями, більш адаптивні до змін, відкриті до саморозвитку та ефективні у міжособистісній взаємодії.

Перспективи подальших досліджень включають розробку методичних рекомендацій для формування губристичної мотивації у студентів соціономічних спеціальностей та аналіз її впливу на професійне вигорання.

ЛІТЕРАТУРА

- Fomenko, K. (2023). Hubristic motivation in professional development. Academic Press.
- Ehlers, T. (2010). Achievement motivation: Psychological aspects. Psychological Research Journal.
- Bojko, V. (2001). Communicative tolerance scale: Methodology and applications. Psychological Research.

ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ МАЛЬДІВСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ

Личова К. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Лебедева І. М.

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Мальдіви – це тропічний архіпелаг в Індійському океані, що складається з 1192 островів, з яких 199 заселені, а 80 є курортами. Архіпелаг характеризується унікальними екосистемами, біорізноманіттям коралових рифів і сприятливими кліматичними умовами для рекреації та туризму. Відомо, що активному розвитку туризму на островах Мальдівського архіпелагу могла б завадити певне відношення місцевого мусульманського населення щодо туристів інших віросповідань і культур. Але, щоб забезпечити комфорт для обох сторін, було організовано острови для потреб туристів, обладнавши їх. Більшість готелів на цих островах пропонують розміщення у чотирьох- або п'ятизіркових бунгало.

Привабливим для туристів є клімат протягом усього року, середньорічна температура коливається від +27°C до +32°C. Клімат Мальдів позитивно впливає на туризм, незважаючи на сезон дощів (у час з травня по жовтень). У цей час багато курортів пропонують знижки для туристів що робить місце більш доступним для них (Рогова, 2023).

Тут лише одне місто – столиця Мале. Це найбільш густонаселене місто у Мальдівській республіці, яке вміщує десятки тисяч мешканців. Також Мале є місцем для пересадки і подальшої подорожі туристів на острови. Хоча загалом Мальдіви бідні на культурно-історичні ресурси, проте у країні є місця які варто відвідати (Смаль, 2010).

У Мале розташована велика п'ятнична мечеть з коралового каменю, національний музей, який розповідає історію архіпелагу. Національний музей Мальдів у парку Султан – це колишній палац султана Мальдів. Тут зберігаються артефакти, які розповідають про минуле Мальдів, у тому числі антикваріат, меблі, прикраси, валюта доби султанату (Рогова, 2023).

Головний туристичний ресурс – океанічні пляжі, білий м'який пісок, чиста блакитна вода. Мальдіви відомі великою кількістю курортів, що розташовані на приватних островах. Ці курорти пропонують водні бунгало, спа-процедури, вишукану кухню та розваги, які включають дайвінг, снорклінг, риболовлю та морські круїзи.

До улюблених місць туристів відноситься курорт Ангаага. Це місце оточене блакитною водою та білосніжними пісками. У Меедїффуші лише починають приймати туристів, але курорт активно розвивається. Як і на багатьох островах, цей курорт пропонує знайомство з унікальним підводним світом – ресторан, розташований під водою, що дозволяє відвідувачам спостерігати за подіями у морському житті.

Також цікавим місцем для туристів є біолюмінесцентний пляж на Вааду, він світиться вночі завдяки планктону. З цього острова можна побачити явище, відоме як “Море зірок”. Крім того туристи можуть відвідати поселення місцевих мешканців, щоб познайомитися з культурою і побутом мешканців.

Традиційна кухня Мальдів має свої особливості і є важливим туристичним ресурсом. Його основа – кокос, виготовлений у різних варіаціях, зокрема у туристів популярні кокосові палички бонд. Основним блюдом вважається – Рехав-акура, яка виготовляється з тунця. А місцевий хліб – роші – їдять з рибою, цибулею кокосом і лаймом (Традиційна кухня Мальдів, 2020).

Отже, Мальдіви залишаються одним з найпривабливіших туристичних напрямків у світі завдяки унікальним природним ландшафтом, розкішним курортам і високому рівню обслуговування. Туризм є основним джерелом доходів країни, проте галузь стикається з низькою викликів, серед яких кліматичні зміни, загроза підвищення рівня океану, екологічне навантаження на коралові рифи та залежність від міжнародного туристичного потоку. Незважаючи на ці проблеми, перспективи розвитку оцінюються фахівцями як позитивні завдяки впровадженню принципів сталого туризму, екологічних ініціатив і технологічним інноваціям, які можуть сприяти збереженню природних ресурсів країни.

ЛІТЕРАТУРА

- Рогова, Д. (2023, Жовтень 31). *Путівник по Мальдівах на 2023-2024 роки: Напрямки, найкращий час та путівник*. VisitWorld.Today.
<https://visitworld.today/uk/blog/1755/maldives-travel-guide-2023-2024-destinations-best-time-guide#yakii-ostrov-obrati-dlya-idealnoi-vidpustki-na-maldivax>
- Смаль, І. В. (2010). *Туристичні ресурси світу*. Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя.
- TourKazka. (2020, Червень 25). *Традиційна кухня Мальдів: особливості та традиції*.
<https://tourkazka.com/tradytsiyna-kukhnya-maldiv/>

ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ

Ліхтанська К. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Кучай О. В.

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Діловий туризм є одним з ключових напрямків туристичної галузі, що забезпечує економічне зростання країни, розвиток міжнародного співробітництва та залучення інвестицій. До 2022 року Україна демонструвала

позитивну динаміку в цьому секторі, однак війна призвела до суттєвого скорочення кількості ділових подорожей та заходів. У даній публікації проаналізовано сучасний стан ділового туризму в Україні, основні виклики, що постали перед галуззю в умовах війни, та перспективи її відновлення після завершення бойових дій.

Діловий туризм охоплює такі напрямки, як корпоративні поїздки, участь у міжнародних виставках, конференціях, бізнес-зустрічах, навчальних заходах тощо. До повномасштабного вторгнення Україна активно розвивала цей сегмент, особливо в таких містах, як Київ, Львів, Харків, Одеса та Дніпро. Українські компанії організовували численні форуми, інвестиційні саміти та галузеві виставки, що приваблювало іноземних партнерів та сприяло зростанню економіки.

Однак війна спричинила суттєвий спад у цій сфері:

- значна частина міжнародних заходів була скасована або перенесена за кордон;
- безпекові ризики унеможливили проведення масових офлайн-заходів у багатьох регіонах;
- руйнування інфраструктури та проблеми з логістикою обмежили можливості для бізнес-туризму;
- частина компаній змінила формат роботи, віддавши перевагу онлайн-конференціям та дистанційним бізнес-зустрічам.

Попри складну ситуацію, спостерігаються й позитивні тенденції. Україна стала центром міжнародних переговорів щодо відновлення, реконструкції та майбутнього розвитку країни. Зокрема, міжнародні конференції щодо повоєнного відновлення України проходять у партнерстві з європейськими країнами, що стимулює інтерес до бізнес-туризму.

Відновлення ділового туризму в Україні залежить від декількох ключових факторів:

1. *Відбудова інфраструктури* – необхідно відновити транспортні вузли, конференц-центри, готелі та інші об'єкти, що забезпечують проведення ділових заходів.

2. *Підвищення безпеки* – гарантії безпеки для іноземних гостей будуть ключовим фактором у відновленні довіри до українського ринку ділового туризму.

3. *Підтримка держави та міжнародних організацій* – необхідно створювати грантові програми та пільгові умови для інвесторів, які готові вкладати кошти у розвиток бізнес-туризму.

4. *Розвиток сучасних бізнес-платформ* – створення хабів для проведення міжнародних подій, зокрема конференцій щодо відбудови України.

5. *Популяризація України як ділового центру Східної Європи* – залучення великих міжнародних заходів та конференцій для підвищення інвестиційної привабливості країни.

Отже, попри труднощі, пов'язані з війною, діловий туризм в Україні має високий потенціал для відновлення. Вже сьогодні спостерігається адаптація галузі до нових умов через використання онлайн-форматів та зміщення

ділових подій у безпечні регіони. Після завершення війни країна матиме унікальну можливість стати центром міжнародного ділового співробітництва, що сприятиме економічному розвитку та інтеграції в європейську спільноту.

ЛІТЕРАТУРА

- Державне агентство розвитку туризму України. (n.d.). Взято 20 березня 2025 з <https://www.tourism.gov.ua/>
- Малюта, К. Г. (2019). Фактори інвестиційної привабливості туристичної сфери України. *Modern Economics*, 13, 168–173. https://tourlib.net/statti_ukr/maljuta.htm

МІСЦЕ РЕСПУБЛІКИ ФІЛІППІНИ У СИСТЕМІ СВІТОВОГО ТУРИЗМУ

Мельник Т. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Лебедева І. М.**

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Туризм є важливою складовою світової економіки, що сприяє розвитку регіонів, збільшенню робочих місць та підвищенню міжнародної співпраці. Філіппіни як острівна держава Південно-Східної Азії мають значний потенціал для розвитку туристичної галузі. Проте, у порівнянні з провідними туристичними напрямками, їхня частка у глобальному туристичному ринку залишається відносно невеликою.

Республіка Філіппіни – це архіпелаг, який складається з близько 7600 островів і знаходиться у Південно-Східній Азії. Країна представлена в ООН, а також є співзасновницею Асоціації держав Південно-Східної Азії (АСЕАН).

Однією з провідних та важливих галузей економіки Філіппін є туризм. Туристичні ресурси, на які багаті Філіппіни, дають змогу активно розвивати цю сферу. Насамперед, сприятливий тропічний клімат (середня температура сягає 26,6 градусів за Цельсієм) та довга берегова лінія дає змогу розвивати пляжно-купальний та водний туризм. Гори та вулкани займають більшу частину території країни, що дає передумови для розвитку екстремального туризму та різних спортивних активностей. Ще однією особливістю Філіппін є печери, які є не лише природною атракцією, а й частиною історичної спадщини. Історико-культурні туристичні ресурси Філіппін відображають історичний шлях і культурну спадщину корінних народів країни.

До початку пандемії COVID-19 частка туризму у ВВП країни у 2019 році складала 12,9 %, а у 2023 – 8,6 % (Balita, 2024). Це показує, як негативно відобразилася пандемія та пов'язані з нею обмеження на подорожування на кількості туристичних прибуттів до країни. Філіппіни відкрилися для туристів у 2022 році, але лише для вакцинованих.

Щоб відновити галузь і збільшити кількість туристів влада Філіппін розробила проєкт “Love the Philippines”, метою якого є популяризація

найкращих атракцій країни, які можна відвідати. Можна констатувати, що це має позитивні наслідки для розвитку туризму в країні, адже цей проєкт допомагає туристам дізнатися більше про Філіппін (Rocamora, 2024).

Проте на світовому туристичному ринку Філіппіни все ще залишаються країною, яка розвивається. Станом на 2023 рік найвідвідуванішими країнами були Франція (100 млн осіб), Іспанія (85 млн осіб) та США (66 млн осіб), у той час як Філіппіни прийняли всього 5 млн. туристів, що є значно меншим показником (Statista Research Department, 2025).

В Азійсько-Тихоокеанському туристичному регіоні Філіппіни теж мають не найвищі показники. Найбільше прибуттів у цьому туристичному регіоні у Таїланду, який прийняв 28 млн туристів, Японії (25 млн осіб) та Малайзії (20 млн осіб) (Road Genius). За своїми показниками Філіппіни поки що значно поступаються своїм регіональним конкурентам, однак активний розвиток туристичної індустрії може сприяти покращенню ситуації.

Доходи від туризму також є важливим показником місця країни у системі світового туризму. Так у 2023 році США отримали 175 млрд доларів від туризму, Іспанія – 92 млрд, Франція – 64 млрд, у той час як Філіппіни отримали близько 8 млрд доларів (Road Genius.). Водночас, незважаючи на суттєву різницю у показниках, зростання доходів Філіппін від туристичної індустрії спостерігається щорічно, що вказує на поступову інтеграцію країни у світовий туристичний ринок.

Отже, Республіка Філіппіни має значний потенціал у сфері туризму завдяки своїм туристичним ресурсам. Попри те, що країна поки що не входить до числа світових лідерів за кількістю відвідувань, стабільне зростання туристичних потоків і доходів від туризму свідчить про перспективність галузі. Для подальшого розвитку необхідне вдосконалення інфраструктури, підвищення рівня сервісу та ефективна міжнародна промоція туристичних можливостей країни.

ЛІТЕРАТУРА

Balita, C. (2024, June 25). *Share of tourism direct gross value added to the gross domestic product (GDP) of the Philippines from 2012 to 2023*. Statista.

<https://www.statista.com/statistics/1094766/philippines-tourism-direct-gross-value-added-share-of-gdp/>

Road Genius. (б. д.). *Global Tourism Statistics & Trends – 2023 to 2025*. Взято 15 березня 2025 року з <https://roadgenius.com/statistics/tourism/>

Road Genius. (б. д.). *World Tourism Rankings By Country – Most Visited Countries in the World in 2023*. Взято 15 березня 2025 року з

<https://roadgenius.com/statistics/tourism/global-tourism-ranking/>

Rocamora, J. A. L. (2024, June 29). *UN exec: 'Love the Philippines' a powerful tourism tagline*. Philippine News Agency.

<https://www.pna.gov.ph/index.php/articles/1227963>

Statista Research Department. (2025, January 9). *Countries with the highest number of international tourist arrivals worldwide from 2019 to 2023*. Statista.

<https://www.statista.com/statistics/261726/countries-ranked-by-number-of-international-tourist-arrivals/>

АНАЛІЗ ПОНЯТЬ “ЩАСТЯ” ТА “КАРТИНА СВІТУ” В РОБОТАХ ВІТЧИЗНЯНИХ І ЗАКОРДОННИХ ПСИХОЛОГІВ”

Нікіфорова С. Е.

Київський національний лінгвістичний університет.

Науковий керівник: Кириленко В. Г.

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Щастя є одним із центральних понять у філософських і психологічних дослідженнях. Його трактування варіюється залежно від культурних, соціальних та особистісних факторів. Вітчизняні дослідники акцентують увагу на зв'язку щастя зі смисложиттєвими орієнтаціями, самореалізацією та емоційним благополуччям особистості. Закордонні підходи включають як гедоністичний (Diener E., 1984), так і евдемоністичний (Ryff, C.D. and Singer, B., 1998) погляди на цей феномен.

Картина світу, як когнітивна структура, формує спосіб, у який людина сприймає себе та реальність. Вона включає емоційні, когнітивні та соціокультурні аспекти. Картина світу спеціалістів соціономічних професій формується під впливом їх професійної діяльності, яка передбачає постійну взаємодію з людьми, емоційну включеність та високу відповідальність. Вона містить елементи соціальної підтримки, емпатії, моральних цінностей та професійних настанов, що впливають на їх рівень суб'єктивного благополуччя (Підгурська М, Пиріг М, 2020). У межах вітчизняної психології, дослідження картини світу Широковою І. (2018) пов'язані з її розглядом як динамічної системи, що включає базові та варіативні складники. Базовий складник забезпечує стабільність світосприйняття, тоді як варіативний відображає особистісні та соціальні зміни.

Одним із важливих аспектів аналізу щастя є його структура. Дослідницею Біла І. (2023; 2024) виділено:

1. Емоційний компонент (відчуття радості, задоволення, гармонії);
2. Когнітивний компонент (оцінка свого життя як осмисленого, успішного);
3. Поведінковий компонент (активні дії, спрямовані на досягнення благополуччя).

Вплив соціального контексту на щастя є важливим предметом досліджень. У культурі колективізму, як в Україні, щастя тісно пов'язане з міжособистісними відносинами, сімейним благополуччям і соціальною підтримкою. Дослідження Кириленко К. М. (2021) підкреслюють, картина світу впливає на цінності та мотиви людини, визначаючи її сприйняття реальності та поведінку.

Поняття картини світу також відіграє ключову роль у розумінні щастя. Вона визначає, які цінності та установки формують уявлення людини про успішне та гармонійне життя. Дж. Келлі (1995) підкреслював, що картина

світу є продуктом особистісного досвіду, що постійно коригується під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів.

Значний внесок у вивчення феномену щастя зробили дослідження нейропсихологічних та соціокультурних аспектів. Зокрема, роботи К. Ріфф дозволили обґрунтувати концепцію психологічного благополуччя, яка передбачає баланс між зовнішніми обставинами та внутрішніми ресурсами людини. Також вивчається вплив когнітивних компонентів (позитивне мислення, саморозвиток, саморефлексія) на рівень суб'єктивного щастя (Біла, 2024).

Отже, феномени щастя та картини світу є взаємопов'язаними. Подальші дослідження можуть бути зосереджені на вивченні взаємозв'язку між когнітивними моделями картини світу та рівнем суб'єктивного благополуччя особистості.

ЛІТЕРАТУРА

- Біла, І. М. (2023). Формула щастя. *Психологія свідомості: теорія і практика наукових досліджень*.
<https://doi.org/10.36059/978-966-397-353-1-24>
- Біла, І. М. (2024). Когнітивні засади щастя. *Соціально-психологічні ресурси особистості в екстремальних умовах*.
<https://doi.org/10.36059/978-966-397-393-7-26>
- Кириленко, К. М. (2021). До питання про демаркацію понять “картина світу”, “світогляд” та “образ світу”. *Актуальні проблеми філософії та соціології, Науково-практичний журнал. Національний університет “Одеська юридична академія”*, 28, 9–13.
<https://doi.org/10.32837/apfs.v0i28.940>
- Підгурська, М., Пиріг, П. (2022) Взаємозбагачення змісту і сутнісного наповнення соціономічних професій. *Збірник тез доповідей IV міжнародної студентської наукової конференції: Правова система України в умовах європейської інтеграції: погляд студентської молоді*.
<http://confuf.wunu.edu.ua/index.php/confuf/article/view/277>
- Широкова, І. І. (2018). Модель, образ, картина світу: диференціація понять. *Science and Education a New Dimension. Philology*, VI(51), 176, 72.
<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-176VI51>
- Diener E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542–575.
<https://doi.org/10.1037/0033-2909.95.3.542>
- Kelly, G. A. (1955). *The psychology of personal constructs*. Norton.
<https://doi.org/10.4324/9780203359037>
- Ryff, C.D. and Singer, B. (1998) *The Contours of Positive Human Health*. *Psychological Inquiry*, 9, 1–28.
http://dx.doi.org/10.1207/s15327965pli0901_1

МАЙНДФУЛНЕС ПІДХІД У РОБОТІ З ТРИВОЖНО-ФОБІЧНИМИ РОЗЛАДАМИ

Носок І. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Бабатіна С. І.**

Кандидат психологічних наук, доцент,

Київський національний лінгвістичний університет

Події останніх років мали значний вплив на психічний стан людей. Через спалах COVID-19, сучасне людство було змушене перебувати в стані стресу, через постійний страх та ізоляцію. Це стало першим поштовхом до розвитку тривожно-фобічних розладів. В 2022 році ж, після початку повномасштабного вторгнення, рівень тривоги та стресу значно зріс, а ізоляція знову стала буденністю для українців. У результаті таких життєвих подій, збільшилася кількість випадків посттравматичного стресового розладу (ПТСР) та панічних атак на фоні страху за своє життя, що в результаті спровокувало розвиток соціальних фобій (ICD-10 Version: 2019). Вони проявляються в страху перед спостереженням з боку інших, що призводить до уникання соціальних контактів з іншими людьми.

Одними з найбільш схильних осіб до соціальних фобій, можна вважати сучасних юнаків. Вони протягом останніх 6 років навчалися в умовах онлайну і в період, коли соціальна активність підлітків мала б бути спрямована насамперед на прийняття та засвоєння норм, цінностей і способів поведінки, характерних для світу дорослих та стосунків між ними (Ушакова, 2016), вимушено не отримали цього досвіду. В результаті, у багатьох з них почалися проблеми в міжособистісній комунікації, зріс рівень невпевненості в собі і, як результат знизилася самооцінка. На фоні впливу цих факторів протягом тривалого часу у підлітків, які є сучасними юнаками, сформувався страх до осуду з боку оточуючих та уникання соціальних контактів з іншим людьми. А ці прояви, вказують на можливість соціальної фобії.

Основним симптомом соціальної фобії є тривога в центрі якої, лежить невротичний стрес, що провокується автоматичними думками. В стані невротичного стресу, людина втрачає здатність діяти в теперішньому та концентрувати увагу на актуальному сьогоденні. Одним з доказових методів у боротьбі з тривожно-фобічними розладами є когнітивно-поведінкова терапія (КПТ) (Beck, J. S., 2011) - це психотерапевтичний підхід, який фокусується на тому, як думки, переконання і ставлення людини впливають на її емоції і поведінку, що допомагає освоїти навички, які необхідні для вирішення різних проблем. Але оскільки це саме психотерапевтичний метод, то ми розглядаємо один з напрямків КПТ, а саме майндфулнес – “безоцінкове усвідомлення”. Це процес, під час якого увага спрямовується на теперішній момент, людина сприймає те, що зараз відбувається в її внутрішньому або зовнішньому світі, і прагне при цьому до безоцінковості і прийняття (Миколайчук, 2014).

Тобто, основою метою методики майндфулнес є вміння перебувати в “тут і зараз”. При соціальній фобії, це може стати своєрідним якорем, щоб не піддатися впливу фобічної тривоги та деструктивних думок. Даний інструмент, не є заміною терапії зі спеціалістом, але може допомогти розвинути навички емоційної регуляції, самоусвідомлення та часткового зменшення страху до соціальних взаємодій.

ЛІТЕРАТУРА

- Миколайчук, М. І. (2014). Екологічність психологічної допомоги як чинник культури психічного здоров'я індивіда. *Актуальні проблеми психології*, 7(36), 290–297.
- Ушакова, І. М. (2016). *Вікова психологія : курс лекцій*. НУЦЗУ
- ICD-10 Version:2019. (2019). *International Classification of Diseases, 10th Revision*. World Health Organization.
- Beck, J. S. (2011). *Cognitive Behavior Therapy, Second Edition: Basics and Beyond*. Guilford Press.

ВИКОРИСТАННЯ КУЛЬТУРНИХ ТРАДИЦІЙ У ДИЗАЙНІ ГОТЕЛІВ КИТАЙСЬКОЇ НАРОДНОЇ РЕСПУБЛІКИ

Орчаковська В. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Лебедева І. М.**

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Використання місцевих культурних традицій у дизайні готелів допомагає створити унікальну атмосферу, приваблює сучасних туристів та виділяє готелі серед конкурентів. Це не лише посилює емоційний зв'язок з гостями, а й підтримує місцеву економіку. Занурення у культурні традиції через архітектуру, ремесла та кухню робить відпочинок більш автентичним, збільшує лояльність мандрівників, підвищує середню ціну перебування. Такий підхід є не просто трендом, а стратегічним рішенням, що сприяє збереженню культурної спадщини та успіху бізнесу.

Китайська Народна Республіка, країна культурного розмаїття та тисячолітньої історії, стала світовим лідером у сфері інтеграції місцевих культурних традицій у сучасний дизайн готелів. Готельна індустрія Китаю є однією з найбільших та продовжує динамічно розвиватися. Країна приваблює мільйони туристів щорічно завдяки багатій історії та культурній спадщині, а також положенню великого ділового та економічного центру.

Цей підхід не тільки покращує враження гостей від перебування, але й допомагає збереженню унікальної спадщини Китаю. Поєднуючи традиційну естетику з сучасною функціональністю, китайські готелі створюють

захоплююче середовище, яке резонує як з місцевими, так і з іноземними мандрівниками.

В останні десятиліття Китай інвестує значні кошти у розвиток туристичної інфраструктури, що призводить до появи багатьох сучасних готелів різного рівня – від бюджетних хостелів до розкішних п'ятизіркових готелів.

У багатьох готелях Китаю використовується традиційна китайська архітектура. До популярних стилів належать Suzhou-style, Tulou та Сіаньський стиль. Стилю Су-чи притаманні витончені сади, павільйони та кам'яні мости, Тулоу – це круглі глиняні будівлі народності хакка, а Сіаньський стиль поєднує вплив династій Тан і Хань з їх характерними дахами та вежами.

Готелі в Китаї часто включають у свій дизайн традиційні архітектурні стилі, щоб відобразити культурну самобутність регіону. Наприклад, у таких районах, як Сучжоу, відомому своїми класичними садами, готелі об'єднують такі елементи, як вигнуті дахи, ґратчасті вікна та садові ландшафти. Так само у регіонах, де проживають етнічні меншини, зокрема в Юньнані або Тибеті, дизайн готелів часто включає місцеві матеріали, такі як дерево та камінь, а також архітектурні мотиви, які відображають традиції корінних народів.

Китайські готелі часто використовують у дизайні місцеві мистецькі традиції, щоб створити відчуття місця, від розписаних вручну фресок із зображеннями сцен сільського життя до хитромудрого різьблення по дереву. Це економічно підтримує місцевих ремісників, а гостям забезпечує відпочинок в автентичному культурному середовищі. У таких містах, як Пекін і Шанхай, готелі часто демонструють сучасні інтерпретації традиційного китайського мистецтва, як-от абстрактна каліграфія чи сучасні порцелянові інсталяції.

Чималу роль у створенні культурної атмосфери відіграють текстиль і декор. Наприклад, у Гуансі готелі можуть використовувати яскраві візерунки чжуанської парчі в оббивці та шторах, тоді як у Гуйчжоу традиційна вишивка народу мяо є загальноприйнятим елементом декору. Візерунки часто мають глибокий зміст: зображення драконів, феніксів, риб, квітів і метеликів символізують щастя, процвітання та зв'язок з природою. Орнаменти можуть також відображати легенди та міфи, що передаються з покоління в покоління. Такий текстиль, глибоко вкорінений у традиціях місцевих громад, додає тактильний і візуальний зв'язок з історією регіону.

Багато готелів у Китаї виділяють місцеву кухню як частину своєї культурної пропозиції. У ресторанах цих закладів часто подають традиційні страви регіону з місцевих продуктів. Наприклад, у Сичуані до меню готелів можуть бути включені фірмові гострі страви, тоді як прибережні готелі у Фуцзяні роблять акцент на морепродуктах, приготованих традиційними методами.

Використання екологічних принципів у дизайні готелю все більше узгоджується з традиційними китайськими принципами гармонії між людиною та природою. Готелі часто черпають натхнення у місцевих

екологічних практиках, таких як пасивні системи охолодження, що використовувалися в стародавній архітектурі, або використання бамбука в будівництві. Ці екологічні підходи не тільки вшановують культурну мудрість, але й привабливі для екологічно свідомих мандрівників.

Окрім власне дизайну, багато готелів у Китаї пропонують культурні програми для поглиблення зв'язків гостей із місцевою культурою. Такі заходи, як чайні церемонії, традиційні музичні виступи, майстер-класи з каліграфії, дозволяють відвідувачам долучитися до регіональних традицій.

Використання місцевих культурних традицій у дизайні готелів у Китаї є прикладом того, як спадщина та сучасність можуть гармонійно співіснувати. Вплітаючи регіональні традиції в архітектуру, дизайн інтер'єру, кухню, китайські готелі створюють у гостей відчуття місця, одночасно сприяючи збереженню культури. Такий підхід не тільки сприяє розвитку туризму, але й допомагає глибше познайомитися з багатою культурною спадщиною Китаю.

ЛІТЕРАТУРА

Hotel Solution. (2024, September 5). *Cultural heritage in hotel design*.

<https://hotel-solution.com.ua/news/cultural-heritage-in-hotel-design>

Zhou, X. (2024). Research on the development of cultural construction of regional theme hotels – taking art and culture theme hotels as an example. *Tourism Management and Technology Economy*, 7(1), 46–50.

ПСИХОСЕМАНТИЧНІ ЗАСОБИ СУЧАСНОЇ РЕКЛАМИ ПСИХОЛОГІЧНИХ ПОСЛУГ

Охотніков І. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Бондаренко О. Ф.**

Доктор психологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасні споживачі щодня піддаються впливу реклами. Вона формує їх поведінкові звички, а головне бере участь саме в прийнятті рішення про покупку. Такі рекламні звернення розробляються на підставі вивчення психологічних особливостей цільової аудиторії. Іноді рекламні кампанії порушують етичні норми, застосовуючи маніпулятивні прийоми або надмірно граючи на почуттях людей. Саме тому аналіз психосемантичних засобів допомагає визначити ті методи, які є водночас ефективними та релевантними (Farzaliyeva, 2023).

Психосемантика знайшла широке застосування у сфері реклами. Важливим аспектом її застосування є створення рекламних повідомлень, які відповідають когнітивним потребам цільової аудиторії (Жовтянська, 2011).

Ефективність комунікації значною мірою залежить від розуміння того, як люди сприймають, запам'ятовують і обробляють інформацію. Матеріали, що містять яскраві візуальні акценти, лаконічні гасла та зрозумілу побудову, мають більше шансів закарбуватися в пам'яті й викликати стійкі асоціації з брендом. На думку споживачів також впливає продуманість і переконливість поданої інформації.

Водночас серйозну дискусію викликає питання маніпуляцій на свідомість людини, адже деякі методи можуть бути доволі суперечливими з етичної точки зору. Звернення нерідко використовують мовні, змістові та емоційні прийоми, щоб сформувані в ЦА потреби, яких насправді може й не існувати. Часто робиться акцент на винятковості чи обмеженій доступності товару, створюючи відчуття нагальної потреби або дефіциту. Подібні стратегії, хоча й доволі результативні для збільшення продажів, можуть викликати запитання щодо їхньої чесності, адже вони спонукають до імпульсивних витрат чи навіть можуть призвести до залежності від певних марок або продуктів.

Один із ключових прийомів впливу в психосемантичному аналізі полягає в активному залученні образів, здатних викликати асоціації. Це може набувати й текстової, і візуальної форми. Сучасні технології та інноваційні дослідницькі методи суттєво розширили можливості вивчення того, як семантичні елементи впливають на сприйняття рекламних повідомлень. Завдяки цьому можна аналізувати не лише поверхневі реакції аудиторії, а й заглиблюватися у складні розумові процеси та емоційні переживання споживачів. Одним із популярних інструментів такого аналізу є нейролінгвістичне програмування. Крім того, у сфері рекламних досліджень справжнім проривом стало використання великих даних (Пуляєвська, 2016).

У просуванні психологічних послуг важливо використовувати інструменти, які допомагають встановити емоційний контакт із потенційним клієнтом, викликати довіру та зацікавленість. Саме психосемантичні підходи дозволяють будувати комунікацію так, аби людина відчула, що її хвилювання та потреби зрозумілі та враховані. У цій сфері надзвичайно важливо діяти в межах професійної етики. Категорично неприпустимо використовувати страх чи психологічний тиск як засіб привернення уваги (Block N, 1987).

Психосемантичні засоби у сучасній рекламі психологічних послуг відіграють надзвичайно важливу роль, оскільки саме завдяки ним вдається створити комунікацію, яка не лише інформує потенційного клієнта, а й викликає у нього довіру, емоційний відгук та відчуття безпеки. Використання глибоко продуманих образів, метафор, емпатичних формулювань та візуальних елементів дозволяє рекламі резонувати з внутрішнім станом людини. Водночас саме в цій сфері особливо гостро постає питання етики – реклама не має права маніпулювати страхами чи тиснути на вразливість людини, а повинна обережно й делікатно показувати можливості змін на краще, підтримувати віру в особистісне зростання та пошук рішень. Грамотна побудова психосемантичної стратегії допомагає не лише залучити клієнтів, а й зміцнити репутацію експерта.

ЛІТЕРАТУРА

- Пуляєвська, М. Є. (2016) Використання семантичного простору соціальних мереж для аналізу споживчих уподобань. *Вісник Національного технічного університету України "КПІ". Філософія. Психологія. Педагогіка*. 1(46), 39–46.
- Block, N. (1987) Advertisement for a Semantics for Psychology. *Midwest studies in philosophy*, 10(1), 615–678.
- Farzaliyeva, Z. (2023) Language elements affecting manipulation in advertising: linguistic, semantic, and emphatic elements. *International Journal of Innovative Technologies in Social Science*, 1(37).
https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijitss/30032023/7962
(дата звернення: 12.12.2024).
- Жовтянська, В. В. (2011) Зв'язок понять смислу та установки в контексті психосемантичних досліджень. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія: Психологія*, 47, 71–74.

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ГАРМОНІЗАЦІЇ СТОСУНКІВ У ПАРІ

Павлик А. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Бондаренко О. Ф.**

Доктор психологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасні соціально-психологічні трансформації, зокрема вплив технологій, швидко змінювані культурні стандарти та соціальна мобільність, зумовлюють значущість гармонійних стосунків у парі як важливого чинника психологічного благополуччя особистості. У цих умовах особливу роль відіграють соціально-психологічні чинники, які можуть як сприяти, так і ускладнювати процес гармонізації стосунків у парі. Психологічний клімат у стосунках значною мірою залежить від здатності партнерів до ефективної комунікації, вирішення конфліктів, а також рівня емоційного інтелекту та довіри.

Одним з ключових аспектів гармонії в стосунках є емоційна взаємодія між партнерами, що включає вміння розпізнавати та регулювати емоції, як власні, так і партнера. Дослідження, зокрема роботи психологів, таких як Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990), підтверджують, що високий рівень емоційного інтелекту сприяє покращенню комунікації, зниженню конфліктності та забезпеченню більш здорових стосунків. Натомість недостатній рівень емоційної компетентності може призводити до труднощів у взаємодії, погіршення довіри та, в результаті, до руйнування стосунків.

Актуальність цього дослідження зумовлена необхідністю глибшого розуміння соціально-психологічних чинників, які впливають на гармонізацію стосунків у парі, зокрема на здатність партнерів до взаєморозуміння,

підтримки, ефективної комунікації та конструктивного вирішення конфліктів. Розкриття цих чинників дозволить розробити ефективні методи психологічної підтримки, що сприятимуть покращенню якості стосунків і зміцненню емоційної стабільності пар.

Одним із важливих аспектів є вплив соціальних мереж, культурних норм і соціальних стандартів на стосунки в парі. Зокрема, створення ідеалізованих уявлень про “щасливе” подружнє життя через соціальні мережі може значно підвищити рівень стресу та порівнянь у парах, що, в свою чергу, може призвести до непорозумінь і конфліктів. Також важливим чинником є вплив традицій та соціальних норм, що формують очікування та ролі у стосунках, які можуть бути джерелом внутрішнього конфлікту у партнера, якщо ці уявлення не збігаються з реальністю.

Таким чином, дослідження соціально-психологічних чинників гармонії в стосунках у парі є важливим як з теоретичної, так і з практичної точки зору. Воно сприятиме розширенню наукових уявлень про соціально-психологічні механізми, що впливають на емоційну стабільність і взаєморозуміння між партнерами, а також дасть можливість для розробки практичних рекомендацій для покращення якості стосунків.

Аналіз наукових джерел з досліджуваної проблеми засвідчив, що основні теоретичні підходи до вивчення стосунків у парі орієнтовані на вивчення комунікації, довіри, емоційної регуляції та здатності до вирішення конфліктів. Зокрема, роботи таких вчених, як Р.Стенберг (Robert Sternberg, 2006), Джон Готтман (John Gottman, 1994) та Сьюзен Джонсон (Sue Johnson, 2004), вивчають різні аспекти гармонійних стосунків у парі, що включають емпатію, підтримку та психологічну сумісність партнерів. Українські дослідники серед яких Хлопоніна Н.С. (2003), зосереджуються на дослідженні психологічних та соціальних факторів, які визначають гармонійні стосунки в культурному контексті України.

Таким чином, соціально-психологічні чинники гармонії в стосунках у парі є складним і багатограним феноменом, що потребує всебічного вивчення з урахуванням індивідуальних, соціальних та культурних особливостей. Розуміння цих чинників дозволить розробити ефективні психологічні стратегії та методи, що сприятимуть покращенню стосунків у парі та сприятимуть зміцненню емоційної стабільності і гармонії у суспільстві.

ЛІТЕРАТУРА

- Миколайчук, М. І. (2014). Екологічність психологічної допомоги як чинник культури психічного здоров'я індивіда. *Актуальні проблеми психології*, 7(36), 290–297.
- Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. Bantam Books.
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional Intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3), 185–211.
- Sternberg, R. J. (1986). A Triangular Theory of Love. *Psychological Review*, 93(2), 119–135.

- Gottman, J. M. (1994). *Why Marriages Succeed or Fail: And How You Can Make Yours Last*. Simon & Schuster.
- Johnson, S. M. (2004). *Hold Me Tight: Seven Conversations for a Lifetime of Love*. Little, Brown and Company.
- Хлопоніна Н. Є. Вплив ролєвих очікувань подружжя на характер сімейного спілкування. (2003). У Максименко С. Д. (ред), Кісарчук З. Г. *Актуальні проблеми психології. Консультативна психологія і психотерапія: Зб. наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України*.

САМОСТАВЛЕННЯ ЯК ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН: СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА

Панасюк А.-М. П.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Бабатіна С. І.**

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Період навчання на початкових курсах вирізняється інтенсивним формуванням самосвідомості, професійної ідентичності та адаптацією до нового соціального оточення, що робить аналіз взаємозв'язку між самоставленням і міжособистісними стосунками ключовим для розуміння психологічних механізмів становлення особистості студента. Мета роботи полягає в теоретичному обґрунтуванні та емпіричному дослідженні особливостей взаємозв'язку самоставлення та міжособистісних стосунків у студентів першого та другого курсів, а також у розробці рекомендацій для їх оптимізації.

Вітчизняні дослідники, такі як С. Р. Пантілеєв, розглядали самоставлення як систему, що включає знання про себе, емоційно-ціннісне сприйняття власного "Я" та поведінкові прояви, спрямовані на саморегуляцію (Пантілеєв, 1991).

Когнітивний компонент охоплює усвідомлення власних характеристик і соціальних ролей, емоційний – самоповагу, самоприйняття й аутосимпатію, а поведінковий виявляється в діях, що відображають самоконтроль і самовпевненість. Самоставлення відіграє регулятивну, захисну та інтегративну функції, забезпечуючи цілісність особистості та її адаптацію до соціального середовища. У контексті студентів молодших курсів самоставлення впливає на сприйняття себе як суб'єкта навчального процесу, формуючи основу для академічної успішності та соціальної взаємодії.

Міжособистісні стосунки в академічному контексті являють собою динамічну систему, що залежить від психологічного клімату групи, комунікативних компетенцій студентів і специфіки освітнього процесу. Академічне середовище вирізняється поєднанням формальних (навчальних) і неформальних (позааудиторних) взаємодій, що створюють умови для

розвитку соціальних зв'язків. Дослідження О. М. Чайковської і Л. А. Онуфрієвої (2019) підкреслюють, що якість міжособистісних стосунків впливає на соціально-психологічну атмосферу в групі та ефективність адаптації студентів.

Формування стосунків у студентів молодших курсів залежить від групової динаміки, розподілу ролей і рівня згуртованості колективу. Спільна навчальна діяльність, наприклад підготовка до занять чи участь у проектах, сприяє встановленню зв'язків, які варіюються від поверхневих до глибоких дружніх чи професійних. Емоційний клімат у групі, що характеризується взаємною підтримкою й толерантністю, підсилює позитивний вплив цих взаємодій на особистісний розвиток.

Емпіричне дослідження проведено на базі Київського національного економічного університету в жовтні-листопаді 2024 року. Вибірку склали 40 студентів першого та другого курсів віком 18–20 років, порівну розподілених між курсами. Застосовано комплекс методів: теоретичний аналіз літератури, психодіагностичні методики (тест-опитувальник самоствавлення, соціометрична методика Дж. Морено в адаптації для академічного середовища, методика Дембо-Рубінштейн (Терлецька Л. Г., 2016), методика “Рівень суб’єктивного контролю” Дж. Роттера, та ін., шкала самоефективності Р. Шварцера і М. Єрусалема, тест оцінки психологічного клімату А. Ф. Фідлера (Терлецька Л. Г., 2016)) та методи математичної статистики (критерій Колмогорова-Смірнова, кореляційний аналіз за Пірсоном і Спірменом, t-критерій Стьюдента та U-критерій Манна-Уїтні).

Аналіз даних дозволяє припустити наявність кореляційного зв'язку між рівнем самоствавлення та соціометричним статусом студентів у групі. Студенти з позитивним самоствавленням демонструють вищу включеність у групові процеси та кращу адаптацію до академічного середовища. Внутрішній локус контролю корелює з ініціативністю у встановленні міжособистісних зв'язків, тоді як адекватна самооцінка виступає предиктором сприятливих стосунків. Психологічна атмосфера в групі модерує зв'язок між самоствавленням і якістю взаємодій: сприятливий клімат підсилює позитивний вплив самоствавлення на конструктивність стосунків.

Самоствавлення та міжособистісні стосунки в академічному середовищі взаємопов'язані й відіграють визначальну роль у психологічному благополуччі та професійному становленні студентів молодших курсів. Теоретичний аналіз підтверджує багатокомпонентну природу самоствавлення, тоді як емпіричні дані вказують на його вплив на соціальну інтеграцію та академічну успішність.

ЛІТЕРАТУРА

- Rogers, C. R. (1959). A theory of therapy, personality, and interpersonal relationships, as developed in the client-centered framework. In S. Koch (Ed.), *Psychology: A study of a science* (Vol. 3, pp. 184–256). McGraw-Hill.
- Пантілеєв, С. Р. (1991). *Самоствавлення як психологічний феномен*. Наукова думка.

- Чайковська, О. М., Онуфрієва, Л. А. (2019). Вплив міжособистісних взаємин на формування соціально-психологічного клімату студентської групи. *Психологічний часопис*, 5(5), 45–61.
- Терлецька Л. Г. (2016). *Вікова психологія і психодіагностика*. Видавничий дім “Слово”.

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В М'ЯНМІ

Переверзєва А. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Лебедева І. М.**

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

М'янма (колишня Бірма) – країна в Південно-Східній Азії. Її столиця – Найп'ідо, а найбільше місто – Янгон. Межує з Китаєм, Лаосом, Таїландом, Бангладеш та Індією, має вихід до Андаманського моря. Офіційна мова – бірманська. Країна відома своїми буддистськими храмами, зокрема пагодою Шведагон. До 1989 року мала назву Бірма. М'янма має давню історію: тут існували могутні царства, зокрема Паганське (IX–XIII ст.). У XIX столітті країну захопила Велика Британія, і вона стала частиною Британської Індії. Незалежність здобула у 1948 році. Незважаючи на певні труднощі, вона має величезний туристичний потенціал завдяки унікальним пам'яткам, багатій культурі та самобутнім святам.

Це країна з глибоко вкоріненими буддистськими традиціями. Понад 90 % населення сповідує тхераваду – найдавнішу гілку буддизму. Монахи відіграють важливу роль у суспільстві, а багато хлопчиків проходять короткочасне навчання в монастирях. Традиція “дана” (щедрість) – одна з основних чеснот, і мешканці країни щедро жертвують на будівництво храмів та підтримку духовенства.

Культура М'янми також включає унікальні традиції, такі як жування бетелю, носіння традиційного одягу лонгі (довга спідниця, яку носять як чоловіки, так і жінки), а також фарбування обличчя танакною – жовтуватою пастою з дерева, що захищає шкіру від сонця.

У М'янмі розташовані дві пам'ятки, які ЮНЕСКО включило до списку Всесвітньої культурної спадщини людства, – стародавнє місто П'ю та культурний ландшафт храмового комплексу Баган. Проте в країні є набагато більше захопливих місць, такі як пагода Шведагон, озеро Інле, пагода Чайтгійо та храм Ананда.

Календар М'янми насичений яскравими святами. Одне з найважливіших – Тінджан (м'янманський Новий рік), який супроводжується масовими водяними битвами. Інше значуще свято – Фестиваль світла Тадінджо, коли вулиці наповнюються вогнями лампад, відзначаючи закінчення буддистського посту.

М'янма протягом своєї історії стикалася з численними політичними кризами та військовими переворотами, які суттєво впливали на її розвиток та міжнародний імідж. З 1948 року М'янма була охоплена громадянською війною, яка тривала кілька десятиліть. Через постійні збройні конфлікти та політичну нестабільність туристична галузь не мала можливості для розвитку, і країна залишалася маловідомою для міжнародних мандрівників. Тільки у 2011 році в М'янмі розпочалися політичні реформи, які призвели до часткової демократизації та відкриття країни для зовнішнього світу. Це сприяло значному зростанню туристичного потоку. У 2019 році М'янма дала стрімкий приріст за кількістю міжнародних відвідувань, однак 1 лютого 2021 року в М'янмі стався військовий переворот, під час якого військові затримали лідерку країни Аун Сан Су Чжі та інших високопосадовців, оголосивши надзвичайний стан на один рік. Внаслідок цих подій багато країн застерегли своїх громадян про небезпеку подорожування до країни, а деякі туристичні компанії призупинили свою діяльність у регіоні. Наприклад, річкова круїзна компанія Pandaw, яка понад 25 років працювала в Південно-Східній Азії, оголосила про закриття через поєднання впливу COVID-19 та політичної кризи в М'янмі.

Пандемія COVID-19, яка розпочалася наприкінці 2019 року, завдала серйозного удару по глобальній туристичній індустрії, і М'янма не стала винятком. Обмеження на міжнародні подорожі та внутрішні карантинні заходи призвели до різкого зниження кількості туристів і значних економічних втрат у галузі туризму.

Водночас, незважаючи на поточні виклики, М'янма має потенціал для відновлення та розвитку туристичної галузі. Уряд планував відновити туризм на початку 2022 року, орієнтуючись передусім на відвідувачів з Південно-Східної Азії. Однак для досягнення успіху необхідно забезпечити політичну стабільність, покращити інфраструктуру та підвищити безпеку для туристів. Крім того, важливо розробити стратегії сталого туризму, які б зберігали культурну та природну спадщину країни, одночасно приносячи економічні вигоди місцевому населенню. Співпраця з міжнародними організаціями та сусідніми країнами може сприяти обміну досвідом та залученню інвестицій у туристичний сектор.

Отже, М'янма має значний потенціал у сфері туризму завдяки своїй багатій культурній спадщині та природним красотам. Однак для реалізації цього потенціалу необхідно подолати внутрішні виклики, забезпечити стабільність та безпеку, а також активно просувати країну на міжнародній арені як привабливий та безпечний туристичний напрямок.

ЛІТЕРАТУРА

- Грабар, М. В. (2018). Туристичний ринок М'янми: сучасний стан та вектори розвитку. *Інфраструктура ринку*, 19, 18–23.
http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/19_2018_ukr/5.pdf
- Масний, В. (2021, Березень 21). *Крихка демократія проти військових. Історія перевороту в М'янмі*. Суспільне Новини.
<https://suspiilne.media/115650-krihka-demokratia-proti-vijskovih-istoria-perevorotu-v-manmi/>

ТТW. (2021, Листопад 9). *М'яма планує відновити туризм на початку 2022 року.*

<https://www.travelandtourworld.com.ua/news/article/myanmar-plans-to-reopen-tourism-in-early-2022/>

UN Tourism. (2023). *Myanmar: Country-specific: Basic indicators (Compendium) 2018–2022.*

<https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.5555/unwtotfb0104010020182022202311>

СТРАТЕГІЇ ПРОФІЛАКТИКИ ЕМОЦІЙНОГО ВИГОРЯННЯ У ФАХІВЦІВ СОЦІОНОМІЧНИХ ПРОФЕСІЙ

Перещ Д. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Кириленко В.Г.,**

Кандидат психологічних наук,

доцент кафедри психології і туризму

Фахівці соціономічних професій – психологи, соціальні працівники, педагоги та медичні працівники – щодня взаємодіють з широким колом людей та часто стикаються зі складними життєвими ситуаціями своїх клієнтів, пацієнтів, учнів, студентів тощо. Це вимагає значних емоційних зусиль та залученості, а отже може призвести до розвитку синдрому вигорання, яке негативно впливає як на професійну діяльність так і на особисте життя фахівців. У сучасних умовах тема профілактики цього явища стає дедалі актуальнішою.

Емоційне вигорання визначається як стан фізичного, емоційного та психологічного виснаження, викликаний хронічним стресом на робочому місці. Воно включає три основні компоненти: емоційне виснаження, деперсоналізацію і зниження професійної працездатності (Maslach & Leiter, 2016). Українські дослідження підтверджують, фахівці, чия професійна діяльність пов'язана з постійною взаємодією з людьми, є більш вразливими до цього явища (Кримова, 2024).

Основними факторами, що спричиняють розвиток синдрому емоційного вигорання у фахівців соціономічних професій, є:

- висока емоційна залученість: постійна робота з клієнтами в кризових ситуаціях вимагає значних емоційних ресурсів.
- велике робоче навантаження: перенавантаження завданнями та брак часу посилюють стрес і напругу.
- нестача соціальної підтримки: відчуття ізоляції та відсутність підтримки з боку колег і керівництва посилюють психологічне виснаження.
- нечіткі очікування: недостатньо визначені завдання та очікувані результати роботи можуть викликати невдоволення та тривогу (Maslach & Leiter, 2016).

Сучасні дослідження підкреслюють, що вигорання виникає поступово і проходить через латентну фазу, яка може залишатися непоміченою

протягом тривалого періоду часу. Профілактика особливо важлива в період підвищеного професійного та емоційного стресу, спричиненого соціальною, економічною та політичною кризами. Окрім традиційних факторів вигорання, таких як високий рівень стресу та емоційне виснаження, важливу роль відіграють перенавантаження інформацією, підвищення вимог до професійної компетентності та недостатня турбота про психічне здоров'я фахівців (Івасюк, 2024).

Щоб запобігти емоційному вигоранню, рекомендуються такі стратегії:

1. Розвиток самосвідомості та саморефлексії: фахівці повинні зміцнювати здатність до саморефлексії, аналізу власних емоцій, станів і реакцій, щоб розпізнавати симптоми вигорання на ранній стадії. (Кримова, 2024)

2. Розвиток навичок саморегуляції: використання методів релаксації, дихальних вправ, практик усвідомленості допомагають краще розуміти власний емоційний стан і вчасно реагувати на перші ознаки вигорання.

3. Організаційні зміни: чітке визначення робочих обов'язків, справедливий розподіл навантаження та регулярні супервізії можуть суттєво зменшити рівень стресу (Астремська, 2024).

4. Підвищення професійних навичок: безперервне підвищення кваліфікації та участь у навчальних курсах, семінарах, воркшопах допомагають фахівцям краще справлятися з професійними викликами, підвищують впевненість у собі та зменшують ризик вигорання.

5. Баланс між роботою та особистим життям: чітке розмежування професійної діяльності та особистого життя сприяє гармонійному самопочуттю.

6. Впровадження супервізії: регулярні сесії супервізії дозволяють професіоналам аналізувати професійні проблеми, отримувати підтримку та зменшувати стрес. Це сприяє розвитку психологічних захисних механізмів, які допомагають запобігти вигоранню (Астремська, 2024).

Таким чином, комплексний підхід до запобігання емоційному вигоранню серед фахівців соціально-економічних професій є важливою передумовою їх ефективної роботи та психологічно го благополуччя. Впровадження комплексних профілактичних стратегій , включаючи сприяння самосвідомості, тренінги з управління стресом, організаційну підтримку, постійний професійний розвиток і забезпечення балансу між роботою та особистим життям мають вирішальне значення для підтримки психічного здоров'я та професійної ефективності фахівців.

ЛІТЕРАТУРА

Астремська, І. В. (2024). *Супервізія: Профілактика та корекція емоційного вигорання працівників професій допомоги*. Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили.

<https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2472>

Івасюк, А. (2024b). Генеза емоційного вигорання особистості. *Вісник Національного університету оборони України*, 71–80.

<https://doi.org/10.33099/2617-6858-2024-78-2-71-80>

Кримова, Н. О. (2024). Роль рефлексії щодо попередження емоційного вигорання фахівців соціономічної сфери. *Abstracts of VII International Scientific and Practical Conference*, 188–190.

<https://eu-conf.com/en/events/global-learning-problems-causes-solutions-and-theories/>

Maslach, C., & Leiter, M. P. (2016). Understanding the burnout experience: Recent research and its implications for psychiatry. *World Psychiatry*, 15(2), 103–111. <https://doi.org/10.1002/wps.20311>

ПСИХОЛОГІЧНІ ПАРАМЕТРИ ІНТЕРНЕТ-СПІЛКУВАННЯ

Перов А. Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Зінченко О. В.**

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Інтернет-спілкування є одним з феноменів, що суттєво впливає на сучасну соціалізацію особистості. У загальному розумінні, це соціально-психологічне явище можна схарактеризувати як процес обміну інформацією, когнітивною продукцією, поведінковими стратегіями через мережу Інтернет. Дж. Сулер (2007) виділяє низку психологічних особливостей Інтернету у контексті здійснення соціальної активності:

- 1) обмеження сенсорних каналів отримання інформації;
- 2) формування віртуальної особистості, що передбачає особливу реалізацію самопрезентації у мережі;
- 3) вирівнювання соціальних статусів учасників соціальної взаємодії;
- 4) трансформація сприйняття простору і часу;
- 5) необмежена доступність соціальних контактів;
- 6) змінений стан свідомості учасників комунікативного процесу, що проявляється у специфіці ставлення до фізичної й соціальної реальності;
- 7) можливість формування залежності від інтернет-ресурсів.

Визначення інтернет-спілкування як наукової категорії значно еволюціонувало протягом кількох десятиліть. Так, на початку досліджень цього феномену популярним було його визначення як особливого виду комунікації, що пов'язаний з активним сприйняттям текстів і блокує ефективне взаєморозуміння учасників взаємодії. Проте таке визначення ігнорувало використання мультимедійних технологій у інтернет-спілкуванні. Водночас сучасне мережеве спілкування практично неможливо уявити без активної передачі інформації по візуальному і аудіальному каналам.

Одним з основних параметрів інтернет-спілкування є можливість анонімності (Зінченко, 2014). Цей аспект викликає труднощі у користуванні невербальними засобами, стимулює реалізацію ненормативних поведінкових стратегій. Водночас анонімність розширює шляхи самопрезентації через

зростання доступності різних соціальних ролей. Також для інтернет-спілкування властива добровільність початку соціальної взаємодії.

Можна виділити такі риси, що відрізняють мережеве спілкування від реального:

1) поліфонічність – здатність здійснювати продуктивні контакти з групою людей одночасно;

2) полікультурність, що передбачає відсутність фізичних обмежень у соціальній комунікації;

3) гіпертекстуальність – організація контактів здійснюється через ієрархічну систему мережевих посилань;

4) просторова і часова оперативність;

5) доступ до великих обсягів інформації.

Відсутність фізичної представленості учасників комунікативного процесу впливає на нівелювання комунікативних бар'єрів, пов'язаних зі статтю, віком, статусом, зовнішністю. Для людей з фізичними недоліками чи психологічними особливостями інтернет-спілкування є ефективним інструментом забезпечення ефективної соціалізації.

Отже, психологічний аналіз явища інтернет-спілкування можна відзначити його міждисциплінарний та дискусійний характер. Неоднозначність трактування терміну “спілкування” обумовлює наявність низки векторів наукових досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

Зінченко, О. В. (2014). Психологічний аналіз проблеми інтернет-спілкування / О. В. Зінченко. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки*, 2, 26–32.

Suler, J. (2007). *The Psychology of Cyberspace*. New Jersey : Science and Technology Center of Rider University.

<http://www-usr.rider.edu/~suler/psycyber/psycyber.html>

ОСОБЛИВОСТІ ЖИТТЕСТІЙКОСТІ ТА КОПІНГ-СТРАТЕГІЙ ОСІБ ЮНАЦЬКОГО ВІКУ

Петрушенко П. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Бабатіна С. І.**

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Юнацький вік – це час змін, пошуків і викликів. Саме в цей період людина стикається з необхідністю приймати важливі рішення, адаптуватися до нового соціального оточення та долати труднощі, які впливають на подальший розвиток. Це нелегкий етап, адже доводиться виходити з дитячої зони комфорту й поступово брати на себе більше відповідальності. Нові

умови, нові люди, нові виклики – усе це може здаватися надто складним. Проте здатність зберігати внутрішню рівновагу й рухатися вперед навіть у непростих ситуаціях є важливим аспектом дорослішання.

Одним із ключових чинників, що допомагають юнакам упоратися зі стресом і невизначеністю, є життестійкість. Вона дає змогу не лише переживати складні моменти, а й отримувати з них цінний досвід, який у майбутньому допоможе краще долати труднощі. Адже будь-який виклик – це не лише проблема, а й можливість навчитися чомусь новому. Як зазначає Чиханцова О.А. (2018), саме здатність до адаптації й емоційного контролю є визначальними факторами психологічної стійкості. Тобто важливо не тільки справлятися з труднощами, а й робити це усвідомлено, розуміючи свої емоції та реакції.

Життестійкість включає в себе здатність адаптуватися до змін, зберігати внутрішню рівновагу та продовжувати рух уперед попри труднощі. Це не означає, що життестійка людина ніколи не відчуває стресу або сумнівів – навпаки, вона просто краще знає, як із цим справлятися.

Життестійкість складається з когнітивного, емоційного та поведінкового компонентів. Дослідження Коцана, Ложкіна та Мушкевич (2011) підтверджують, що рівень життестійкості значною мірою визначається як особистими рисами, так і впливом соціального середовища. Це означає, що підтримка друзів, родини та навіть просто позитивний приклад інших людей можуть допомогти молоді стати впевненішими в собі та навчитися краще долати труднощі.

Немало досліджень підтверджують, що соціальна підтримка знижує рівень стресу і сприяє емоційній стабільності (Мушкевич, 2018). Саме тому важливо оточувати себе людьми, які додають впевненості, а не тими, хто посилює сумніви. Крім того, Чиханцова (2018) наголошує на важливості розвитку внутрішніх ресурсів особистості, які сприяють стійкості до життєвих труднощів. Це означає, що навіть якщо людина тимчасово не має підтримки ззовні, вона може знаходити сили всередині себе, працюючи над власними навичками самоконтролю та самопідтримки.

Саморегуляція та емоційний контроль – ще один важливий фактор, який допомагає молоді впевнено рухатися вперед. Емоції відіграють величезну роль у тому, як ми сприймаємо ситуацію: одна й та ж проблема може здаватися катастрофічною або ж просто викликом – усе залежить від внутрішнього стану людини. В роботах багатьох закордонних досліджень виділяється існування тісного зв'язку між психічним і фізичним здоров'ям, що підкреслює важливість комплексного підходу до подолання стресу. Наприклад, регулярні фізичні навантаження, правильне харчування та здоровий сон суттєво впливають на здатність людини ефективно справлятися зі стресом.

З іншого боку, є й менш продуктивні стратегії – такі як уникнення проблем, агресивні реакції або повне ігнорування ситуації. Вони можуть давати тимчасове полегшення, але згодом лише посилюють рівень стресу. Наприклад, якщо людина просто уникає складної розмови або ігнорує

проблему, вона може на деякий час відчуті полегшення, але ситуація залишиться невирішеною, а тривога тільки накопичиться.

Формування життєстійкості та ефективних копінг-стратегій є важливим етапом у розвитку молоді особистості. Саме вони допомагають адаптуватися до життєвих змін, зміцнюють емоційне благополуччя та сприяють впевненості у власних силах. Життя не буває абсолютно передбачуваним, і труднощі – це неминуча його частина. Проте від того, як людина ставиться до них, залежить її подальший розвиток. Важливо не лише розвивати ці навички, а й створювати умови, які підтримують молодь у процесі становлення їхньої особистості. Адже кожна проблема – це не лише виклик, а й можливість навчитися чомусь новому.

ЛІТЕРАТУРА

- Коцан І. Я., Ложкін Г. В., Мушкевич М. І. (2011). *Психологія здоров'я людини*. Вежа.
- Мушкевич М. І. (2020). Емоційна саморегуляція в умовах стресу: перспективи для молодіжної психології. *Психологічні науки*, 15(2), 112–126.
- Чиханцова О. А. (2021). *Психологічні основи життєстійкості особистості*. Талком.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ САМООЦІНКИ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ З РІЗНИМ СОЦІОМЕТРИЧНИМ СТАТУСОМ

Пирч Є. Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Доценко Л. В.**

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному освітньому середовищі формування резильєнтності (психологічної стійкості) здобувачів освіти є ключовим аспектом їхнього особистісного розвитку та успішної соціалізації. Резильєнтність дозволяє здобувачам освіти ефективно долати труднощі, адаптуватися до змін та підтримувати психічне здоров'я. Одним із важливих чинників, що впливають на розвиток резильєнтності, є самооцінка особистості, яка, у свою чергу, тісно пов'язана із соціометричним статусом індивіда в групі.

Взаємозв'язок між самооцінкою та резильєнтністю є важливим аспектом психологічної стійкості особистості, оскільки ці чинники допомагають долати стрес та адаптуватися до складних умов. Резильєнтність має два рівні: індивідуальний та груповий. Індивідуальна резильєнтність включає емоційну стійкість, позитивне мислення, здатність до саморегуляції емоцій, самоприйняття та віру у власні можливості, що дозволяє людині зберігати оптимізм у складних ситуаціях. Групова резильєнтність, своєю чергою,

відображає здатність спільноти адаптуватися до змін і долати труднощі завдяки соціальній підтримці та ефективній комунікації (Ковтун, 2024).

Говорячи про групову резильєнтність - соціометричний статус у групі впливає на рівень комфорту людини в соціальному середовищі. Дослідження показують, що підлітки з високим статусом мають стабільнішу самооцінку, оскільки отримують соціальне схвалення через позитивні взаємодії. Натомість відкинуті або ізольовані підлітки частіше стикаються зі стресом, тривожністю чи апатією (Гурська, 2021). У студентському середовищі соціометричний статус також відіграє важливу роль у формуванні самооцінки. Популярні здобувачі освіти з міцними соціальними зв'язками зазвичай демонструють впевненість у собі та активність у навчанні. Водночас ті, хто зазнає соціального відторгнення, можуть відчувати стрес, знижену самооцінку та труднощі з адаптацією.

Виходячи з цього ми можемо сказати, що люди з високою самооцінкою, як правило, мають впевненість у своїх силах, що дозволяє їм краще долати труднощі та адаптуватися до змін. Вони часто сприймають виклики як можливості для росту, що сприяє розвитку високої резильєнтності, яка є важливим чинником психологічної стійкості в складних ситуаціях. Високий соціометричний статус у групі також допомагає зміцнити самооцінку, оскільки такій людині надається соціальне схвалення від оточення, що підвищує її емоційну стабільність і здатність ефективно взаємодіяти з іншими.

У свою чергу люди з низьким соціометричним статусом часто відчувають ізоляцію та відчуження, що може негативно впливати на їхню самооцінку. Відсутність відчуття значущості та прийняття у групі ускладнює подолання труднощів і стресових ситуацій. Соціальна ізоляція знижує рівень резильєнтності, оскільки брак підтримки й схвалення послаблює емоційну стійкість. Це свідчить про те, що соціальний статус відіграє важливу роль у формуванні здатності до адаптації та психологічної стійкості.

Отже, підводячи підсумки, можна стверджувати, що соціальний статус і самооцінка є невідмінними чинниками формування резильєнтності. Високий соціометричний статус позитивно впливає на самооцінку, що в свою чергу впливає на резильєнтність, створюючи сприятливі умови для подолання труднощів. Натомість низький статус у групі корелює з низькою самооцінкою та зниженою психологічною стійкістю. Розвиток групової резильєнтності через ефективну комунікацію та підтримку сприятиме формуванню індивідуальної психологічної стійкості та позитивної самооцінки, що є визначальними чинниками успішної соціалізації та особистісного розвитку здобувачів освіти.

ЛІТЕРАТУРА

Гурська, І. В (2021). *Особливості впливу дитячо-батьківських відносин на становлення особистості підлітків*. [Кваліфікаційна робота на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти, Запорізький національний

університет]. Інституційний репозитарій Запорізького національного університету.

<https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/6385>

Ковтун, Д. О. (2024). *Вплив самооцінки на розвиток резильєнтності студентів в умовах воєнного стану*. [Кваліфікаційна робота на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, Києво-Могилянська академія]. Електронний архів Києво-Могилянської академії.

<https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/30640>

ЕТНОГРАФІЧНИЙ ТУРИЗМ У КРАЇНАХ АФРИКИ

Прийомська А. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Лебедева І. М.**

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Африка – континент неймовірного етнічного та культурного розмаїття, де проживають понад 3000 різних етносів, кожний з яких має унікальні традиції, мову та спосіб життя. Багато з цих спільнот зберігають свій давній уклад, передаючи культурну спадщину з покоління в покоління, оскільки племінна приналежність все ще залишиться джерелом гордості для корінних жителів. Це робить Африку ідеальним напрямком для розвитку етнографічного туризму, одного з найперспективніших напрямків сучасної туристичної індустрії. Етнографічний туризм набуває все більшої популярності, особливо в контексті збереження культурної спадщини народів. Деякі з африканських етносів знайшли своє місце в індустрії туризму, знайомлячи мандрівників з автентичними традиціями, ритуалами, побутом, народними промислами.

Масаї – нілотська етнічна група, що проживає в Кенії та Танзанії. Це воїни-кочівники, які ведуть своє походження від міграції з Судану вздовж Великої рифтової долини. Чисельність масаїв оцінюється в 1 мільйон осіб, однак вони самі ставлять під сумнів ці дані, вважаючи перепис втручанням уряду та часто надаючи неточну інформацію. Масаї живуть у невеликих поселеннях і ведуть господарство, засноване на розведенні худоби, яку вважають даром бога Нгая. Вона є для них не лише джерелом їжі, а й символом багатства. Серед найвідоміших традицій масаї – танець у стрибках, носіння різнокольорових шука, плювання та пиття крові. Адаму – це танець зі стрибками, який виконується як частина ініціації, коли молоді хлопці стають чоловіками. Під пісню пари чоловіків йдуть по черзі, щоб побачити, хто зможе стрибнути вище. Ритуал виконується, щоб продемонструвати доблесть і фізичну форму, і він є частиною святкування, коли хлопці стають готовими до створення сім'ї: хто найвище стрибне, той найкращу наречену привабить.

Самбуру – нілотська етнічна група, що мешкає в північній Кенії та тісно пов'язана з масаями. Вони ведуть кочовий спосіб життя, займаючись

скотарством, розводячи велику рогату худобу, кіз, овець і верблюдів. Мова самбуру належить до ніло-сахарської сім'ї та є діалектом маа, спільним із масаями. Самбуру мають патріархальну та геронтократичну соціальну структуру, де головну роль відіграють старійшини, які приймають усі рішення та керуються вірою в бога Нгаї. Плем'я відоме своєю барвистою культурою, традиційним одягом і прикрасами. Чоловіки носять тканину у вигляді кілта, а воїни заплітають волосся в коси. Жінки, які голять голови, одягаються в сині або фіолетові тканини та прикрашають себе намистом і вохрою. Завдяки збереженню давніх традицій плем'я самбуру є одним з найцікавіших для етнографічного туризму.

Туареги – кочове скотарське суспільство Північної та Західної Африки, культура якого сформувалася під впливом суворого клімату Сахари. Їхній традиційний одяг має як практичне, так і символічне значення. Чешам – головний убір, що захищає від сонця та допомагає зберігати вологу, а чече – вуаль, якою чоловіки закривають обличчя під час перших зустрічей. Легкі бубуси сприяють терморегуляції та захищають від піску. Завдяки синім бубусам туарегів називають “блакитними людьми Сахари”. Сучасні туареги оновлюють традиційний стиль, додаючи яскраві кольори, прикраси зі срібла та індивідуальні сандалі. Найкраще це видно на щорічному Фестивалі в пустелі у Малі, що об'єднує музичні виступи, верблюжі перегони та конкурси краси. Свято, яке починалося як локальна подія, завдяки туризму стало міжнародним і перетворилося на важливий туристичний ресурс.

Зулу – найбільша етнічна група Південної Африки, що мешкає переважно в провінції Квазулу-Натал. Їхня історія сягає Великого переселення банту, а в XIX столітті під керівництвом Шаки вони створили могутню імперію. Сучасні зулу, попри сучасний спосіб життя, зберігають міцний зв'язок зі своїми предками та традиціями. Культура зулу багата на музику, танці, ремесла, особливо бісероплетіння, візерунки якого мають символічне значення. Вони сповідують концепцію Ubuntu, що підкреслює важливість людських зв'язків, та вірять у верховну істоту Ункулункулу, а також у духів предків, яким приносять жертви під час важливих подій. Культурні села племен зулу, як-от Шакаленд, дозволяють туристам ближче познайомитися з їхнім побутом, традиційним житлом, танцями та ремеслами. Однак справжніх зулу можна зустріти не лише в культурних центрах, а й у повсякденному житті Південної Африки.

Африка залишається унікальним напрямком для етнографічного туризму, відкриваючи мандрівникам можливість познайомитися із самотніми культурами, стародавніми традиціями та глибокими духовними віруваннями її народів. Племена масаї, самбуру та зулу – лише частина багатого етнічного розмаїття континенту, яке привертає увагу своєю автентичністю та незмінною відданістю спадщині предків. Відвідування таких спільнот не лише збагачує туристів унікальними враженнями, а й сприяє збереженню традицій та культурної ідентичності місцевого населення. Саме тому етнографічний туризм в Африці є не просто подорожжю, а глибоким зануренням у світ, де минуле й сучасність переплітаються в неповторній гармонії.

ЛІТЕРАТУРА

- Hicks, M. (2019). *Here Are The Most Popular African Tribes*. Travel Noire.
<https://travelnoire.com/here-are-the-most-popular-tribes-in-africa>
- Hofmeyr, A. (2024). *9 Famous African Tribes, their Cultures & Traditions*. Budget African Safari Blog.
<https://www.africanbudgetsafaris.com/blog/african-tribes-african-culture-and-african-traditions/>
- National Geographic. (б.д.). *Africa: Human Geography*.
<https://education.nationalgeographic.org/resource/africa-human-geography/>

ПОНЯТТЯ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ: ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ ТА ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ

Розбіцька О. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Каряка І. В.**

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Емоційний інтелект (ЕІ) є багатограним феноменом, що привертає увагу науковців упродовж останніх десятиліть. Його витоки сягають 1983 року, коли Говард Гарднер (Gardner, 2018) у праці “Frames of Mind” запропонував концепцію множинного інтелекту, включаючи емоційний аспект. Він поділив емоційний інтелект на два типи: міжособистісний (соціальна компетентність) та внутрішньоособистісний (самоусвідомлення і мотивація) (Gardner, 2018).

Дослідження Гарднера розвинули Дж. Мейер і П. Селовей (Mayer et al., 2020), які визначили п'ять ключових складових ЕІ: усвідомлення власних емоцій, управління емоціями, самомотивація, розпізнавання емоцій інших та соціальна компетентність. Вони описали емоційний інтелект як здатність сприймати, оцінювати, керувати емоціями та інтегрувати їх у когнітивні процеси (Mayer et al., 2020, с. 31).

Дослідження емоційного інтелекту продовжив Н. Холл (Hall, 2002), який наголошував на важливості диференціації емоцій та їх впливу на міжособистісне спілкування. Він підкреслював, що люди з високим рівнем ЕІ краще розуміють як власні, так і чужі емоції, що сприяє конструктивній взаємодії та успішній соціалізації (Hall, 2002, с. 15). Подальші дослідження цього аспекту підкреслили значущість розвитку емпатії та емоційної чуйності у процесі міжособистісної комунікації.

Р. Бар-Он (Bar-On, 2000, с. 65) визначив емоційний інтелект як сукупність особистісних, емоційних і соціальних навичок, включаючи самопізнання, адаптивність, управління стресом та оптимізм. Він виокремив п'ять ключових елементів емоційного інтелекту: самопізнання – усвідомлення

власних емоцій, впевненість у собі, самооцінка; міжособистісні навички – емпатія, соціальна відповідальність, ефективна комунікація; адаптивність – гнучкість у прийнятті рішень, конструктивне вирішення проблем; управління стресом – здатність зберігати емоційну рівновагу в складних ситуаціях; позитивний настрій – оптимізм, життєва мотивація, здатність досягати щастя (Bar-On, 2000).

В українській науці концепція емоційного інтелекту розвивалася у працях Л. Виготського (Виготський, 2011) та в роботах інших закордонних і вітчизняних дослідників. Вони довели, що емоції є невід’ємною частиною мислення та виконують регуляторну й мотиваційну функції. Подальші дослідження підтвердили цю тезу, підкреслюючи важливість емоцій у процесі навчання, формування соціальних зв’язків та розвитку особистісної стійкості.

Ч. Дарвін свого часу наголошував, що вираження емоцій було важливим еволюційним механізмом, що сприяв виживанню. Первісне суспільство використовувало емоційний інтелект для адаптації та ефективної комунікації, що стало основою для його подальшого розвитку в сучасному розумінні. Його дослідження також підкреслювали вплив емоційного інтелекту на здатність людини до соціальної інтеграції та співпраці в колективі.

Сучасні дослідження підкреслюють практичну значущість емоційного інтелекту для регуляції емоцій, прийняття рішень та соціальної адаптації (Mayer et al., 2020; Goleman, 2001). Доведено, що високий рівень емоційного інтелекту сприяє покращенню емоційної стабільності, підвищенню рівня стресостійкості та ефективності управління власними почуттями (Caruso & Salovey, 2017). У бізнесі та менеджменті розвиток емоційного інтелекту сприяє підвищенню продуктивності, покращенню командної взаємодії та формуванню ефективного лідерства.

В українській психології ця проблема ще потребує глибшого вивчення. Незважаючи на розмаїття підходів до трактування емоційного інтелекту, його роль у житті людини є беззаперечною. Цей феномен має значний вплив як на особистісне становлення людини, так і на її соціальну взаємодію, що робить його актуальним напрямом наукових досліджень (Власова, 2005). Подальший розвиток концепції емоційного інтелекту дозволить розробити нові стратегії навчання, управління та розвитку особистості, що буде корисним у різних сферах життя, зокрема в освіті, бізнесі та психології. Окрім цього, актуальним напрямом досліджень залишається вплив емоційного інтелекту на рівень адаптації до змін та здатність до творчого мислення.

ЛІТЕРАТУРА

- Виготський, Л. С. (Ред.). (2011). *Психологія особистості*. Вид-во НАПН. (Original work published 1935).
- Власова, О. І. (2005). *Психологія соціальних здібностей*. Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”
- Gardner, H. (2018). *Frames of mind: The theory of multiple intelligences* (Перекл.). Центр інноваційного навчання. (Original work published 1983).

- Hall, N. (2002). *Emotional intelligence: The ability to distinguish emotions*. Beacon Press.
- Mayer, J. D., Salovey, P., & Caruso, D. R. (2020). *Emotional intelligence: Theory, findings, and implications* (Перекл.). Центр навчальної літератури. (Original work published 2004).
- Bar-On, R. (2000). *The emotional quotient inventory (EQ-i): A measure of emotional intelligence*. Multi-Health Systems. 150 .
- Caruso, D., & Salovey, P. (2017). *The emotionally intelligent manager* (Перекл.). Самміт-книга. (Original work published 2004).

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ІНТЕРНЕТ-ЗАЛЕЖНОСТІ У ПСИХОЛОГІЇ

Сапон Ж. В.

Київський національний лінгвістичний університет
Науковий керівник: **Зінченко О. В.,**
Кандидат психологічних наук, доцент
Київський національний лінгвістичний університет

Сучасний світ неможливо уявити без цифрових технологій, які значно впливають на комунікацію, навчання та соціальну взаємодію. Молодь є найбільш вразливою до розвитку інтернет-залежності через численні фактори, такі як інтенсивний вплив соціальних мереж, високі академічні вимоги, необхідність постійного самовираження в цифровому просторі. Кордон між функціональним та надмірним використанням Інтернету поступово стирається, що сприяє поширенню залежності серед студентів.

Інтернет-залежність характеризується низкою симптомів, подібних до залежності від психоактивних речовин (Younes, 2016). Це втрата контролю над часом, проведеним в Інтернеті, необхідність постійного онлайн-взаємодії, тривожність при відсутності доступу до мережі, а також негативний вплив на міжособистісні стосунки, навчальну діяльність та загальний психоемоційний стан. Молоді люди часто використовують Інтернет як спосіб уникнення стресу або компенсацію дефіциту соціальних зв'язків, що посилює ризики формування адиктивної поведінки (Дейниченко, 2015).

Серед основних видів інтернет-залежності можна виділити кіберсексуальну залежність, яка проявляється в надмірному перегляді порнографічного контенту або участі у віртуальних романтичних стосунках; комп'ютерну залежність, пов'язану з неконтрольованим захопленням відеоіграми; нет-компульсії, що включають патологічний онлайн-шопінг, азартні ігри та біржову торгівлю; перевантаження інформацією, коли людина безперервно шукає нові дані, не маючи практичної мети.

Період студентства є критичним етапом когнітивного, емоційного та особистісного розвитку. Молодь знаходиться у пошуку власної ідентичності, що робить їх особливо вразливими до негативного впливу Інтернету

(Камінська, 2016). Відсутність чіткої життєвої ідентичності та невизначеність майбутнього підсилюють схильність до адиктивної поведінки, особливо якщо студент відчуває емоційну нестабільність, тривожність або труднощі в побудові реальних соціальних контактів. Студенти з високим рівнем академічної успішності частіше використовують Інтернет для навчання, тоді як ті, хто має труднощі з навчальним процесом, можуть звертатися до цифрового середовища як до способу втечі від реальності (Li., 2018; Lozano-Blasco, 2018).

Серед соціально-демографічних факторів ризику варто відзначити низьку самооцінку, складнощі у спілкуванні, відсутність підтримки з боку батьків або друзів, а також тиск однолітків. Надмірне використання соціальних мереж та онлайн-ігор часто стає механізмом компенсації внутрішніх емоційних потреб. Дослідження показують, що студенти, які мають позитивні соціальні зв'язки та високий рівень підтримки від батьків і викладачів, менш схильні до формування інтернет-залежності..

Для зниження рівня інтернет-залежності серед студентської молоді важливо впроваджувати профілактичні заходи. Серед них – психологічна підтримка, навчання навичкам саморегуляції, розробка програм цифрової грамотності та управління часом. Значну роль відіграє створення умов для розвитку офлайн-активностей, підтримка студентських ініціатив, що сприяють живому спілкуванню та інтеграції у соціальне середовище (Малєєв&Безпальченко, 2020).

Таким чином, інтернет-залежність є серйозною проблемою сучасної студентської молоді, яка потребує комплексного підходу до її вирішення. Необхідно створювати програми з підвищення цифрової обізнаності, розвивати навички відповідального користування Інтернетом і надавати студентам можливість отримувати психологічну допомогу у випадку виникнення проблем, пов'язаних із надмірним використанням цифрових технологій.

ЛІТЕРАТУРА

- Дейниченко, Л. (2015). *Особистісні властивості студентів схильних до інтернет-адиктивної поведінки* (Серія KB № 21279-11079ПР).
- Камінська, О. В. (2016). *Психологічні основи інтернет-залежності молоді* (Дисертація доктора психологічних наук, ДЗ “Південноукр. нац. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського”). Одеса.
- Малєєв, В. О., & Безпальченко, В. М. (2020). Інтернет-небезпеки: ризики, аналіз залежностей, першочергові заходи. *Вісник Херсонського національного технічного університету*, (4), 189–197.
- Li, L., Xu, D. D., Chai, J. X., Wang, D., Li, L., Zhang, L., ... & Xiang, Y. T. (2018). Prevalence of internet addiction disorder in Chinese university students: A comprehensive meta-analysis of observational studies. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(3), 610–623.
- Younes, F., Halawi, G., Jabbour, H., El Osta, N., Karam, L., Hajj, A., & Rabbaa Khabbaz, L. (2016). Internet addiction and relationships with insomnia, anxiety, depression, stress and self-esteem in university students: A cross-sectional designed study. *PLoS One*, 11(9).

ПОДІЄВИ ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ МОНГОЛІЇ

Семененко Є. Т.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Лебедєва І. М.

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Монголія – азіатська країна, яка знаходиться у Північно-Східній Азії та межує з Казахстаном на заході, росією на півночі та Китаєм на півдні. Окрім природних ландшафтів та історичних пам'яток, ця держава відзначається яскравими культурними подіями. Фестивалі, національні ігри та релігійні свята створюють незабутні враження, знайомлячи гостей з традиціями кочового способу життя.

Однією з найважливіших подій року є фестиваль “Монгольський верблюд–999”, який проводиться наприкінці лютого – на початку березня в пустелі Гобі, в околицях міста Даланзадгад. Ця значуща подія спрямована на збереження виду двогорбого верблюда (бактріана), який є невід’ємною складовою традиційного кочового способу життя в Монголії.

Заснований у 1997 році, фестиваль відіграє важливу роль у підтримці національного туризму та збереженні унікальної культури регіону. Основна програма заходу включає перегони на верблюдах, змагання з верблюжого поло, виставки традиційних ремесел, а також виступи традиційних монгольських музикантів і танцюристів. У 2016 році фестиваль встановив світовий рекорд, зібравши 1115 верблюдів, що було зафіксовано в Книзі рекордів Гіннеса.

У березні неподалік селища Хатгал в аймаці Хубсугул проходить щорічний Монгольський фестиваль льоду “Блакитна перлина”.

Фестиваль має на меті популяризацію зимового туризму, охорону природного середовища водойми та створення додаткових можливостей для місцевих жителів у холодний сезон.

У рамках свята проводяться різноманітні змагання, серед яких лижні та ковзанярські гонки, перегони на собачих та кінних упряжках, велозаїзди по льоду, а також традиційні монгольські спортивні випробування. Виступи артистів місцевого музично-драматичного театру додають святую національного колориту.

Також для туристів організовують конкурси на найкраще виконання монгольської пісні, кулінарні майстер-класи, покази мод у національних строях та знайомство з шаманськими ритуалами. У програму входить також знайомство з життям і побутом цаатанів, народу оленярів, що проживає на північному заході країни. На замерзлому озері встановлюють крижані та снігові скульптури, а також унікальну льодову юрту, де можна спробувати традиційні частування, подані у крижаному посуді.

Найважливішою подією для монголів є фестиваль Наадам, що відбувається щороку з 11 по 13 липня. Його називають “Ерийн гурван

наадам”, що перекладається як “Три гри людей”. Під час цього свята по всій Монголії проходять змагання зі стрільби з лука, кінних перегонів та традиційної боротьби, в яких змагаються найкращі майстри країни. Цей фестиваль має глибоке історичне коріння, пов’язане з давніми ритуалами, військовими оглядами та випробуваннями сили й майстерності. Спочатку ці заходи супроводжували лише значні події, наприклад весілля чи релігійні обряди, а згодом стали частиною підготовки монгольських воїнів до битв. Сьогодні Наадам є прикладом збереження національної ідентичності та неабиякою гордістю монголів.

Святкування фестивалю Наадам тісно переплетене з традиційними звичаями кочових монголів, що передавалися з покоління в покоління. Захід завжди починається із протяжної пісенної мелодії, після якої танцюристи виконують особливий традиційний танець бієлгее. Фестиваль супроводжується традиційною музикою, а поруч з головною ареною розміщуються торгові намети, де подають національні страви, які можуть скуштувати всі охочі.

Таким чином, для розвитку туризму Монголія використовує національні традиції, створюючи на основі них яскраві та оригінальні події ресурси.

ЛІТЕРАТУРА

Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Радио Телевиз. (2018, August 9).

“Нүүдэлчин Монгол” наадам Хүй Долоон худагт болно.

<https://www.mnb.mn/i/148298>

UNESCO Intangible Cultural Heritage. (2010). *Naadam, Mongolian traditional festival*.

<https://ich.unesco.org/en/RL/naadam-mongolian-traditional-festival-00395>

UNESCO Intangible Cultural Heritage. (n.d.). *Elements on the Lists of Intangible Cultural Heritage of Mongolia*. Retrieved March 10 2025.

<https://ich.unesco.org/en/state/mongolia-MN?info=elements-on-the-lists>

СТРАТЕГІЇ УСПІШНОГО ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДИНГУ ІСПАНІЇ ТА МОЖЛИВІСТЬ ЇХ АДАПТАЦІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ

Сергієнко М. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Кучай О. В.

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Туристичний брендинг становить ключовий елемент національної стратегії багатьох країн, що прагнуть посилити свою привабливість на міжнародному ринку. Іспанія є одним з найуспішніших прикладів ефективного туристичного брендингу, посідаючи провідні позиції серед найпопулярніших туристичних напрямків світу. За даними Всесвітньої

туристичної організації, до пандемії COVID-19 Іспанія щороку приймала понад 80 мільйонів туристів, що генерувало близько 12 % ВВП країни. Україна, маючи значний туристичний потенціал, може запозичити та адаптувати успішні іспанські стратегії для розвитку власного туристичного бренду.

Ключові стратегії туристичного брендингу Іспанії

1. Послідовність та інтеграція бренду.

Іспанія розробила і послідовно використовує знаковий логотип “El Sol de Miró” (Сонце Міро), створений художником Жоаном Міро у 1983 році. Цей символ став універсальним знаком іспанського туризму, який легко впізнається у всьому світі. Важливим аспектом є інтеграція бренду в усі комунікаційні матеріали та кампанії, що забезпечує цілісність сприйняття.

2. Диверсифікація туристичного продукту.

Іспанія успішно відійшла від стереотипу країни “сонця і пляжу”, розвинувши різноманітні туристичні напрямки: культурний туризм, гастрономічний туризм, екотуризм, спортивний туризм та інші. Це дозволило розширити цільову аудиторію та зменшити сезонність.

3. Регіональний підхід та збереження автентичності.

Кожен регіон Іспанії (Каталонія, Андалусія, Країна Басків тощо) розвиває власний суббренд, підкреслюючи унікальні особливості та традиції. При цьому зберігається зв'язок з національним брендом, що створює багатшарову, але цілісну ідентичність країни.

4. Використання цифрових технологій.

Іспанія активно застосовує цифрові інструменти для просування туристичного бренду: інтерактивні веб-платформи, мобільні додатки, віртуальні тури, присутність у соціальних мережах та таргетована реклама. Важливою складовою є збір та аналіз даних про туристів для персоналізації пропозицій.

Можливості адаптації для України

1. Створення цілісного національного бренду.

Україні необхідно розробити чіткий, впізнаваний та емоційно насичений бренд, який відображатиме культурну ідентичність країни. Ключові елементи: унікальний логотип, слоган, послідовна візуальна концепція та узгоджена комунікаційна стратегія. Важливо забезпечити довгострокове використання бренду, незалежно від політичних змін.

2. Акцентування на різноманітності туристичних пропозицій.

Україна має потенціал для розвитку різних видів туризму: культурного, природного, гастрономічного, сільського зеленого туризму, лікувально-оздоровчого туризму та інших напрямків.

3. Регіоналізація при збереженні національної ідентичності.

Розвиток регіональних туристичних брендів (Західна Україна, Київ і Центральна Україна, Південь України тощо) з підкресленням їхньої унікальності, але в рамках єдиної національної концепції. Це дозволить ефективніше просувати різні види туризму та створити багатогранний образ країни.

4. Цифрова трансформація туристичного сектору.

Впровадження сучасних цифрових рішень: створення централізованої інформаційної платформи про туристичні можливості України, розвиток мобільних додатків для туристів, віртуальні екскурсії, використання аналітики даних для формування персоналізованих пропозицій.

Отже, досвід Іспанії демонструє, що успішний туристичний брендинг ґрунтується на послідовній реалізації довгострокової стратегії, яка поєднує традиції та інновації. Для України адаптація іспанських практик означає необхідність розробки системного підходу до формування туристичного бренду, забезпечення координації між державними органами та приватним сектором, а також значні інвестиції в інфраструктуру та цифрові технології.

Основним викликом для України є не лише створення привабливого бренду, але й забезпечення відповідності реального туристичного досвіду заявленим обіцянкам. Це потребує комплексного підходу до розвитку туристичної галузі з акцентом на якість сервісу, доступність інформації та транспортну інфраструктуру.

Успішна адаптація стратегій іспанського туристичного брендингу з урахуванням українських реалій може сприяти трансформації України в конкурентоспроможний туристичний напрямок, що принесе значні економічні та соціальні вигоди для країни.

ЛІТЕРАТУРА

- Ціватий, В. (2024). Стратегії комунікативного впливу та модель публічної дипломатії Королівства Іспанія в умовах мондіалізованого світоустрою XXI століття: досвід національного брендування для України (інституційно-національний та іміджевий дискурси). *Україна дипломатична*, 24.
https://ud.gdip.com.ua/wp-content/uploads/2023/12/74_2023.pdf
Comillas Pontifical University. (n.d.). *Informe sobre tendencias turísticas globales 2023*.
<https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/19086/retrieve>

ЕТНІЧНІ ФЕСТИВАЛІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В ТУРИЗМІ

Спасіченко І. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Лебедєва І. М.**

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Нематеріальна культурна спадщина є невід'ємною складовою самобутності народів, забезпечуючи збереження та розповсюдження їхньої

культури та традицій. Наразі, одним із важливих завдань для вчених усього світу є розроблення механізмів захисту та передачі традицій, зберігаючи автентичність та важливість нематеріальної культурної спадщини для спільноти. Туристична індустрія, в свою чергу, активно залучає до використання історико-культурні та пізнавальні туристичні ресурси, до яких, зокрема, входить нематеріальна культурна спадщина. Одним із елементів збереження місцевих традицій та інтеграції їх в туристичну сферу є проведення етнічних фестивалів (традиційних святкувань, ярмарків, виставок тощо). Вони забезпечують автентичне культурне занурення, підвищують туристичну привабливість регіонів та формують міжкультурний діалог (Esfehāni & Albrecht, 2019).

Систематизацією та підтримкою нематеріальної культурної спадщини, зокрема етнічних фестивалів у світі, опікується ЮНЕСКО. Дана організація створила глобальний реєстр об'єктів нематеріальної культурної спадщини та впроваджує стратегії і проєкти для їх збереження й поширення. Відповідно до Конвенції про охорону нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО 2003 р., нематеріальна культурна спадщина проявляється у п'яти різних сферах: усні традиції та форми вираження; виконавське мистецтво; соціальні звичаї, обряди та святкові події; знання та звичаї, що стосуються природи та всесвіту; традиційні ремесла. Завдяки престижності та визнанню репрезентативного списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО, елементи, включені до нього отримують більшу популярність та впізнаваність серед відвідувачів.

На 2025 р. Список шедеврів усної та нематеріальної культурної спадщини людства налічує 788 елементів зі 150 країн світу, а 233 з них є етнічними фестивалями, або включають елементи, притаманні етнічним фестивалям. Значною перевагою етнічних фестивалів є те, що вони можуть мати за основу будь-які сфери нематеріальної культурної спадщини. Проведення свят також надає робочі місця місцевому населенню та сприяє економічній стабільності регіону. Задля збільшення туристичних потоків часто покращується інфраструктура міста та створюються нові установи, що мають позитивні наслідки не лише для туристів, а і для місцевих жителів (Hüseyn, 2023).

Етнічні фестивалі допомагають туристам пізнати культуру, традиції та побут народу/регіону/країни, яку вони відвідують. Також, проведення етнічних фестивалів підкреслює важливість та невід'ємність традиційних ремесел, гастрономії, культурних традицій для життя громад. Часто під час важливих для спільноти свят представники певної громади подорожують до міст чи регіонів, де відбувається святкування, щоб продовжувати традиції своїх предків.

Одним з прикладів є Фестиваль Храмів Мацзу на острові Тайвань. Це один із наймасштабніших паломницьких маршрутів у світі, присвячений богині моря Мацзу. Щороку сотні тисяч вірян, етнічних китайців та туристів подорожують у процесії довжиною понад 300 км, відвідуючи храми та беручи участь у традиційних ритуалах. Фестиваль сприяє збереженню

нематеріальної культурної спадщини, оскільки поєднує релігійні традиції, бойові мистецтва, народний театр, гастрономію та традиційні ремесла. Місцеві громади готують особливі святкові страви, виконують ритуальні танці, а ремісники створюють традиційні артефакти (Ministry of Interior Affairs, Republic of China, б.д.).

Водночас не всі етнічні фестивалі мають довгу неперервну історію. Так, фестиваль Інті Раймі в Куско (Перу) відтворює традиційні інкські ритуали на честь бога Сонця, незважаючи на те, що Імперія Інків перестала існувати близько 500 р. тому. Це свято дозволяє туристам зануритися в культуру інків, ознайомитися з їхніми традиціями, мовою кечуа, народною музикою та одягом. Проведення фестивалю підтримує традиційні ремесла та гастрономію, оскільки місцеві майстри створюють костюми, сувеніри, національне вбрання, натхненне уявленнями про інків, а ресторани пропонують страви, характерні для андської культури. Крім того, до Куско щороку приїжджають представники корінних громад Перу, щоб брати участь у святкуванні, тим самим зберігаючи і передаючи традиції наступним поколінням (Carvache-Franco et al., 2018).

Таким чином, етнічні фестивалі є важливим інструментом популяризації нематеріальної культурної спадщини в туризмі. Вони не лише сприяють збереженню автентичних традицій і ремесел, а й формують культурний діалог між народами, розвивають туристичний потенціал регіонів і забезпечують сталість культурної спадщини для майбутніх поколінь. У сучасному світі роль таких заходів зростає, адже вони дозволяють спільнотам не лише зберегти свою ідентичність, а й адаптувати традиції до соціально-економічних реалій, роблячи їх доступними для ширшої аудиторії.

ЛІТЕРАТУРА

- Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., Borja Morán, J. L., & Contreras Moscol, D. (2018). Tourist demand characterization. Andean cultural festival Inti Raymi (Ecuador). *Journal of Convention & Event Tourism*, 19(3), 248–267.
<https://doi.org/10.1177/1096348019840789>
- Esfehani, M. H., & Albrecht, J. N. (2019). Planning for intangible cultural heritage in tourism: Challenges and implications. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(7), 980–1001.
- Hüseyn, A. (2023). Kirsal turizmin kirsal alanların kalkınmasının desteklenmesinde önemi: azerbaycan örneği. *International tourism and development congress* 7(12), 87–96.
- Ministry of Interior Affairs, Republic of China (б.д.). *Mazu Pilgrimage from Zhenlan Temple, Dajia*.
https://taiwangods.moi.gov.tw/html/landscape/1_0011.aspx?i=39

ХАРАКТЕРИСТИКА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ І УЯВИ ОСОБИСТОСТІ

Теплякова А. К.

Київський національний лінгвістичний університет

Кириленко В. Г.

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

В умовах стрімкого розвитку сучасного суспільства особливої значущості набуває проблема розвитку творчого потенціалу особистості. Здатність генерувати нові ідеї, знаходити нестандартні рішення та створювати унікальні продукти стає ключовою компетенцією успішної людини XXI століття.

Творчий потенціал розглядається як сукупність здібностей, властивостей, ресурсів та мотиваційних аспектів особистості, що забезпечують її готовність до ефективної творчої діяльності (В. В. Рибалка). Творчий потенціал представляє собою складну багатокомпонентну структуру, яка апіорі охоплює основні види творчої активності особистості за ознакою створюваного у процесі праці продукту. Ці види окреслюють процесуально-змістовий простір її розгортання: візуальна творчість, вербальна творчість, реконструктивна творчість, текстова творчість, образно-евристична творчість, інтелектуально-мислительна творчість, синтетична творчість. Творчий потенціал особистості реалізується через її здатність продукувати нові ідеї та творчі рішення, що забезпечується взаємодією уяви, інтуїції та когнітивних здібностей.

Синявський, В. В., Сергєєнкова, О. П., Побірченко Н. А. (2007, с. 274) дають наступне визначення уяви “уява є пізнавальним психічним процесом, що дозволяє людині створювати нові образи, ідеї та продукти діяльності, спираючись на попередній досвід.

У процесі творчої діяльності уява взаємодіє з іншими психічними процесами, такими як мислення, пам'ять, сприйняття, що сприяє створенню оригінальних ідей та рішень (С. П. Яланська, 2020). Уяву диференціюють на пасивну (відсутність реалізації створених образів) та активну, яка, у свою чергу, поділяється на відтворюючу (відображення реальності) та творчу (генерування нових ідей). Саме творча уява дозволяє говорити про її тісний зв'язок з творчим потенціалом особистості. Важливо зазначити, що механізми уяви (аглотинація, гіперболізація, схематизація, типізація) сприяють реалізації творчого потенціалу, забезпечуючи створення інноваційних продуктів діяльності.

Д. Д. Марченко (2018) зазначає, що розвиток творчого потенціалу є багатогранним процесом, що включає когнітивний, мотиваційний, діяльний та рефлексивний компоненти.

Основними факторами розвитку творчого потенціалу є особистісні якості (ініціативність, допитливість, відкритість до нового), соціальне середовище (освітня система, культура) та специфіка діяльності (інноваційна чи рутинна праця). Творчий потенціал формується у сприятливому освітньому середовищі,

що стимулює креативне мислення, забезпечує можливість експериментування та самовираження, про що вказують у своїх роботах О. Гульбс, С. Діхтяренко та В. Кузьміна (2021, с. 22–23). Л. Й. Данильченко і Л. М. Остап'юк (2020) у своїх наукових розвідках зазначають, що у студентів творча уява потребує цілеспрямованого розвитку, що можливо завдяки інтерактивним методам навчання. Також аналіз низки сучасних досліджень за вказаною проблемою, дозволяє зазначити, що формування творчого потенціалу тісно пов'язане із здатністю особистості до самореалізації, що передбачає розвиток внутрішньої мотивації до творчої діяльності, але як вказують сучасні дослідники, самостійна творча діяльність є важливим засобом розвитку творчого потенціалу, що передбачає активну участь особистості у створенні нових продуктів та ідей. Це потребує детального вивчення, тому діагностика творчого потенціалу повинна враховувати не лише актуальний рівень розвитку творчих здібностей, але й потенційні можливості їх зростання.

Уява є одним із ключових механізмів реалізації творчого потенціалу, оскільки вона дозволяє людині створювати нові ідеї, бачити нестандартні рішення та комбінувати різні образи, концепції й думки в єдину цілісну систему. Високий рівень розвитку уяви сприяє ефективному використанню творчого потенціалу, розширюючи межі мислення та відкриваючи нові можливості для особистісного і професійного зростання. Однією з головних функцій уяви є формування образів, які не мають прямого аналога в реальності. Це дає змогу особистості прогнозувати результати діяльності, моделювати можливі сценарії розвитку подій та вдосконалювати творчі ідеї ще на етапі їхнього зародження. Саме тому уява відіграє важливу роль у всіх етапах творчого процесу: від підготовки та інкубації ідеї до її осягання та остаточної верифікації. Розвиток творчого потенціалу значною мірою залежить від індивідуальних особливостей уяви, таких як гнучкість, оригінальність і продуктивність мислення.

Ці характеристики визначають здатність особистості адаптуватися до змін, знаходити нестандартні рішення та самовиражатися через інноваційну діяльність. Отже, взаємодія творчого потенціалу та уяви є основою формування унікальності особистості, її здатності до креативного самовираження та успішної реалізації в сучасному світі.

Таким чином, варто зробити висновки стосовно понять “творчий потенціал” та “уява”, а також їхнього взаємозв'язку, а творчий потенціал і уява особистості тісно взаємопов'язані та взаємозалежні. Уява є ключовим механізмом, що забезпечує генерацію нових ідей, нестандартне мислення та здатність до креативного вирішення завдань. Вона сприяє розвитку творчого потенціалу, допомагаючи людині виходити за межі шаблонного мислення та створювати щось нове й унікальне.

З іншого боку, рівень розвитку творчого потенціалу впливає на гнучкість і продуктивність уяви: чим більше особистість задіює свої творчі здібності, тим активніше розвивається її уява. Таким чином, розвиток одного з цих компонентів сприяє посиленню іншого, формуючи основу для самореалізації, професійного зростання та інноваційної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

- Рибалка, В. В. (2016) *Словник із психології та педагогіки обдарованості і таланту особистості: термінологічний словник*. Вид-во ЖДУ ім. І. Франка.
- Синявський, В. В., Сергєєнкова, О. П., Побірченко Н. А. (за ред.) (2007). *Психологічний словник*. Наук. світ, 274
- Яланська, С. П. (2020) Психологічні особливості розвитку творчої уяви студентів закладів вищої освіти. Актуальні проблеми психології. Т. 11. Психологія особистості. *Психологічна допомога особистості: зб. наук. пр.*, 21, 445–446
- Марченко, Д.Д. (2018). Технології розвитку творчого потенціалу особистості як проблема сучасної освіти. *Наука і освіта у розвитку сучасного сільського господарства : збірник наукових праць*, 90–95
- Гульбе О., Діхтяренко С., Кузьміна В. (2021). Формування креативності студентів психологів в процесі навчання. *Психологічний журнал*, 6, 22–23
- Данильченко Л. Й., Остап'юк Л. М. (2020) Розвиток креативних здібностей студентів на основі інтерактивного навчання. *Гуманітарно-педагогічний фаховий коледж Мукачівського державного університету*, 121–122.

ОСОБЛИВОСТІ ПІЗНАВАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Турчина Я. Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Зінченко О. В.,

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Пізнавальна активність студентів є складним психологічним феноменом, що охоплює когнітивні, емоційно-мотиваційні та поведінкові аспекти. Вона формується під впливом мотивації, рівня когнітивної зрілості, соціокультурних умов та особистісних характеристик (Бороздіна, 2018).

Мотиваційний профіль студентів змінюється в процесі навчання. Відзначається перехід від зовнішньої мотивації, пов'язаної з оцінками та дипломом, до внутрішньої, заснованої на інтересі до професії та прагненні до самореалізації (Захарова, 2017). Саме внутрішня мотивація сприяє самостійності у навчанні та більш ефективному засвоєнню знань.

Когнітивна зрілість передбачає розвиток абстрактного мислення, критичного аналізу та рефлексії (Галкіна, 2017). Важливим є формування власної точки зору та вміння об'єктивно оцінювати інформацію. Водночас високі когнітивні вимоги можуть спричиняти перевантаження та зниження пізнавальної активності.

Когнітивні викривлення впливають на процес навчання. Зокрема, ефект підтвердження змушує студентів шукати лише ту інформацію, яка підтверджує їхні переконання, що обмежує критичне мислення (Дубовицька, 2018). Для підвищення якості засвоєння знань необхідний розвиток навичок об'єктивного аналізу інформації.

Соціокультурні чинники також відіграють важливу роль. Взаємодія з викладачами та однолітками, доступ до сучасних технологій та нові формати навчання впливають на рівень залученості студентів (Олександров, 2014). Завдяки цьому створюються умови для адаптації до освітнього процесу. Рівень пізнавальної активності може бути різним. Оптимальний рівень характеризується адекватним оцінюванням власних можливостей та здатністю до саморефлексії.

Занижена активність проявляється у невпевненості та уникненні складних завдань, тоді як завищена активність може супроводжуватися ідеалізацією власних знань і небажанням до самокритики (Старовойтенко, 2020). Баланс між реальним і ідеальним “Я” має значний вплив на мотивацію студентів. За концепцією Роджерса (1959), якщо ця розбіжність надто велика, це може спричиняти емоційну нестабільність і знижувати навчальну мотивацію. Таким чином, пізнавальна активність студентів є багатофакторним явищем, що залежить від мотиваційних, когнітивних та соціокультурних чинників. Для підтримки оптимального рівня активності необхідно розвивати критичне мислення, навички самоаналізу та адекватне оцінювання власних можливостей.

ЛІТЕРАТУРА

- Бороздіна, Л. В. (2018). Сутність пізнавальної активності та її співвідношення з Я-концепцією. *Питання психології*, 6, 5–9.
- Галкіна, Т. В. (2017). *Пізнавальна активність як процес розв'язання завдань: системний підхід*. ДНУ “Інститут освітньої аналітики”.
- Дубовицька, Т. Д. (2018). Пізнавальна активність: поняття, структура, діагностика, розвиток. Поліграфія.
- Захарова, А. В. (2017). Структурно-динамічна модель пізнавальної активності. *Питання психології*, 2, 22–26.
- Олександров, Д. В. (2014). Поняття “пізнавальна активність” у сучасній західній соціології. *Соціологічні дослідження*, 8, 57–66.
- Старовойтенко, В. М. (2020). *Пізнавальна активність особистості в культурі*. Наукова думка.
- Rogers, C. R. (1959). A theory of therapy, personality, and interpersonal relationships, as developed in the client-centered framework. In S. Koch (Ed.), *Psychology: A study of a science*. Vol. 3: Formulations of the person and the social context (pp. 184–256). McGraw-Hill.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТВОРЧИХ ЗДІБНОСТЕЙ МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ

Фрегер О. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Каряка І. В.,**

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасній психології розвиток творчих здібностей майбутніх фахівців набуває особливої значущості, оскільки креативність є необхідною умовою ефективної професійної діяльності (Синявський & Сергєєнкова, 2007).

Аналіз наукових досліджень свідчить, що творчі здібності психолога є багатогранним і комплексним феноменом, який охоплює когнітивні, емоційні та мотиваційні фактори (Шапар, 2007). Вони проявляються у здатності адаптувати методи роботи до змінюваних умов, розробляти інноваційні підходи до психологічної допомоги та ефективно взаємодіяти з клієнтами (Sternberg, 2016).

Значну роль у формуванні творчого потенціалу майбутніх психологів відіграють ключові професійні якості. Зокрема, емпатія, емоційна чутливість і комунікативні здібності сприяють налагодженню довірливих стосунків із клієнтами та розумінню їхніх потреб (Петрюк, Іваничук, Петрюк & Бондаренко, 2015).

Дивергентне мислення, уява та інтуїція дозволяють розробляти нестандартні рішення та підходи до роботи (Runco & Acar, 2014). Гнучкість мислення забезпечує швидку адаптацію до нових обставин, а відкритість до експериментування сприяє впровадженню сучасних методик у психологічну практику (Торранс, 2011). Саморефлексія відіграє важливу роль у професійному розвитку, оскільки дозволяє аналізувати власний досвід і вдосконалювати навички. Таким чином, взаємодія цих компонентів формує цілісний комплекс професійних здібностей, що забезпечує ефективність психологічної діяльності.

Розвиток творчих здібностей майбутніх психологів обумовлюється низкою внутрішніх, зовнішніх, емоційних та діяльнісних чинників. Внутрішні фактори включають індивідуальні особливості (темперамент, уява, здатність до самовираження), мотивацію (прагнення до самореалізації, готовність долати труднощі, інтерес до дослідження людської психіки) та інтелектуальні здібності (аналітичне мислення, швидке засвоєння інформації, здатність до генерації ідей) (Шапар, 2007). Зовнішні фактори пов'язані з освітнім середовищем, наставництвом, участю у професійних заходах та обміном досвідом (Синявський & Сергєєнкова, 2007). Емоційні аспекти проявляються через здатність управляти власними емоціями, підтримувати психологічну стійкість і знаходити натхнення (Sternberg, 2016). Діяльнісні фактори включають активну професійну діяльність, участь у дослідницьких проєктах та розробку інноваційних підходів у психологічній практиці (Петрюк, Іваничук, Петрюк & Бондаренко, 2015).

Таким чином, основними умовами розвитку творчих здібностей майбутніх психологів є емоційна стійкість, внутрішня мотивація та соціальне середовище (Runco & Acar, 2014). Взаємодія цих факторів забезпечує сприятливі умови для розвитку творчого потенціалу, що є важливим елементом професійної компетентності психолога. Творчість у цій сфері сприяє підвищенню ефективності роботи з клієнтами, розробці нових методів психологічної допомоги та вдосконаленню професійних підходів (Торранс, 2011).

ЛІТЕРАТУРА

- Синявський, В. В., & Сергєєнкова, О. П. (2007). Психологічний словник (Н. А. Побірченко, ред.). Київ: Науковий світ.
- Шапар, В. Б. (2007). Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор. Петрюк, П. Т.,
- Іванчук, О. П., Петрюк, О. П., & Бондаренко, Л. І. (2015). Френсіс Гальтон – видатний англійський психолог та вчений-енциклопедист. *Психічне здоров'я*, 3, 71–78.
- Runco, M. A., & Acar, S. (2014). Дивергентне мислення як показник творчого потенціалу. *Creativity Research Journal*, 26(2), 143–154.
- Sternberg, R. J. (2016). Модель творчого лідерства WICS. *Психологія естетики, творчості та мистецтва*, 10(2), 165–178.
- Торранс, Е. П. (2011). Тести Торранса на творче мислення. *Схоластичний*.

ЕТНОКУЛЬТУРНІ ТЕЧІЇ В КОНСУЛЬТАТИВНІЙ ПСИХОЛОГІЇ XXI СТОЛІТТЯ

Фуніков Г. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Бондаренко О. Ф.**

Доктор психологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Дослідження етнокультурних течій у консультативній психології XXI століття має свою актуальність у контексті глобалізаційних процесів, що сприяють зростанню міжкультурних контактів. У сучасному світі зростає потреба в адаптивних підходах до психологічного консультування, які враховують культурну різноманітність та сприяють зниженню рівня міжетнічної напруженості. Особливої уваги потребує питання збереження культурної ідентичності в умовах глобалізації. Використання локальних традицій та індигенних методів консультування сприяє не лише ефективнішому вирішенню психологічних проблем, а й гармонізації міжкультурних відносин.

Метою дослідження стало виявлення закономірностей формування етнокультурних підходів у консультативній психології та обґрунтуванні їхньої ефективності у сучасних умовах.

Етнокультурні течії в консультативній психології розглядаються через призму культурної психології, яка наголошує на взаємозв'язку між культурою, психікою та досвідом, відкидаючи детермінізм. Підходи Валсінера та Ягоди (Valsiner, 2007; Jahoda, 2000) показують, що культура діє як система знакових і когнітивних структур, що опосередковують як внутрішні психічні процеси, так і міжособистісну взаємодію. У консультативній практиці це означає врахування культурного контексту клієнта, його символічних уявлень і когнітивних схем, що визначають спосіб переживання світу та регуляцію поведінки (Данилюк, Курапов, Ягієв, 2019).

Етнокультурні течії в психології сформувалися під впливом історичних, соціокультурних та наукових факторів. Серед основних напрямів можна виділити індигенну психологію, крос-культурну психологію, культурну психологію та етнопсихологію.

- Індигенна психологія орієнтована на дослідження культурно-специфічних аспектів психології певних народів. Наприклад, китайська індигенна психологія спирається на конфуціанство, а латиноамериканська – на поняття симпатії та особистісних відносин (Yang, 2012).

- Крос-культурна психологія займається порівнянням психологічних особливостей людей з різних культур для виявлення універсальних та специфічних закономірностей. Прикладом може бути дослідження культурних вимірів Хофстеде (Berry, 1997).

- Культурна психологія, заснована Річардом Шведером, вивчає, як культура формує мислення, емоції та поведінку людини, підкреслюючи соціальний контекст психічних процесів.

Історичний розвиток етнокультурних течій у світовій психології зумовлений взаємодією культурних, соціальних і наукових факторів. Вони підкреслюють значення культурного контексту у розумінні психічних процесів і поведінки. Дослідження культурних кодів, ритуалів і соціальних структур пояснює формування ідентичності.

Таким чином, дослідження етнокультурних течій у консультативній психології сприяє формуванню гнучких, інклюзивних та адаптивних підходів у наданні психологічної допомоги, що враховують культурне розмаїття клієнтів і сприяють гармонізації суспільства в умовах глобальних змін. Етнокультурні течії в консультативній психології відображають зростаючу потребу врахування культурного контексту у психотерапевтичній практиці. Критика культурної упередженості та розвиток культурної психології сприяли створенню підходів, що дозволяє глибше розуміти психічні процеси та забезпечує ефективніше консультування, адаптоване до потреб конкретних культурних груп.

ЛІТЕРАТУРА

- Данилюк І. В., Курапов А., Ягієв І. (2019). *Етнокультурна психологія: історія та сучасність*. АртЕк.
- Yang, K-Sh. (2012). Indigenous Psychology, Westernized Psychology, and Indigenized Psychology: A Non-Western Psychologist's View. *Chang Gung Journal of Humanities and Social Sciences*, 5(1), 1–32.

- Berry, J. W. (1997). Immigration, acculturation, and adaptation. *Applied Psychology: An International Review*, 46(1), 5–34.
- Valsiner, J. (2007). Culture in minds and societies: Foundations of cultural psychology. SAGE Publications.
- Jahoda, G., & Krewer, B. (1997). History of cross-cultural and cultural psychology. In J. W. Berry, Y. H. Poortinga, & J. Pandey (Eds.), *Handbook of cross-cultural psychology* (2nd ed.). Theory and method (pp. 1–42). Needham Heights, MA, US: Allyn & Bacon.
- Jahoda, G. (2000, July). The shifting sands of culture. Paper presented at the Congress of International Association for Cross-Cultural Psychology, Pirtusk, Poland.

ПОДІЄВІ ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ КАЗАХСТАНУ

Харевич М. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Лебедева І. М.

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Казахстан – найбільша країна Центральної Азії, що славиться своєю багатю історією, різноманітною культурою та унікальними природними ландшафтами. Завдяки своєму географічному положенню та історичним особливостям, країна зберегла самобутні традиції, які сьогодні є основою для розвитку подієвого туризму. Подієвий туризм є одним із ключових напрямів туристичної індустрії країни, сприяючи не лише зростанню туристичного потоку, а й популяризації культурної спадщини серед міжнародної аудиторії.

Науриз є одним із найважливіших свят у Казахстані, що відзначається щороку 22 березня. Це свято символізує оновлення природи, прихід весни та початок нового року за традиційним календарем. У містах і селах влаштовуються масштабні святкування. Проходять вуличні гуляння, театралізовані вистави, народні танці, встановлення юрт, де відвідувачі знайомляться з казахськими традиціями та традиційні музичні виступи, особливо виконання кюй. Це інструментальна п'єса, яка може виконуватися на різних народних музичних інструментах. В основі багатьох кюїв лежать народні оповіді, легенди чи казки. Центральною стравою свята є Науриз коже – спеціальний суп із семи інгредієнтів, що символізує достаток та гармонію. Також організуються спортивні змагання, зокрема національна боротьба казакша курес, кінні перегони та змагання з гри в асик, яка у 2017 році була визнана ЮНЕСКО як частина нематеріальної культурної спадщини людства.

Науриз як культурний феномен має значний потенціал для розвитку подієвого туризму, що сприяє популяризації казахської культури та залученню міжнародної аудиторії. Він виступає не лише як частина

нематеріальної культурної спадщини, а й як інструмент формування позитивного іміджу Казахстану на світовій туристичній арені.

Для любителів екстремальних видів спорту в серпні проходить гірський фестиваль на вершині Хан-Тенгри. Це випробування на витривалість та фізичну силу для альпіністів з усього світу. Завдання фестивалю – надання можливості всім охочим відвідати підніжжя найвищої вершини Казахстану піку Хан-Тенгри; зійти на вершини висотою понад 5000 метрів за простими сніговими маршрутами і здійснити сходження за новими маршрутами на вершини висотою понад 6000 метрів у Меридіональному хребті та на пік Хан-Тенгри (7010 м). Окрім альпінізму, фестиваль включає заняття з виживання у горах, екологічні ініціативи та виступи відомих мандрівників. Усі учасники фестивалю нагороджуються пам'ятними сувенірами. Мета фестивалю – святкування визнання альпінізму як нематеріальної культурної спадщини людства, сприяння її збереженню.

Фестиваль The Spirit of Tengri – це масштабна міжнародна подія, присвячена сучасній етнічній музиці, яка щорічно відбувається в Алматі. Цей унікальний культурний проект стартував у 2013 році, коли медіахолдинг Alash Media Group вирішив за допомогою фестивалю об'єднати музикантів з різних країн та показати різноманітність етнічних музичних традицій. Ідея створення The Spirit of Tengri з'явилася з прагнення зберегти та популяризувати унікальні культурні традиції народів світу через музику.

Фестиваль не обмежується лише концертами. Програма включає різноманітні культурні заходи: ярмарки національних виробів, лекції про фольклор та музичні традиції, майстер-класи з гри на етнічних інструментах, традиційні ігри. Крім того, The Spirit of Tengri безкоштовний для відвідування. Організатори переконані, що мистецтво має бути доступним для всіх. Тому кожен бажаючий може прийти та насолодитися виступами найкращих етнічних музикантів світу.

У 2023 році, у свій 10-й ювілей, фестиваль проходив під егідою ЮНЕСКО. Підтримка міжнародних організацій, участь у глобальних шоу-кейсах та розширення культурної програми фестивалю відкривають нові перспективи для казахстанської етнічної музики.

Подієвий туризм у Казахстані є невід'ємною частиною розвитку туристичної індустрії. Він сприяє збереженню національної культури та популяризації традицій. Також подієвий туризм стимулює економічне зростання. Різноманітні фестивалі, від святкування Науризу до міжнародних спортивних і музичних подій, створюють унікальні можливості. Вони дозволяють туристам познайомитися з багатогранною спадщиною країни. Казахстан поєднує автентичні традиції та сучасні заходи. Це приваблює відвідувачів з усього світу. Країна зміцнює свій статус яскравого туристичного центру Центральної Азії.

ЛІТЕРАТУРА

4Sport. (2020, January 22). *Kazakhstan invites to the international mountain festival “In the shadow of Khan Tengri”*.
<https://4sport.ua/news?id=32308>

UNESCO Intangible Cultural Heritage. (2021, March 26). *External Webinar: “Youth and Nauryz Traditions Safeguarding”*.

<https://ich.unesco.org/en/events/external-webinar-youth-and-nauryz-traditions-safeguarding-00880>

UNESCO Intangible Cultural Heritage. (2024). *Nawrouz, Novruz, Nowrouz, Nowrouz, Nawrouz, Nauryz, Nooruz, Nowruz, Navruz, Nevruz, Nowruz, Navruz*.

<https://ich.unesco.org/en/RL/nawrouz-novruz-nowrouz-nowrouz-nawrouz-nauryz-nooruz-nowruz-navruz-nevruz-nowruz-navruz-02097>

РІО-ДЕ-ЖАНЕЙРО ЯК ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ

Шевчук А. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Лебедева І. М.**

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У сфері туризму під DESTИНАЦІЮ розуміють місце, куди люди хочуть поїхати для відпочинку або подорожі. Це може бути місто, країна, регіон або навіть окрема пам'ятка чи природна зона. Коли ми говоримо про туристичну DESTИНАЦІЮ, ми маємо на увазі місце, яке приваблює туристів своїми особливостями – культурою, історією, природою, визначними місцями чи інфраструктурою для відпочинку. Наприклад, місто Ріо-де-Жанейро є однією з туристичних DESTИНАЦІЙ Бразилії, тому що воно приваблює людей з усього світу своїми пляжами, карнавальними святами і відомими пам'ятками.

Ріо-де-Жанейро є містом, де історичний центр міста представляє собою це лабіринт колоніальних будівель, де кожен будинок зберігає свою історію, відбиваючи епохи португальського панування та становлення Бразилії.

Статуя Христа-Спасителя на горі Корковаду – символ міста, що простягає руки над Ріо, ніби обіймаючи його. З вершини гори відкривається панорама, яка захоплює дух: місто, океан, гори та пляжі. Гора “Цукрова голова” – ще одна візитна картка міста, з її вершини, куди можна дістатися канатною дорогою, відкривається вид на бухту Гуанабара та океан. Пляжі Копакабана та Іпанема – це не просто місця для відпочинку, а частина культурної та соціальної ідентичності Ріо. Пляж Копакабана відомий своїм золотистим піском, яскравими вечірками та туристичними заходами, такими як міжнародні музичні фестивалі. Іпанема – це пляж, що часто асоціюється з бразильською музикою та культурою, популярний серед місцевих жителів та туристів. Пляжі Ріо є місцем зустрічей людей з усього світу і важливими центрами соціального життя, де можна не тільки відпочити, а й відчути енергію місцевої культури, зайнятися спортом або пограти у футбол чи волейбол.

Національний парк Тіжука є найбільшим міським тропічним лісом у світі, що розташований прямо в межах Ріо-де-Жанейро. Парк існує як природна

зона для захисту флори і фауни, а також для рекреаційної діяльності. Це місце пропонує туристам можливість відпочити на природі, здійснити пішохідні прогулянки, а також побачити водоспади та рідкісні види рослин і тварин. Тіжука зберігає важливий екологічний баланс і є частиною історичної спадщини Ріо.

Найвідомішим подієвим ресурсом міста є карнавал у Ріо – грандіозне свято, центральною подією якого є змагання бразильських шкіл самби, яке проходить на спеціально побудованому Самбодромі. У ці дні місто наповнюється музикою, танцями та колоритними костюмами. Карнавал є яскравим проявом культурної традиції фестивалів, характерної для народів Латинської Америки. Крім того, Ріо-де-Жанейро – спортивне місто. На його пляжах постійно проходять змагання з пляжного волейболу та інших видів спорту.

Важливим туристичним ресурсом є неймовірна гастрономія Ріо, яка додає популярності цьому місту. Багаті смаки, які поєднують африканські, португальські та індіанські традиції, роблять бразильську кухню особливою. Місто славиться своєю смачною та різноманітною їжею, що поєднує впливи різних культур. Однією з найвідоміших страв є фейжоада – традиційне бразильське рагу з чорними бобами, різними видами м'яса і спеціями, яке часто подається з рисом і смаженими чіпсами з маніоки. Іншою популярною стравою є пікана – стейк з яловичини, який готується на грилі. У Ріо також дуже популярні страви з морепродуктів. Наприклад, моціка (рибний суп з кокосовим молоком та спеціями) та пейшаду (запечена риба з овочами). Кухня Ріо також часто використовує маніоку (кассава) – корінь, який додають у багато страв: як гарнір або готують з нього десерти, наприклад, пиріг паху. Для десертів також використовують какао і згущене молоко, готуючи бригадейро – маленькі шоколадні кульки, які дуже популярні на святкуваннях. Серед напоїв популярна капіріна – коктейль з рому, лайму і цукру, а також соки з тропічних фруктів, таких як манго чи гуава.

Ріо-де-Жанейро має розвинену туристичну інфраструктуру, включаючи сучасні готелі, ресторани, транспортні системи, що робить його доступним для туристів різних категорій, від бюджетних подорожей до розкішних відпочинків. Завдяки цим факторам Ріо-де-Жанейро є однією з найпопулярніших туристичних destinations у світі, приваблюючи як тих, хто хоче насолодитися природною красою, так і тих, хто прагне зануритись в унікальну культуру та традиції Бразилії.

ЛІТЕРАТУРА

- Винників, Є. (2015, Серпень 30). *Місто спорту та палючого сонця. Нотатки з Ріо-де-Жанейро*. Новий Час.
<https://nv.ua/ukr/lifestyle/travel/misto-sportu-i-zharkogo-sontsa-zapiski-z-rio-de-zhaneiro-66077.html>
- Мальська, М. П., Грицишин, А. Т., Білоус, С. В., & Топорницька М. Я. (2022). *Фестивальний туризм: теорія та практика*. Видавець ФОП Піча Ю. В.
- Масляк, П. О. (2008). *Рекреаційна географія*. Знання.
- Смаль, І. (2011). *Географія туризму*. ПП Лисенко М. М.

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ У МАЛАЙЗІЇ

Шевчук С. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Лебедєва І. М.**

Кандидат історичних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Малайзія – це країна в Південно-Східній Азії, що складається із Західної Малайзії (Малайський півострів, що межує з Таїландом на півночі та омивається Південно-Китайським морем.) та Східної Малайзії (північна частина острова Борнео, що межує з Індонезією та Брунеєм.)

Країна відома своєю багатою культурою, швидким економічним розвитком та популярними туристичними місцями, такими як вежі Петронас, острови Лангаві та стародавні джунглі Борнео.

Гастрономічний туризм у Малайзії – це справжній рай для любителів їжі. Завдяки поєднанню малайської, китайської, індійської та європейської кухонь країна пропонує унікальні смакові поєднання та вуличну їжу світового рівня. Малайзійська кухня не просто змішує китайські, індійські та малайські традиції, а створює унікальні страви та гастрономічну культуру, що відрізняється від сусідніх країн.

Головними особливостями малайзійської кухні є широке використання кокосу та кокосового цукру які додають у карі, рис (як у насі лемак) та десерти, поєднання солодкого, солоного, кислого, гострого та гіркого в одній страві. Наприклад, лакса може бути пряною, вершковою та кислуватою водночас.

У Малайзії існують різні кулінарні традиції у межах країни. Наприклад, власне малайська кухня – гостра, кокосова, з великою кількістю карі, у той час як китайська малайзійська кухня (наприклад, хакка або хоккієн) – більш соєва, з локшиною та морепродуктами.

Серед найвідоміших страв малайзійської кухні є – насі лемак (кокосовий рис з арахісом, анчоусами, яйцями та гострою пастою самбал), лакса (гостра рисова локшина в супі на основі кокосового молока або тамаринду) та сатай (шашлики з курятини або яловичини, подаються з арахісовим соусом), роті чанай (тонко випечений хліб, який зазвичай подають з каррі).

Головними кулінарними точками є: Пенанг – гастрономічна столиця Малайзії, відома своєю вуличною їжею (район Джорджтаун), Мелака – місто зі змішаною кухнею пернаканців (нащадків китайських переселенців), Сабах і Саравак (Борнео) – кухня з використанням місцевих джунглевих інгредієнтів.

Гастрономічний туризм у Малайзії розвинувся завдяки численним вуличним ринкам та фестивалям їжі, де туристи можуть скуштувати автентичну кухню. Наприклад, Міжнародний фестиваль їжі у Пенангу – це щорічний захід, який популяризує кулінарне багатство та різноманітність штату. У 2024 році фестиваль проходив 2–3 листопада у столиці штату місті

Джорджтауні на вулиці Біч-стріт. Під час свята відвідувачам пропонувалося скуштувати як традиційні страви Пенангу, так і познайомитися з сучасними кулінарними експериментами. Також під час фестивалю проходять різні конкурси, зокрема змагання серед вуличних кухарів, домашніх кулінарів та навіть міжнародних шеф-кухарів. Відвідувачі можуть не тільки спостерігати за процесом, а й голосувати за улюблені страви.

Фестиваль врожаю Кааматан проводиться у штаті Сабах щорічно 30–31 травня. Це давнє свято народу кадазан-дусун на честь успішного збору врожаю, яке супроводжується традиційними танцями, музикою та, звичайно, великою кількістю місцевих страв і напоїв. В інших регіонах Малайзії також розвивається гастрономічний туризм.

Кулінарні фестивалі пропонують широкий вибір страв традиційних кухонь, включаючи малайську, китайську та індійську, а також кулінарні майстер-класи та шоу відомих шеф-кухарів, що приваблює відвідувачів з усього світу. Сучасні гастрономічні тренди також відіграють важливу роль у розвитку галузі. Однією з головних інновацій є використання технологій у харчовому секторі, включаючи мобільні додатки для пошуку вуличної їжі (HungryGoWhere Malaysia), онлайн-бронювання столиків у ресторанах (TableApp) та інтеграцію штучного інтелекту у сферу послуг (Chatbot-асистенти).

Таким чином, гастрономічний туризм у Малайзії є важливою складовою туристичної галузі країни. Концепція сталого гастрономічного туризму набуває все більшої популярності. Організація гастрономічних фестивалів не тільки збільшує кількість туристичних відвідувань країни, але й підтримує місцевих фермерів і сприяє збереженню багатотисячолітніх кулінарних традицій. Використання сучасних технологічних інновацій сприяє збереженню культурної спадщини та приваблює туристів, які прагнуть відчутти автентичний смак малайської кухні. Це сприяє перетворенню Малайзії на популярний центр гастрономічного туризму.

ЛІТЕРАТУРА

- Karim, S. A., & Chi, C. G. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of destinations' food image. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 531–555.
- Lee, C. L. (2012). Malaysia: at the cross-roads of Asian food culture. In *Global Report on Food Tourism* (p. 40–41). UNWTO.
- Tan, W., Brown, L., Jong, R., Ferrarese, M., Richmond, S., Seah, J., Sim, C., & St Louis, R. (2024). *Malaysia, Singapore & Brunei*. Lonely Planet Guide.
- Wendy, H. (1998). *The Food of Malaysia: 62 Classic Recipes*. Periplus Editions.

НОВІ ОЗНАКИ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ

Бакумова Є. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Оленцевич Н. В.**

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Зростання масштабів економічної діяльності людства і збільшення техногенного навантаження на довкілля, як наслідок, глобальні екологічні і кліматичні зміни на планеті загострили питання переходу до принципів сталого розвитку. Науковці називають сталим розвитком особливий вид економічного зростання, в умовах якого забезпечується задоволення потреб нинішніх поколінь без створення загроз, пов'язаних із вичерпанням ресурсів, для існування майбутніх поколінь. Мова йде про перехід до такого типу суспільного відтворення, за якого зростаючі потреби людства мають задовольнятися на базі досягнутого, а за можливості такого, що скорочується, рівня споживання ресурсів, що передбачає стабілізацію обсягів і раціоналізацію використання природних ресурсів. Сучасний світ вимагає від бізнесу не лише прибутковості, а й екологічної відповідальності.

Одним із ключових підходів до забезпечення сталого розвитку є циркулярна економіка, яка передбачає раціональне використання ресурсів і мінімізацію відходів. У маркетингу цей підхід стає все більш актуальним, адже споживачі все частіше обирають бренди, що дотримуються принципів екологічної свідомості. Компанії змінюють свої стратегії, впроваджуючи нові бізнес-моделі, які орієнтуються на повторне використання, еко-дизайн та скорочення відходів. Це не лише допомагає зменшити шкідливий вплив на довкілля, а й відкриває нові можливості для розвитку. Інноваційні рішення у сфері циркулярного маркетингу сприяють підвищенню довіри клієнтів та зміцненню позицій бренду. Таким чином, сталий маркетинг стає не просто трендом, а необхідністю для успішного бізнесу в сучасних умовах.

Одним із ключових принципів циркулярної економіки є переробка та повторне використання ресурсів, що передбачає створення продукції, яку можна легко розбирати, ремонтувати або використовувати повторно. Це дозволяє зменшити кількість відходів і сприяє розвитку економіки замкнутого циклу. Важливу роль відіграє еко-дизайн, який враховує екологічний вплив товару на всіх етапах його життєвого циклу. Використання екологічно чистих матеріалів, мінімізація кількості компонентів та довговічність продукції стають ключовими факторами у створенні стійких товарів.

Ще одним важливим аспектом є скорочення відходів. Принцип “нульового відходу” стимулює компанії мінімізувати використання одноразових матеріалів та переходити на біорозкладні або багаторазові упаковки. Наприклад, все більше брендів відмовляються від пластику, використовуючи альтернативні матеріали, які можна компостувати або переробляти. Також набирає популярності “спільне споживання”, яке передбачає оренду, обмін або повторне використання товарів. Така модель знижує потребу у виробництві нових товарів, економить ресурси та допомагає споживачам зменшити власний вплив на екологію майбутнього (Parker G., 2022).

Важливим елементом циркулярної економіки стає “прозорість і відповідальність”. Компанії, які прагнуть бути екологічно свідомими, активно комунікують зі споживачами, розповідаючи про свої екологічні ініціативи, походження сировини та заходи, спрямовані на зменшення негативного впливу на довкілля. Це не лише зміцнює довіру клієнтів, а й підвищує їхню лояльність до бренду.

Впровадження принципів циркулярної економіки у маркетинг приносить численні переваги. По-перше, це “підвищення лояльності клієнтів”, адже все більше споживачів віддають перевагу брендам, які дотримуються принципів соціальної відповідальності. По-друге, це “збільшення вартості бренду” – екологічні ініціативи допомагають компаніям зміцнити свій позитивний імідж і залучити нових партнерів. Окрім цього, циркулярна економіка сприяє “економічній ефективності”, оскільки зменшує витрати на сировину, пакування та утилізацію відходів. Нарешті, застосування принципів циркулярної економіки стимулює “інноваційність”, відкриваючи нові ринкові можливості, такі як створення довговічних модульних товарів, розвиток сервісів оренди та повторного використання продукції (Беттхойзер Л., 2024).

Таким чином, впровадження циркулярної економіки у маркетинг є не лише екологічно необхідним, а й економічно вигідним кроком для бізнесу. Використання принципів повторного використання, еко-дизайну та скорочення відходів сприяє створенню стійких бізнес-моделей. Компанії, які впроваджують ці підходи, отримують конкурентні переваги, підвищують довіру клієнтів і зміцнюють свій бренд. Крім того, сталий маркетинг допомагає оптимізувати витрати та відкриває нові можливості для інноваційного розвитку. Споживачі дедалі більше орієнтуються на відповідальні бренди, що стимулює подальший розвиток екологічних ініціатив. Отже, циркулярна економіка не лише змінює підхід до виробництва та споживання, а й формує майбутнє бізнесу. Ті компанії, які вже сьогодні впроваджують ці стратегії, матимуть стабільний розвиток у довгостроковій перспективі.

ЛІТЕРАТУРА

Parker, G. (2022, 13 вересня). *Circular Economy In Marketing & Branding*. Colibri Digital Marketing.
<https://colibridigitalmarketing.com/circular-economy/>

Екологічний та етичний маркетинг. (2024, 4 жовтня). Webmarketing.ua.
<https://webmarketing.ua/uk/web-business-uk/environmental-and-ethical-marketing-new-era-of-responsible-consumption-2/>

Беттхойзер, Л. (2024, 28 червня). Циркулярна економіка та роль екологічних стандартів. Dqsglobal.com.

<https://www.dqsglobal.com/uk-ua/navchajtesya/blog/normi-i-standarti-ciklichnoyi-ekonomiki/>

ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Бондарчук В. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Глівінська Ю. В.**

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Реклама є важливим інструментом комунікації та формою масової комунікації, що має на меті інформувати, переконувати та нагадувати споживачам про товари, послуги, ідеї чи бренди. Вона спрямована на формування або підтримку інтересу до об'єкта реклами та стимулювання певних дій, таких як купівля. В Україні реклама визначена на законодавчому рівні, а науковці трактують її як частину маркетингової стратегії, що допомагає стимулювати попит, створювати імідж та залучати клієнтів.

Основні етапи рекламної діяльності включають привернення уваги, формування попиту, створення іміджу та стимулювання продажів. Реклама виконує низку функцій: економічну, яка стимулює збут і розширює ринки; соціальну, що впливає на суспільні норми; маркетингову, яка формує попит; комунікаційну, що поширює інформацію; освітню, яка знайомить із новими технологіями; виховну, що популяризує етичні норми; ідеологічну, яка формує суспільні цінності; політичну, що допомагає у виборчих кампаніях; та естетичну, яка створює візуально привабливий контент (Бутенко, 2020).

Загалом, реклама є ключовим інструментом для розвитку бізнесу, підтримки конкурентоспроможності, стимулювання економічного зростання та впливу на культурні й соціальні процеси. Вона сприяє розширенню ринків, створенню нових робочих місць, формуванню споживчих переваг і підтримці ділової активності, а також допомагає адаптуватися до змін у світі.

Реклама є ключовим елементом маркетингової стратегії, що допомагає компаніям привертати увагу споживачів, формувати імідж бренду та стимулювати попит. Існує безліч видів реклами, кожен з яких має свої особливості, цілі та способи впливу на аудиторію. Традиційні методи, такі як телевізійна, радіо, друкована та зовнішня реклама, орієнтовані на масове охоплення та створення довготривалого враження. Телевізійна реклама є одним із найпотужніших інструментів, що дозволяє створювати

емоційно насичені повідомлення, ефективно формуючи імідж бренду (Гурчунова, 2024).

Водночас цифрові канали, включаючи банерну, контекстну рекламу, промоцію в соціальних мережах та відеорекламу, забезпечують точне таргетування та активну взаємодію з аудиторією. Соціальна реклама підвищує обізнаність про важливі соціальні проблеми, тоді як політична реклама сприяє формуванню громадської думки та підтримує політичні ініціативи. Корпоративна реклама зосереджується на підтримці позитивного іміджу компанії або бренду в цілому.

Додаткові методи, такі як email- та SMS-маркетинг, дозволяють безпосередньо комунікувати з клієнтами, пропонуючи персоналізовані пропозиції та знижки. Ефективність кожного виду реклами залежить від його відповідності бізнес-цілям, бюджету та характеристик цільової аудиторії. Оптимальне поєднання різних форматів реклами, що охоплює як традиційні, так і цифрові канали, дозволяє компаніям досягати максимального результату, розширювати ринки, формувати лояльність споживачів та підтримувати ділову активність (Мальська, Мандюк, 2016).

У сучасному ринку управлінські рішення в рекламній діяльності повинні бути ретельно обґрунтованими через обмеженість інформації, сприйнятої споживачами. Реклама виконує дві основні функції: інформує про продукти та формує довготривалі стосунки з клієнтами.

Прогнозування результатів рекламних кампаній стає критично важливим, особливо в умовах обмежених ресурсів. Для оцінки ефективності використовуються ключові показники, такі як покриття, частота, конверсії, ROI та CPA. Наприклад, покриття відображає кількість унікальних користувачів, які бачили рекламу, тоді як частота показує, як часто ця реклама потрапляла до однієї й тієї ж особи (Шевченко, 2023).

Спеціалізовані інструменти, такі як Google Analytics і Facebook Ads Manager, надають можливість детально аналізувати дані та відстежувати ключові метрики, що дозволяє оптимізувати рекламні кампанії. Google Analytics допомагає зрозуміти, як реклама впливає на трафік на сайті, а Facebook Ads Manager надає дані про взаємодію користувачів із рекламними оголошеннями.

Реклама також відіграє важливу роль у стимулюванні збуту продукції та покращенні іміджу компанії. При плануванні рекламних заходів важливо враховувати не лише їх ефективність, а й рентабельність витрат. Методи визначення економічної та комунікативної ефективності реклами слід адаптувати до специфіки цільової аудиторії та особливостей товарів.

На ефективність реклами впливають різноманітні фактори, зокрема ринкова невизначеність, участь рекламодавця в процесі створення реклами та система оплати рекламних послуг. У конкурентному середовищі важливо використовувати різні способи реклами для досягнення максимального ефекту. Врахування всіх цих аспектів дозволяє створити економічно ефективну рекламу, що здатна залучати нових клієнтів і підтримувати лояльність існуючих споживачів.

ЛІТЕРАТУРА

- Бутенко Н. В. (2020). Основи маркетингу.
<https://buklib.net/books/25970/>
- Гурчунова Є. (2024). Функції реклами в сучасному інформаційному світі,
<https://aboutmarketing.info/osnovy-marketynhu/funktsiyi-reklamy/>
- Мальська М. П., Мандюк Н. Л. (2016). Основи маркетингу у туризмі,
https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/1003310/mod_resource/content/1/%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0%2010.pdf
- Шевченко Т. (2023). Як визначити ефективність реклами: 20 ключових показників – KPI та їх розрахунки.
<https://wizeclub.education/blog/yak-viznachiti-efektivnist-reklami-20-klyuchovih-pokaznikov/>

ГІБРИДНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТРАДИЦІЇ ТА НОВІ ПІДХОДИ

Бризгалова В. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Оленцевич Н. В.**

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У контексті сучасних глобальних трансформацій, коли економіка, технології та управління зазнають стрімких змін, виникає потреба в нових управлінських моделях, які поєднували б ефективність перевірених часом традицій з гнучкістю інноваційних підходів. Саме такою моделлю є гібридний менеджмент. Це не просто синтез різних управлінських стратегій, а цілісна концепція, що дозволяє організаціям адаптуватися до складних умов середовища, не втрачаючи при цьому стратегічної стабільності.

Кийков (2024) зазначає, що гібридні управлінські підходи стають все більш релевантними в добу постіндустріальної економіки, коли менеджер повинен бути не лише адміністратором, а й фасилітатором, модератором, агентом змін. Гібридний менеджмент виступає в ролі моста між класичними бюрократичними моделями (від Вебера та Файоля) та сучасними горизонтальними структурами, заснованими на довірі, самоорганізації і цифровій взаємодії.

Традиційні управлінські підходи, включаючи ієрархічну структуру, планування зверху вниз, стандартизовані процедури та чіткий розподіл ролей, мають безперечні переваги: вони забезпечують передбачуваність, контроль, ефективність у стабільному середовищі. Наприклад, у великих виробничих компаніях і в державному секторі такі практики залишаються ключовими і забезпечують відповідність нормативним вимогам та чіткість процесів (Розвиток проектного менеджменту, 2024). Проте в умовах швидких змін та цифрової трансформації жорсткі традиційні підходи починають гальмувати

розвиток. Організації, що покладаються виключно на бюрократичні процедури, втрачають конкурентність через повільну адаптацію до ринку, недостатню інноваційність та демотивацію працівників.

Гібридний менеджмент поєднує переваги традиційних структур і сучасних гнучких підходів, таких як Agile, Lean, Scrum, що дозволяє ефективно функціонувати в умовах постійної змінності. Як зазначають Вербовський, Воронкова та Гавран (2024), гібридна модель створює умови для поєднання стратегічного контролю з оперативною автономією, коли керівництво задає напрямок, але команди мають свободу вибору тактик.

Це особливо важливо у сучасному контексті, де багато організацій працюють у форматі розподілених або мультидисциплінарних команд, а доступ до цифрових інструментів дозволяє існувати іншому типу координації - горизонтальному, а не лише вертикальному. Наприклад, Scrum-підходи ефективно впроваджуються в управління інноваційними проектами, а традиційні звітні механізми залишаються при цьому частиною загальної архітектури.

Гібридна модель також передбачає переосмислення підходів до роботи з персоналом. В епоху, коли праця дедалі частіше виконується дистанційно, виникає потреба в нових механізмах мотивації, зворотного зв'язку, координації та підтримки. Як підтверджують дослідження, організації, що запровадили гібридні умови роботи, мають вищі показники задоволеності працівників та продуктивності (Вербовський, Воронкова & Гавран, 2024).

Окрім того, менеджери повинні адаптувати свої стилі управління: від командного до наставницького, від директивного до партнерського. Варіс, Кравчук і Кир'янова (2024) наголошують, що гібридний менеджмент вимагає зміни ролі лідера: він стає радше коучем, аніж наглядачем. Це вимагає розвитку емоційного інтелекту, гнучкості в комунікації та здатності працювати з невизначеністю.

Серед ключових викликів, що постають на шляху гібридизації, можна виділити: відсутність єдиної культури віддалених і офлайн-команд, ризик інформаційної асиметрії, проблеми з прозорістю рішень, перенавантаження цифровими каналами. Важливо створювати зрозумілі протоколи комунікації, будувати довіру, а також впроваджувати гібридні метрики оцінки результативності (Кийков, 2024).

Крім того, не всі працівники однаково готові до гібридних умов – вікова, культурна та професійна різноманітність команд вимагає індивідуального підходу до мотивації, навчання і кар'єрного розвитку.

З урахуванням зазначених думок та аргументів можна прийти до висновку, що гібридний менеджмент є потужною управлінською парадигмою XXI століття. Його сила полягає у здатності поєднувати надійність і передбачуваність традицій з адаптивністю та інноваційністю сучасних методик. Успішне впровадження гібридного підходу можливе лише за умов системної трансформації: від культури до цифрової інфраструктури, від стилів лідерства до форматів зворотного зв'язку.

У майбутньому ефективність організацій усе більше визначатиметься не лише технологіями чи фінансами, а й здатністю обирати та поєднувати різноманітні управлінські інструменти залежно від контексту. Гібридний менеджмент – це управління за принципом “і це, і те”, а не “або одне, або інше”.

ЛІТЕРАТУРА

- Кийков, О. (2024). Філософське осмислення гібридного менеджменту як сучасного підходу до управління. *Філософські студії*, 56, 45–53. <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/46602>
- Розвиток проєктного менеджменту: основні методології та тренди (2024). *Економіка та управління*, 12(3), 112–119. <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/35?>
- Вербовський, І. А., Воронкова, А. А., & Гавран, В. Я. (2024). Інноваційні підходи в менеджменті для підвищення продуктивності персоналу в умовах невизначеності. *Актуальні питання економічних наук*, (5). <https://almanac.npu.kiev.ua/index.php/almanac/article/view/493>
- Варіс, І. О., Кравчук, О. І., & Кир'янова, О. В. (2024). Особливості управління проєктними командами в гібридному середовищі. *Економіка та суспільство*, 60, 45–51. https://www.journal-discourse.com/files/pdf/2024_50_7-9_-16.pdf

УДОСКОНАЛЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Гагін В. Я.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Лиса С. С.**

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Першочергово варто зазначити, що в сучасному середовищі інформаційних технологій інтернет-маркетинг став надзвичайно важливим для бізнесу. Постійне збільшення кількості користувачів Інтернету, а також розвиток цифрових платформ та інструментів для просування продуктів і послуг вимагають від компаній постійного вдосконалення своїх маркетингових стратегій. Успіх організації на ринку все більше залежить від уміння ефективно використовувати можливості Інтернет-маркетингу, що робить тему дослідження особливо актуальною.

Доцільно вказати, що інтернет-маркетинг – це процес рекламування та просування товарів і послуг у мережі Інтернет. У більш детальному аналізі це всебічний набір заходів, спрямованих на підвищення прибутковості компаній, розширення їх присутності на ринку, просування бренду, залучення нових покупців і клієнтів за допомогою мережевих технологій.

Інтернет-маркетинг, на відміну від традиційної реклами в газетах, на телебаченні, радіо, банерах, білбордах, плакатах, діє в мережі Інтернет. Ця

категорія маркетингових стратегій включає контекстну та цільову рекламу, медійні кампанії, пошукову оптимізацію (SEO), маркетинг у соціальних мережах (SMM), інформаційні бюлетені електронною поштою, аналітику вмісту та інші інструменти (Плахотнікова Л.О., 2019).

Таблиця 1.1

Особливі аспекти, що характеризують Інтернет-маркетинг

Націлювання: надає можливість відображати рекламу та надавати інформацію чітко визначеній аудиторії
Відстеження: дозволяє аналізувати поведінку відвідувачів і використовувати цю інформацію для покращення продукту, веб-сайту або маркетингової стратегії
Інтерактивність: споживачі мають можливість взаємодіяти з продавцем і заздалегідь ознайомитися з продуктом
Доступність і гнучкість: інформація доступна 24/7, а маркетингове дослідження можна розпочати, проаналізувати або припинити майже миттєво
Мультимедіа: можливість використовувати графіку, звук, відео тощо для представлення великого обсягу інформації
Низька вартість
Створення віртуальних груп за інтересами, які допомагають у формуванні цільової аудиторії

Інтернет-маркетинг є універсальним інструментом для будь-якого бізнесу, незалежно від галузі чи розміру. Ефективність його застосування визначається правильністю використання. Сьогодні існує безліч прикладів успішної інтеграції інтернет-маркетингу в діяльність різних компаній. Інтернет-маркетинг значно розширює можливості традиційного маркетингу, в основному за рахунок нових каналів просування (Войтович С.Я., 2021).

Просування організації в Інтернеті досягається за допомогою різноманітних інструментів: веб-сайту, пошукової оптимізації, контекстної та медійної реклами, електронного маркетингу, таргетованої реклами та афілійованого маркетингу.

Автоматизація маркетингового процесу також сприяє підвищенню ефективності онлайн-маркетингової діяльності. Системи CRM, чат-боти та інструменти для налаштування автоматичної реклами дозволяють оптимізувати обслуговування клієнтів, скоротити час очікування та підвищити якість обслуговування. Використання технологій штучного інтелекту та машинного навчання дозволяє аналізувати великі обсяги даних, прогнозувати поведінку клієнтів і пропонувати персоналізовані рішення.

Оптимізація рекламних кампаній в пошукових системах і на платформах контекстної реклами дозволяє досягти кращих результатів при менших

витратах. Використання тестування А/В, аналізу ефективності ключових слів і ретаргетингу допомагає збільшити кількість конверсій і знизити вартість залучення клієнтів.

Мобільний маркетинг також є важливим аспектом, оскільки значна частина користувачів споживає контент за допомогою смартфонів. Оптимізація веб-сайтів і рекламних матеріалів для мобільних пристроїв допомагає підвищити зручність використання та покращити рівень залучення.

Тож вдосконалення стратегії онлайн-маркетингу організації вимагає комплексного підходу, який включає аналіз ринку, якісний контент, ефективно використовувати соціальні мережі, автоматизацію процесів та оптимізацію рекламних кампаній. Постійний моніторинг результатів та впровадження інновацій дозволяє досягати стабільного зростання та зміцнювати позиції компанії на ринку.

ЛІТЕРАТУРА

- Войтович С. Я. (ред.) (2021). Актуальні проблеми маркетингового менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки. *Актуальні проблеми маркетингового менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки [Електронне видання] : Матеріали VIII Міжнародної наук.-практ. конф. здобувачів та молодих вчених (Луцьк, 26 березня 2021 р.)*. ІВВ Луцького НТУ.
- Плахотнікова Л. О. (2019) *Маркетинг: практикум* (Ч. II). Дут.
- Тертичний О. О. (2017) Особливості маркетингу в мережі Інтернет. *Економіка та суспільство*, 12, 382–385.

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Гончаренко Д. В

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Тарасюк М. В.**

Доктор економічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Культура в умовах глобалізації стає багатоплановою, охоплюючи матеріальні та духовні аспекти людської діяльності. Вона включає знання, традиції, цінності та соціальні норми, що формуються історично й передаються через комунікацію. Культура об'єднує суспільство, впливаючи на світогляд індивіда, і є нематеріальною системою організації досвіду та поведінки (Бурлакова & Савчук, 2005).

Організаційна культура стосується окремих організацій і має понад 500 визначень. Вона охоплює:

- Базові припущення, що допомагають адаптуватися до зовнішніх умов і інтегруватися всередині організації (Tierney & Schein, 1986).

- Систему знань і досвіду, доступних лише тим, хто розуміє їхній код (Chiocchio et al., 2010).

- Набір цінностей, що визначають допустимі та недопустимі дії (Griffith & Harvey, 2001).

- Систему переконань, яка регулює поведінку співробітників (Nickson, 2007).

- Культуру організації, її структуру та принципи започаткування діяльності (Кукоба, 2016).

У цій роботі організаційна культура розглядається як інтегрована система припущень, цінностей, норм і переконань, що формуються у процесі взаємодії членів організації. Вона проявляється через символіку, історії, коди та накопичений досвід, забезпечуючи адаптацію, внутрішню інтеграцію та регулювання поведінки. Це основа спільного мислення, що сприяє ефективній командній роботі та створенню унікального корпоративного середовища.

Організаційна культура – це система припущень, цінностей, норм і переконань, що визначають поведінку, атмосферу та взаємини в колективі. Вона включає біхевіористичні, морально-етичні, когнітивні та матеріальні елементи, які забезпечують стратегічну узгодженість і унікальний образ організації. Визнано її вплив на згуртованість персоналу, імідж і конкурентоспроможність підприємства. Ефективна культура стає основою розвитку та процвітання організації (Кукоба, 2016).

Організаційна культура включає норми, правила та цінності, що регулюють ринкову поведінку, інновації, виробництво, інфраструктуру, соціальну відповідальність і фінансово-економічні зв'язки. Її формують менеджери, які організовують діяльність через технічні, технологічні, гуманітарні, фінансові, комерційні, інформаційні, комунікативні, правові та екологічні компоненти (Кукоба, 2016).

Управління організаційною культурою потребує значних ресурсів і відбувається “зверху донизу”, підкреслюючи роль керівників у створенні інноваційного середовища. Лідери мотивують персонал, сприяють відкритості, обміну ідеями та підтримують новаторські ініціативи. Їхній приклад формує корпоративну культуру, орієнтовану на конкурентоспроможність і розвиток. Таким чином, ефективне лідерство є ключовим фактором стимулювання інновацій і успіху організації (Дзюрах & Іванович, 2024).

Ефективне управління організаційною культурою базується на комплексній системі регулювання, що охоплює різні складові – від технологічних до гуманітарних. Лідерство відіграє ключову роль, формуючи культуру відкритості, довіри й інновацій. Моделі організаційної культури враховують корпоративні цінності, норми та традиції, а управління персоналом через мотивацію, оцінку та інформування сприяє стабільному розвитку. Цілісна система управління зміцнює внутрішні процеси, підвищує конкурентоспроможність і забезпечує довгостроковий успіх підприємства.

Отже, ефективне управління організаційною культурою включає комплексну систему регулювання, що охоплює різні аспекти, від технічних до екологічних. Лідерство відіграє важливу роль у створенні атмосфери відкритості, довіри

та інновацій. Різні моделі культури враховують корпоративні цінності та традиції, що формують поведінку співробітників. Важливими етапами є відбір персоналу, інформування, мотивація та оцінка ефективності. Впровадження такої системи сприяє вдосконаленню процесів і зміцненню конкурентних позицій підприємства, забезпечуючи його стійкий розвиток.

ЛІТЕРАТУРА

- Бурлакова, А., & Савчук, Л. (2005). Розвиток корпоративної культури в Україні. *Персонал*, 5, 86–89
- Tierney, W. G., & Schein, E. H. (1986). Organizational Culture and Leadership. *The Academy of Management Review*, 11(3), 677.
<https://doi.org/10.2307/258322>
- Chiocchio, F., Beaulieu, G., Boudrias, J.-S., Rousseau, V., Aubé, C., & Morin, E. M. (2010). The Project Involvement Index, psychological distress, and psychological well-being: Comparing workers from projectized and non-projectized organizations. *International Journal of Project Management*, 28(3), 201–211. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2009.05.007>
- Griffith, D. A., & Harvey, M. G. (2001). Executive Insights: An Intercultural Communication Model for Use in Global Interorganizational Networks. *Journal of International Marketing*, 9(3), 87–103.
<https://doi.org/10.1509/jimk.9.3.87.19924>
- Nickson, D. (2007). Organizational culture. У *Human resource management for the hospitality and tourism industries* (с. 50–69). Elsevier.
<https://doi.org/10.1016/b978-0-7506-6572-8.50006-8>
- Кукоба, В. П. (2016). Упорядкувальний аспект організаційної культури підприємства: сутність, складові, основні атрибути. *Стратегія економічного розвитку України*, 39, 20–30.
- Дзюрах, Ю., & Іванович, Ю. (2024). Роль організаційної культури у стимулюванні інноваційної діяльності організації. *Bulletin National University of Water and Environmental Engineering*, 1(105), 69–81.
<https://doi.org/10.31713/ve120247>

ЗМІНА СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ТА ПОВЕДІНКИ В УМОВАХ КРИЗИ

Гусев К. К.

Київський національний лінгвістичний університет

Новікова Н. Л.

Доктор економічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

На останні десятиліття кризи для нашої країни не рідкість – війна, пандемія, революцій, фінансові кризи. Це все впливає на вибір і вподобання кінцевого споживача. Для бізнесу в цих умовах є критично важливим

адаптація під ці зміни. Нові маркетингові стратегії так нові виклики в конкуренції. У довгостроковій перспективі компаній повинні адаптуватися і бути готовими до того що споживча поведінка залишиться зміненою навіть після подолання кризи і початку стабільних періодів.

В останніх наукових дослідженнях А. Жук, Є. Павелко встановили значні зміни в поведінці споживачів під час пандемії COVID-19. Переважна більшість опитаних (89 %) зосереджували увагу на фізіологічних потребах, таких як забезпечення життєвих потреб та безпека. Змінилися маркетингові стратегії компаній, що спрямовані на задоволення нових потреб споживачів. Агенція Buzzfactory Ukraine визначила такі тренди, як зростання популярності челенджів, прямі трансляції, зміна напряму популярності серед інфлюенсерів (Жук & Павелко, 2024).

Хорошим прикладом також є приклад криз в Україні, кожна криза тягнула за собою зниження попиту всі товари що не відносяться до товарів першої необхідності. Особливо відчутне збільшення в попиті продуктів харчування та ліків (“Зміни поведінки споживача в умовах війни”, 2024).

У будь-якій кризовій ситуації в Україні споживачі стають дуже чутливі до цін на товари. Збільшується попит на продукти місцевого виробництва що пов'язане з їх меншою вартістю (“Поведінка споживача в умовах кризи та невизначеності”, 2024).

Також значно змінюється і канал придбання товарів – зростає частка онлайн-продажів, оскільки покупці шукають безпечніші та зручніші способи купівлі (ResearchGate, 2021).

Для виживання бізнесу йому потрібно адаптуватися до нових умов і викликів для бізнесу.

1. Зміна цільового продукту – розробка нових чи адаптація старих продуктів під реалії ринку.

2. Створення і акцентування на нових якісних перевагах що потрібні споживачам саме під час кризи.

3. Переорієнтування рину на онлайн продажі і просування.

4. Зміна комунікації на більш емоційну для отримання споживачем відчуття спільних проблем і залученості компанії і бренду в життя людини що збільшить довіру до продукту компаній чи бренду.

5. Зменшення витрат дистрибуцію імпортованих товарів і переорієнтування на власне виробництво чи вітчизняних виробників.

6. Орієнтація на підтримку довгострокової співпраці з покупцями шляхом особливих і інклюзивних умов для постійних клієнтів.

7. Загальна оптимізація витрат на маркетинг, логістику і адміністративний апарат.

Хорошим прикладом стратегій просування є компанія Nike. Компанія була змушена переорієнтуватися з офлайн продажів на онлайн в період пандемії ковіду через закриття своїх фізичних магазинів. Результатом цього стало що компанія Nike змогла компенсувати падіння продажів і збільшити свій прибуток від онлайн продажів в 2020 році

Будь які кризові ситуації суттєво впливають на споживачів їх вподобання і фінансові можливості. Тому компанії повинні проявляти гнучкість і опціональність заради збереження прибутку і забезпечення свого виживання і функціонування в умовах кризи.

ЛІТЕРАТУРА

- Жук, А., & Павелко, Є. (2024). Дослідження впливу глобальних катастроф на поведінку покупця інтернет-магазинів України. *Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries*, 2, 28.
<https://journals.uran.ua/itssi/article/view/308852/300908>
- Зміни поведінки споживача в умовах війни. (2024). *ELARTU*.
<https://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/46672>
- Поведінка споживача в умовах кризи та невизначеності. (2024). *Проблеми економіки*, 1.
https://www.problecon.com/article/?abstract=2024_1_0_44_51&year=2024
- ResearchGate. (2021). Зміни в поведінці споживачів під час коронавірусної кризи.
https://www.researchgate.net/publication/351021018_ZMINI_V_POVEDINCI_SPOZIVACIV_PID_CAS_KORONAVIRUSNOI_KRIZI
- Вплив економічної кризи на поведінку вітчизняних споживачів і сприйняття інновацій. (2016). *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 7(4).
https://mmi.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/mmi/volume-7-issue-4/mmi2016_4_191_205.pdf
- Аналіз зовнішніх факторів впливу на поведінку споживача під час воєнного стану в Україні. (2024). *Економіка: реалії часу*, 4(74).
<https://economics.net.ua/files/archive/2024/No4/38.pdf>

ВПЛИВ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА

Довбуш І. Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Новікова Н. Л.

Доктор економічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Нам завжди здається, що людина за своєю природою досить раціональна та схильна приймати рішення, спираючись на логіку та аналіз. Позаяк, вчені стверджують, що це ілюзія. Наприклад, 90 % рішень про покупку приймаються несвідомо, а пояснюємо ми свій вибір та дії вже постфактум, інколи намагаючись переконати навіть самих себе. Але якщо справжній алгоритм прийняття рішень стане зрозумілим, чи будуть наші рекламні та маркетингові стратегії ефективніше.

Дослідження у сфері нейробіології можуть передбачити поведінку покупців та навіть вплинути на них, а це дає маркетологам цінну інформацію,

яку вони можуть використати у своїй роботі. Такий підхід називається нейромаркетингом. (Блог Admixer Academy, грудень 2021)

У цілому нейромаркетинг вирішує ті проблеми, які не зміг вирішити традиційний маркетинг. Так, за допомогою нейромаркетингу маркетологи можуть визначати різні психологічні механізми й процеси нейронної обробки, які приховані за зовні схожою поведінкою. Разом із тим нейромаркетинг дає змогу маркетологам спостерігати вплив емоційних станів людини на процеси прийняття певних економічних рішень. Саме за допомогою інструментів нейромаркетингу відслідковується процес обробки споживачами інформації про товари в реальному часі, що дає змогу інтерпретувати процеси споживання шляхом моделювання реальних сценаріїв, щоб уникнути впливу інших сторонніх чинників на результати дослідження. (Савченко, С. О., Сукач, О. М., & Сиволап, Ю. Ю., 2021)

Проведення нейромаркетингових досліджень актуальне на будь-якому етапі розвитку бізнесу – від вибору логотипу і дизайну продукту до створення реклами і запуску активних промо-акцій. Практично кожен великий концерн має свій власний відділ нейромаркетингу, орієнтований на конкретні продукти (PepsiCo, Coca-Cola, Nestle тощо), який добирає ті ролики і кампанії, що є найбільш ефективними. Як результат, майже кожна їхня реклама на слуху. Якщо певний контент “чіпляє” (наприклад, ролики з RedBull, який “надає крииила”, або приставуча пісенька з реклами дитячих товарів, яку потім важко викинути з голови) – знайте, що такі відео, найімовірніше, випущені після ґрунтовної нейромаркетингової перевірки.

Завдяки використанню цих методів і методологій нейромаркетингові дослідження дають точніші результати, ніж традиційні інструменти, які покладаються лише на декларативні заяви споживачів. Це тому, що “Споживачі не думають про те, що вони відчувають. Вони не говорять те, що думають, і не роблять те, що говорять”. (Duffy Agency blog)

Хоча з поширенням методів нейромаркетингу зростають і ризики, пов’язані з їх застосуванням. Наприклад, залишається відкритим питання: чи етично маніпулювати несвідомими уподобаннями людей заради вищого прибутку. В умовах відсутності регулювання це рішення покладається на самі організації. Немає сумнівів, що технології нейромаркетингу продовжать розвиватися та, найімовірніше, ставатимуть частиною стратегій бізнесів. Також ми можемо очікувати інтеграції цих методів зі штучним інтелектом та машинним навчанням, а значить, і безлічі нових можливостей для кращого пізнання споживача. Чи вдасться це робити в етичний спосіб – залежить від компаній. (Kyivstar Business Hub, 2024)

ЛІТЕРАТУРА

Що таке нейромаркетинг і як він допомагає брендам. Блог Admixer Academy, грудень 2021

<https://blog.admixer.academy/ua/shho-take-nejromarketing-i-yak-vin-dopo-magaye-brendam/>

Савченко, С. О., Сукач, О. М., & Сиволап, Ю. Ю. (2021). Нейромаркетинг як інструмент впливу на поведінку споживача. *Економічний простір*, 174, 86–89.

<https://doi.org/10.32782/2224-6282/174-15>

Neuromarketing: What Is It, And Why Does It Matter? | Duffy Agency blog. Duffy Agency.

<https://duffy.agency/blog/what-is-neuromarketing-and-why-does-it-matter/>

Нейромаркетинг: що це таке та як його використовувати у бізнесі | Kyivstar Business Hub. Kyivstar Business Hub – корпоративний блог для бізнесу, 2024

[https://hub.kyivstar.ua/articles/nejromarketing-shho-cze-ta-yak-praczuuye-na-practiczi](https://hub.kyivstar.ua/articles/nejromarketing-shho-cze-ta-yak-praczuuye-na-prakticzi)

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Драч М. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Лиса С. С.**

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасних умовах високої конкуренції маркетингові дослідження стали важливою передумовою успішного функціонування підприємств, оскільки дозволяють ухвалювати ефективні управлінські рішення на основі достовірної та актуальної інформації. Маркетингові дослідження – це систематичний процес збору, обробки, аналізу й інтерпретації даних, що стосуються ринку, споживачів, конкурентів і загального бізнес-середовища.

Об'єктом дослідження виступає діяльність ТОВ “Рубін-КР” – бази відпочинку в місті Кривий Ріг. Підприємство спеціалізується на наданні послуг проживання, організації дозвілля та харчування. Предметом дослідження є система маркетингових досліджень і її вплив на процес ухвалення управлінських рішень.

У дипломній роботі проаналізовано:

1. Теоретичні основи маркетингових досліджень та їх значення для підприємства.

2. Методи збору первинної та вторинної інформації.

3. Особливості маркетингової діяльності ТОВ “Рубін-КР”.

4. Сучасні тенденції ринку відпочинкових послуг у Кривому Розі.

5. Конкурентне середовище та цільова аудиторія підприємства.

6. Ефективність маркетингової стратегії підприємства.

7. Вплив результатів маркетингових досліджень на прийняття рішень у менеджменті компанії.

Дослідження показало, що ТОВ “Рубін-КР” має ряд конкурентних переваг, зокрема: вдале розташування, високий рівень обслуговування, різноманітний асортимент послуг. Разом з тим, було виявлено проблеми, серед яких: недостатня активність у цифровому середовищі, слабка присутність у соціальних мережах, відсутність автоматизації аналізу поведінки клієнтів.

У ході практичного аналізу було використано методи: анкетування, SWOT-аналіз, аналіз конкурентного середовища, аналіз пошукової поведінки за допомогою Google Trends та Facebook Audience Insights. Було виявлено, що основна цільова аудиторія бази відпочинку – мешканці Кривого Рогу віком 25–55 років, які віддають перевагу активному та сімейному відпочинку.

Крім того, аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ “Рубін-КР” показав, що у 2023 році підприємство забезпечило дохід на рівні 9,2 млн грн, що на 12 % більше порівняно з попереднім роком. Основна частина прибутку надходить від надання послуг проживання та організації дозвілля. Рентабельність реалізації склала 18 %, що є позитивним показником у сфері рекреаційних послуг. Частка постійних клієнтів за останній рік зросла до 38 %, а середній чек клієнта становив близько 2 700 грн.

У результаті дослідження запропоновано:

1. Впровадити CRM-систему для персоналізації маркетингових дій.
2. Підвищити цифрову присутність підприємства через контент-маркетинг і таргетовану рекламу.
3. Активізувати роботу в соцмережах та використовувати SMM-аналітику для відстеження настроїв клієнтів.
4. Розробити сезонні акції, програми лояльності та бонусні пакети для різних категорій відвідувачів.
5. Розширити спектр послуг (екскурсії, івенти, оздоровчі програми).
6. Інтегрувати систему бронювання з платформами Booking.com, Airbnb тощо.

Практична значущість дипломної роботи полягає у можливості впровадження запропонованих рекомендацій у діяльність ТОВ “Рубін-КР”, що дозволить підвищити ефективність управлінських рішень, конкурентоспроможність та задоволеність клієнтів.

ЛІТЕРАТУРА

- Google Trends. (2023). Search trends: база відпочинку Кривий Ріг.
<https://trends.google.com>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing (18th ed.). Pearson.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2020). Marketing Research: An Applied Approach (5th ed.). Pearson.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2020). Research Methods for Business Students (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Державна служба статистики України. (2023). Офіційний сайт.
<https://www.ukrstat.gov.ua/>

ДОСЛІДЖЕННЯ МІСТКОСТІ РИНКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ

Кавуновский В. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Новікова Н. Л.

Доктор економічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Дослідження місткості ринку та прогнозування збуту є важливими складовими стратегічного управління підприємством. Вони дозволяють оцінити потенціал ринку, визначити обсяги можливих продажів та розробити ефективну маркетингову стратегію.

Місткість ринку визначається як максимальний обсяг товарів або послуг, який може бути реалізований на певному ринку протягом певного періоду. Вона є ключовим показником при плануванні виробництва та маркетингової діяльності. Для її оцінки використовують аналіз попиту, конкурентного середовища та загальноекономічних факторів. Важливими аспектами є тенденції розвитку галузі, зміни у поведінці споживачів, рівень доходів населення та вплив державного регулювання.

Основні методи прогнозування збуту – екстраполяція трендів, кореляційний аналіз і моделювання попиту. Екстраполяція визначає зміни продажів за історичними даними, кореляційний аналіз виявляє зв'язки між попитом і зовнішніми факторами, а моделювання оцінює вплив маркетингових заходів і цінової політики. Важливі показники – обсяг продажів, сезонність, реклама та зміни вподобань споживачів. Це допомагає знизити ризики та забезпечити стабільний збут.

Прогнозування збуту продукції є наступним етапом дослідження ринку та передбачає визначення можливих обсягів продажів у майбутньому. Воно базується на використанні статистичних методів, математичних моделей та маркетингових досліджень.

Основні методи прогнозування збуту – екстраполяція трендів, кореляційний аналіз і моделювання попиту. Екстраполяція визначає зміни продажів за історичними даними, кореляційний аналіз виявляє зв'язок між попитом і зовнішніми факторами, а моделювання оцінює вплив маркетингу, цінової політики та конкурентів. Важливі показники – обсяг продажів, сезонність, реклама та зміни вподобань споживачів. Використання цих методів допомагає знизити ризики та забезпечити стабільний збут.

Основними методами прогнозування є:

- екстраполяція трендів – дозволяє визначити можливі зміни обсягів продажів на основі історичних даних.

- кореляційний аналіз – використовується для виявлення взаємозв'язку між рівнем продажів та зовнішніми факторами, такими як сезонні коливання попиту або макроекономічні зміни.

– моделювання попиту – застосовується для оцінки впливу маркетингових заходів, змін цінової політики та активності конкурентів.

Результати дослідження місткості ринку та прогнозування збуту відіграють ключову роль у плануванні діяльності підприємства. Вони дозволяють оптимізувати виробничі процеси, уникнути дефіциту або надлишку продукції та підвищити ефективність маркетингової стратегії.

Прогнозування збуту допомагає підприємству правильно розподіляти ресурси, коригувати маркетингові кампанії та адаптувати бізнес-стратегію до змін ринкового середовища. Важливим аспектом є управління запасами та логістичними процесами, що дозволяє уникнути зайвих витрат і забезпечити безперебійну роботу підприємства.

Отже, дослідження місткості ринку та прогнозування збуту є необхідними інструментами для ефективного управління бізнесом. Використання сучасних методів аналізу дозволяє підприємству приймати обґрунтовані рішення, підвищувати конкурентоспроможність та досягати стабільного зростання

ЛІТЕРАТУРА

AboutMarketing. (2025). Місткість ринку. Отримано з AboutMarketing.

<https://surl.li/gpncet>

Microsoft Learn. (2025). Прогнози збуту. Отримано з Microsoft.

<https://surl.li/kwysiq>

UA5. (2025). Кореляційний аналіз даних: що це таке і як його застосовувати.

Отримано з UA5.

<https://surl.li/jgert>

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Касьян В. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Глівінська Ю. В.

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Маркетинг є одним з основних інструментів забезпечення успішної діяльності підприємства, оскільки дозволяє адаптувати його до вимог ринку та сприяє підвищенню конкурентоспроможності. В умовах швидких змін у зовнішньому середовищі, інтенсивної конкуренції та постійного розвитку технологій, маркетинг стає важливим елементом стратегічного управління, що дозволяє підприємствам ефективно функціонувати, забезпечувати сталий розвиток і досягати високих фінансових результатів.

Конкурентоспроможність підприємства визначається його здатністю успішно конкурувати на ринку, досягати кращих результатів порівняно

з іншими учасниками ринку та забезпечувати стабільний попит на свою продукцію або послуги. Основними чинниками, що визначають конкурентоспроможність, є якість продукції, ціна, рівень сервісу, інноваційність і маркетингова стратегія підприємства.

Для підвищення конкурентоспроможності необхідно враховувати як внутрішні, так і зовнішні фактори. Внутрішні фактори включають ефективне управління, інноваційні розробки та кваліфікацію персоналу, а зовнішні – економічні, політичні, соціальні умови і технологічні тенденції.

Маркетинг сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства через низку стратегій та інструментів, які дозволяють ефективно взаємодіяти з ринком, знаходити потреби споживачів і задовольняти їх краще, ніж конкуренти.

Одною з основних задач маркетингу є дослідження ринку та вивчення потреб споживачів. За допомогою маркетингових досліджень підприємства отримують інформацію про споживчі переваги, тенденції на ринку, конкурентів та нові можливості для бізнесу. Такий аналіз допомагає орієнтувати свою продукцію на конкретні групи споживачів і задовольняти їх запити, що є ключовим для забезпечення високої конкурентоспроможності.

Поряд з тим, він також сприяє підвищенню конкурентоспроможності через створення та розвиток сильного бренду. Бренд є не тільки елементом ідентифікації продукції, але й емоційним зв'язком між підприємством та споживачем. Завдяки ефективному брендингу, компанія може виділитися на фоні конкурентів, підвищити лояльність клієнтів і створити додаткову цінність для споживачів (Кавтиш, Кода, 2020).

Інновації є важливим аспектом маркетингової стратегії для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Вони можуть проявлятися як у вдосконаленні існуючих продуктів і послуг, так і у розробці нових товарів, які відповідають потребам ринку. Застосування сучасних технологій у виробництві, логістиці або маркетингових комунікаціях дозволяє підприємствам отримувати конкурентні переваги, знижувати витрати та підвищувати ефективність роботи (Носань, 2024).

Ціноутворення є одним з найбільш потужних інструментів, за допомогою якого маркетинг може підвищити конкурентоспроможність підприємства. Вибір правильної цінової стратегії дозволяє підприємству або знизити витрати на виробництво, або встановити ціну, що відповідає якості продукції, що пропонується, забезпечуючи при цьому максимальний попит.

Маркетингова стратегія є основою довгострокового планування і визначає напрямок розвитку підприємства. Вона включає в себе стратегії щодо продукту, ціни, просування та розподілу (4P), які оптимально відповідають умовам ринку і конкурентній ситуації.

Розробка ефективної маркетингової стратегії дозволяє підприємству створити унікальні конкурентні переваги, які не тільки забезпечують привілеї на ринку, а й дозволяють зберігати конкурентоспроможність на довготривалій період.

Отже, маркетинг є важливим фактором, що впливає на підвищення конкурентоспроможності підприємства. Завдяки правильному використанню

маркетингових інструментів підприємства можуть забезпечити успіх на ринку, задовольняючи потреби споживачів, підвищуючи ефективність управлінських процесів і створюючи стійкі конкурентні переваги. Оскільки ринок постійно змінюється, підприємства повинні бути готові адаптувати свої маркетингові стратегії, що дозволяє їм залишатися конкурентоспроможними в умовах динамічного бізнес-середовища.

ЛІТЕРАТУРА

- Кавтиш О.П., Кода К.А. (2020). Управління маркетинговою політикою підприємства з метою забезпечення його сталого розвитку. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*, 25, 103–110.
- Суворова С. Г., Карпенко Ю. М. (2023). Вплив цифрового маркетингу на підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу. *Економічний простір*, 184, 164–168.
- Носань Н. (2024). Інноваційні маркетингові стратегії сучасного українського підприємства. *Економіка та суспільство*, 59.
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-106>

РОЛЬ РЕКЛАМИ У ПРОСУВАННІ БРЕНДУ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ

Катренко Я. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Тарасюк М. В.**

Доктор економічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасних ринкових умовах реклама відіграє ключову роль у процесах формування та просування бренду, оскільки сприяє підвищенню його впізнаваності, формуванню споживчої довіри та зміцненню конкурентних позицій. Зростаюча конкуренція, еволюція споживчих уподобань і стрімкий розвиток цифрових технологій зумовлюють необхідність постійного вдосконалення рекламних стратегій підприємств. Український ринок не є винятком: економічні трансформації, адаптація бізнес-середовища до нових умов та активне впровадження цифрових маркетингових технологій потребують інноваційних та ефективних рекламних підходів.

Особливої актуальності набувають комплексні рекламні стратегії, що поєднують традиційні та цифрові комунікаційні канали, забезпечуючи багаторівневу взаємодію бренду з аудиторією. Важливим фактором є зміна поведінкових моделей споживачів: українські покупці стають дедалі більш вимогливими, очікуючи від брендів не лише високоякісних товарів і послуг, а й відкритої комунікації, соціальної відповідальності та персоналізованого підходу. Це зумовлює необхідність глибокого аналізу ринку, розробки індивідуалізованих рекламних кампаній та використання новітніх маркетингових технологій для ефективного впливу на цільову аудиторію.

Приклад компанії “Епіцентр К” демонструє, як грамотне використання реклами сприяє побудові сильного бренду. Використання різних рекламних каналів – від телевізійних роликів до цифрового маркетингу – дозволяє підприємству ефективно залучати нових клієнтів і підтримувати взаємодію з постійною аудиторією. Аналіз цієї теми є актуальним, оскільки розуміння ефективних рекламних стратегій дозволяє компаніям адаптуватися до сучасних тенденцій та досягати стабільного розвитку на ринку.

Реклама виконує кілька ключових функцій, які впливають на формування іміджу та позиціонування бренду: інформаційну (донесення до споживачів інформації про продукт, його характеристики, переваги та особливості використання), переконувальну (формування позитивного ставлення до бренду, створення довіри та стимулювання покупки), нагадувальну (підтримка обізнаності про бренд, що особливо важливо для підтримки лояльності постійних клієнтів) та емоційну (вплив на почуття та асоціації споживачів, що сприяє закріпленню бренду в їхній свідомості). Сьогодні бренди використовують різноманітні рекламні інструменти, які можна поділити на традиційні та цифрові. До традиційних каналів належать телевізійна реклама (забезпечує масове охоплення аудиторії, але потребує значних фінансових інвестицій), радіореклама (ефективна для локального просування та підтримки іміджу), друкована реклама (газети, журнали, каталоги, що мають довготривалий ефект, але поступово втрачають популярність) та зовнішня реклама (білборди, транспортна реклама, що дозволяє підтримувати постійну видимість бренду у міському середовищі).

Цифровий маркетинг включає контекстну та таргетовану рекламу (дозволяє охопити чітко визначену аудиторію за допомогою аналізу поведінкових факторів), рекламу у соціальних мережах (SMM), що сприяє безпосередньому контакту бренду зі споживачами, формуванню ком’юніті та зворотному зв’язку, email-маркетинг (ефективний для підтримки взаємодії з клієнтами та персоналізованих пропозицій) та інфлюенсер-маркетинг (реклама через блогерів та лідерів думок, що підвищує рівень довіри до бренду) (Шоляк, 2024).

Компанія “Епіцентр К” є одним із найбільших ритейлерів в Україні, який активно використовує багатоканальну рекламну стратегію (Осік, 2021). Основні особливості рекламної діяльності компанії: масштабні телевізійні кампанії, що акцентують увагу на акціях, знижках та унікальності пропозицій; активне просування в соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube), що дозволяє залучати широкую аудиторію та підтримувати зв’язок із клієнтами; зовнішня реклама у великих містах та на трасах, що сприяє підтримці впізнаваності бренду; цифровий маркетинг і email-розсилки, що дозволяють персоналізувати комунікацію з клієнтами.

Досвід “Епіцентр К” свідчить про те, що використання омніканальної рекламної стратегії дозволяє компанії ефективно впливати на споживачів, збільшувати впізнаваність бренду та підтримувати високий рівень продажів. Таким чином, реклама залишається потужним інструментом просування бренду, особливо в умовах сучасного конкурентного ринку. Оптимальне

поєднання традиційних і цифрових каналів дозволяє досягати максимального охоплення та залучення цільової аудиторії. Аналіз ринку свідчить, що значне зростання продажів підприємств роздрібною торгівлі відбувається під впливом спеціально розроблених рекламних стратегій, орієнтованих на конкретні періоди підвищеного попиту. Серед таких періодів можна виокремити глобальні торговельні події, як-от Чорна п'ятниця, новорічні та сезонні розпродажі, святкові акції до Дня незалежності, Великодня чи інших важливих дат. У цей час компанії активно використовують різноманітні рекламні канали, включаючи телебачення, цифровий маркетинг, соціальні мережі, email-розсилки та зовнішню рекламу, щоб охопити максимальну кількість потенційних покупців.

Емпіричні дані свідчать про те, що оптимальне поєднання маркетингових інструментів та ефективна комунікація із цільовою аудиторією сприяють істотному зростанню товарообігу підприємства. Вирішальним чинником успішності рекламних кампаній є їх гнучкість, зокрема здатність адаптуватися до динамічних змін споживчих уподобань і оперативно реагувати на коливання ринкового попиту. Таким чином, реклама виконує не лише інформативну функцію, а й виступає ключовим стратегічним інструментом управління брендом, забезпечуючи довгостроковий розвиток бізнесу та його конкурентні переваги.

ЛІТЕРАТУРА

- Осіїк, Д. (2021, 25 лютого). В епіцентрі бізнесу: які торговельні напрямки та підприємства розвиває група Епіцентр К. Асоціація ритейлерів України – The Profile Association of Retail Market Players.
<https://rau.ua/novyni/novini-partneriv/biznes-grupa-epitsentr-k/>
- Шоляк, В. (2024, 20 лютого). KPI в SMM: оцінка ефективності просування у соціальних мережах, як правильно ставити та оцінювати – Wizeclub Education.
<https://wizeclub.education/blog/kpi-v-smm-otsinka-efektivnosti-prosuvannya-u-sotsialnih-merezhah-yak-pravilno-staviti-ta-otsinyuvati/>

РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Квасневська А. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Новікова Н. Л.

Доктор економічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Фінансовий ринок — це сукупність обмінно-перерозподільних відносин, пов'язаних з процесами купівлі-продажу фінансових ресурсів, необхідних для здійснення виробничої та фінансової діяльності. Він виконує важливу роль у формуванні інвестиційних ресурсів, наданні кредитів, збереженні

заощаджень та забезпеченні ліквідності активів. (Колісник М. К, Маслак О. О., Романів Є. М., 2004)

Фінансовий ринок є основою економічної стабільності та розвитку держави, забезпечуючи ефективний рух капіталу, інвестицій та кредитування. Однак в умовах війни фінансова система України зазнала значних потрясінь та викликів, що суттєво вплинули на її функціонування. Зниження інвестиційної активності, девальвація національної валюти, інфляційний тиск та втрата доступу до зовнішніх фінансових ресурсів стали ключовими проблемами, з якими зіткнулася країна.

Якщо говорити про розвиток фінансового ринку в Україні, то він зазнав певні негативні і позитивні зміни. Воєнні дії призвели до втрати 29,2 % реального ВВП у 2022 році, зростання рівня бідності до 24 % населення та втрати виробничого капіталу. А висока інфляція, коливання валютного курсу та зростання волатильності на глобальних фінансових ринках створюють значні ризики для інвесторів. Проте Активи банківської системи України зросли на 37,44 % з 2020 до 2023 року. Це свідчить про певну стабілізацію попри складні обставини. Одночасно інфляційні показники суттєво знизилися з 26 % у січні 2023 року до 11 % у липні 2023 року завдяки стабільності енергетичного сектору та активній політиці Національного банку України. (Державна служба статистики України, 2025)

Фінансовий ринок України сьогодні залишається нестабільним і непередбачуваним, стикаючись із низкою серйозних проблем. Воєнні дії та політичні труднощі перешкоджають його нормальному функціонуванню, що знижує довіру населення та інвесторів. Додатково на ринок тисне макроекономічна нестабільність – висока інфляція, коливання валютного курсу та інші економічні ризики створюють невизначеність для бізнесу. Погіршує ситуацію фінансова нестабільність на глобальному рівні, яка виникає через коливання на світових ринках та рух спекулятивного капіталу. Крім того, ринок страждає від низької мобілізації внутрішніх ресурсів і слабкої активності населення у використанні цінних паперів. Важливою проблемою залишається корупція та недовіра до правової системи, що відлякують інвесторів і підривають стабільність ринку. Подолання цих викликів потребує рішучих дій для стабілізації фінансової системи та відновлення довіри до неї. (Борисюк О. В., Матвійчук Н. В., Хмельярська Л., А., 2024)

Попри воєнні виклики, фінансовий ринок України має перспективи розвитку завдяки активним заходам з боку держави та Національного банку. Поступове зниження інфляції, стабілізація валютного курсу та підтримка банківського сектору сприяють відновленню довіри інвесторів. Зростання кількості випусків акцій і підвищення дохідності депозитів свідчать про посилення інвестиційної активності. Розвиток цифрових фінансових інструментів та адаптація до нових глобальних викликів дозволяють зберігати стійкість ринку навіть в умовах війни, забезпечуючи підтримку економіки та мобілізацію внутрішніх ресурсів.

Фінансовий ринок України залишається під значним тиском воєнних дій, однак регуляторні заходи та підтримка банківського сектору сприяють

поступовій стабілізації. Попри ризики та виклики, відбувається відновлення ключових сегментів фінансового ринку, зокрема банківського та фондового. Пріоритетними завданнями залишаються збалансована політика Національного банку, підтримка інвестиційної активності та мінімізація ризиків макроекономічної нестабільності.

ЛІТЕРАТУРА

- Колісник М. К., Маслак О. О., Романів Є. М. (2004) *Фінансовий ринок*. Університет “Львів Політехніка”
- Борисюк О. В., Матвійчук Н. В., Хмелярська Л., А. (2024) *Особливості розвитку фінансового ринку України під час війни*.
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-76>
- Державна служба статистики України (2025).
<https://www.ukrstat.gov.ua/>
- Національний банк України (2025).
<https://bank.gov.ua/>

АНАЛІЗ І ВДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЦІНОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Ковернега К. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Афанасьєв К. М.**

Кандидат економічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

З точки зору ефективного управління бізнесом, ціноутворення є однією з основних складових, що впливає на фінансові результати підприємства. Для ТОВ “УКРГАЗКОМПЛЕКТ-2010”, компанії, яка займається постачанням газового обладнання та наданням супутніх послуг, правильне визначення ціни є критично важливим для забезпечення прибутковості та конкурентоспроможності. У сучасних умовах ринку ціна виступає не лише як інструмент покриття витрат, але й як потужний маркетинговий інструмент для залучення клієнтів і збільшення ринкової частки.

Дослідження, проведене на прикладі ТОВ “УКРГАЗКОМПЛЕКТ-2010”, показало, що існуюча стратегія ціноутворення, незважаючи на її відносну стабільність, не повністю відповідає сучасним ринковим умовам. Основними проблемами є обмежена гнучкість цінових рішень та недостатня адаптація до змін у потребах клієнтів. Використання традиційних підходів до ціноутворення не дозволяє компанії повною мірою реалізувати свій потенціал у конкурентній боротьбі.

У ході дослідження були застосовані різні методи аналізу, такі як SWOT-аналіз, PESTEL-аналіз (рис. 1), модель п'яти сил Портера та фінансовий

аналіз цінових рішень. За підсумками проведеного аналізу було виявлено, що основними сильними сторонами компанії є стабільне становище на ринку, добре налагоджені партнерські відносини з постачальниками і клієнтами, а також високий рівень технічної експертизи. Однак відсутність диференціації цінових стратегій для різних сегментів споживачів і недостатня реакція на зміни економічної ситуації стали основними викликами.

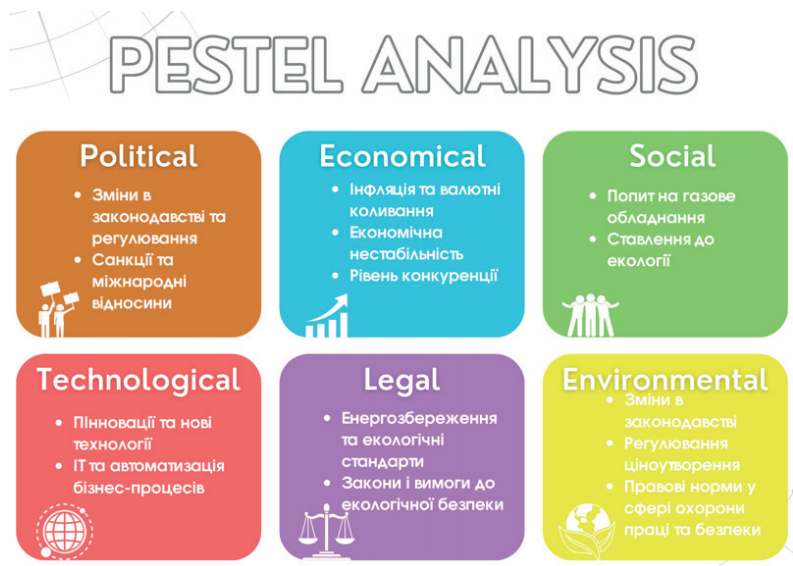


Рис. 1. PESTEL-аналіз ТОВ “УКРГАЗКОМПЛЕКТ-2010” (Коваль, 2024)

На основі отриманих даних було розроблено низку рекомендацій щодо вдосконалення стратегії ціноутворення, які включають:

- впровадження гнучкої цінової політики для різних категорій споживачів, що дозволить знизити ризики від зміни ринкових умов;
- використання стратегії диференціації цін на основі аналізу попиту та поведінки споживачів;
- провадження системи лояльності та знижок для постійних клієнтів, що сприятиме зростанню клієнтської бази та збільшенню обсягів продажів;
- регулярний аналіз конкурентної ситуації та адаптація ціноутворення відповідно до змін на ринку;
- розробка прогнозів на основі даних фінансових та маркетингових досліджень для прийняття більш обґрунтованих цінових рішень.

Очікувані результати вдосконалення стратегії ціноутворення ТОВ “УКРГАЗКОМПЛЕКТ-2010” відображені в таблиці 1.

Таблиця 1

**Очікувані результати вдосконалення стратегії ціноутворення
ТОВ “УКРГАЗКОМПЛЕКТ-2010”**

Захід	Очікуваний результат
Впровадження гнучкої цінової політики	Збільшення клієнтської бази на 15–20 %
Диференціація цін для різних сегментів	Зростання доходів на 10–12 %
Впровадження системи лояльності	Збільшення повторних продажів на 20 %

Очікувана ефективність цих заходів дозволить значно поліпшити фінансові результати компанії, підвищити рівень задоволення клієнтів та зміцнити конкурентні позиції на ринку. Враховуючи постійні зміни в економічному середовищі та на ринку газових послуг, адаптація стратегії ціноутворення є важливим елементом для стабільного розвитку компанії.

Таким чином, проведене дослідження підтверджує, що вдосконалення стратегії ціноутворення може суттєво підвищити конкурентоспроможність підприємства. Запропоновані заходи дозволять ТОВ “УКРГАЗКОМПЛЕКТ-2010” ефективніше реагувати на змінювані умови ринку, підвищити прибутковість та забезпечити довгостроковий успіх компанії.

ЛІТЕРАТУРА

- Коваль, В. П. (2024). *PESTEL аналіз: Теоретичні основи та практичні застосування*. Київ: Видавництво “Наука”.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.

PERSONA FRAMEWORK У ДІЇ:

МАРКЕТИНГОВА АНАЛІТИКА, ЯКА ПРАЦЮЄ НА РЕЗУЛЬТАТ

Колісніченко І. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Богачова А. В.

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному маркетинговому середовищі, де конкуренція за увагу споживача щодня зростає, компанії змушені шукати більш точні й

ефективні способи взаємодії з аудиторією. Загальні підходи до визначення цільових груп поступово поступаються місцем глибшим і персоналізованим методикам. Одним із таких підходів є Persona Framework – інструмент, що дозволяє створити деталізовані портрети представників цільової аудиторії на основі реальних даних, поведінкових патернів та потреб споживачів. У цій статті розглянемо суть концепції Persona, її значення для побудови ефективних маркетингових стратегій та особливості впровадження в процес дослідження цільової аудиторії (The ultimate guide to product management prioritization frameworks, 2022).

Соціально-демографічні характеристики (соцдем) для аналізу цільової аудиторії – це базові показники, що дозволяють сегментувати аудиторію за об'єктивними критеріями, краще розуміти її потреби та ефективно налаштовувати маркетингові комунікації. До основних соцдем-параметрів належать:

1. Вік – допомагає зрозуміти життєвий етап споживача, його інтереси, стиль життя та поведінкові патерни.
2. Стать – впливає на потреби, сприйняття продуктів і реакцію на маркетингові повідомлення.
3. Рівень доходу – визначає платоспроможність і сегменти товарів/послуг, які можуть бути привабливими для аудиторії.
4. Освіта – пов'язана з рівнем обізнаності, критичністю мислення та впливом реклами.
5. Рід занять / професія – показує соціальний статус, стиль життя та доступність часу/ресурсів.
6. Місце проживання (місто/село, регіон, країна) – впливає на культурні особливості, доступ до продуктів і комунікаційні канали.
7. Сімейний стан та склад родини – важливі для розуміння пріоритетів споживання (наприклад, наявність дітей, молоді сім'ї, одинаки тощо).
8. Національність / мова спілкування – враховується при створенні креативних повідомлень, брендингу або виході на нові ринки.

Збір і аналіз соцдем-даних дозволяє створити чіткий портрет цільової аудиторії, адаптувати продукти, позиціонування та рекламні кампанії для максимальної ефективності (Dscout – 5 step framework for building personas, 2024).

Persona Framework допомагає:

- краще розуміти свою цільову аудиторію;
- адаптувати маркетингові повідомлення під конкретні сегменти;
- створювати продукти/послуги, що відповідають реальним потребам;
- підвищити ефективність рекламних кампаній;
- формувати релевантні клієнтські шляхи (customer journey).

Цей фреймворк є особливо корисним для контент-маркетингу, UX/UI-дизайну, продуктового менеджменту та розробки стратегій залучення й утримання клієнтів.



**Лілі,
57 років**

Goals: Доглядати за своїми рослинами правильно та вчасно

Motivation:

- Можливість проявляти турботу
- Мати допомогу у догляді за рослинами
- Отримувати поради та нагадування про догляд

Barriers:

- Відсутність досвіду у використанні схожих додатків
- Співвідношення ціни та якості
- Сумніви в точності порад від додатку

Needs:

- Простий та зручний інтерфейс
- Візуалізація інструкцій по догляду
- Зручні нагадування про догляд

Mindset:

Хочу мати можливість доглядати за рослинами та проявляти турботу до них. Додаток допоможе мені побудувати рутину та мати візуалізовані поради під рукою.

Рис. 1. Persona Framework для додатку за рослинами

ЛІТЕРАТУРА

The ultimate guide to product management prioritization frameworks. (2022). ProductPlan.

<https://www.productplan.com/glossary/kano-model/>

Dscout – 5 step framework for building personas. (2024)

<https://dscout.com/people-nerds/designing-better-personas>

ЕФЕКТИВНІ МЕТОДИ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Мельник Є. Я.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Глівінська Ю.В.**

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Відбір персоналу – це одночасно і функція (у межах системи управління персоналом), і процес (на рівні послідовності дій з оцінки кандидатів), і інструмент стратегічного розвитку (адже якість відбору визначає здатність компанії реалізовувати власні цілі та реагувати на зміни ринку). Усе це робить відбір персоналу центральним елементом HR-менеджменту, що допомагає сформувати дієву, професійну та згуртовану команду, здатну забезпечити сталий розвиток організації.

Потрібно розмежувати поняття відбір та підбір кадрів. Відбір переважно відповідає на запитання “Чи підходить ця людина для конкретної посади?”, то підбір дає змогу розширити горизонт: “Де і як ця людина буде максимально ефективною для організації?”. На практиці обидва процеси тісно пов’язані,

адже якісний пошук нових співробітників передбачає як ретельну перевірку на відповідність посаді, так і стратегічне бачення, де саме кандидат зможе розкрити свій потенціал (Обиденнова, Васильєва, 2021).

Співбесіда з HR-фахівцями – поглиблює аналіз особистісних характеристик і мотивації. HR-менеджери зазвичай перевіряють ставлення до праці – чи є у кандидата почуття відповідальності, чи він шанує корпоративні цінності, чи готовий до командної роботи. У фокусі – морально-етичні риси характеру, адже HR хоче зрозуміти, наскільки людина відкрита, чесна та наскільки її поведінка відповідає етичним нормам компанії. Додатково вже на цьому етапі може виявлятися початкова здатність кандидата працювати з людьми: вміння спілкуватися, слухати, налагоджувати контакт. Вони зазвичай оцінюються через поведінкові питання, які пропонуються під час інтерв'ю. Збір довідок про кандидата (перевірка рекомендацій та інформації) підтверджує або спростовує те, що було зазначено в резюме чи озвучено під час співбесіди.

Зокрема, можна дізнатися більше про рівень знань і досвід роботи, а також побачити реальне ставлення до праці – чи дійсно людина була дисциплінованою, працюютою, відповідальною у попередніх компаніях. На цьому етапі грають велику роль референти (колеги, керівники), вони можуть відзначити морально-етичні риси кандидата: *порядність, чесність, вміння працювати в команді*. Співбесіда з керівником підрозділу (фахове інтерв'ю) – потрібна, щоб здійснити поглиблений аналіз професійних компетенцій та організаторських здібностей. Керівник підрозділу, зазвичай, ставить технічні та практичні запитання, щоб зрозуміти, як кандидат буде виконувати конкретні завдання. Також перевіряється вміння працювати з людьми – чи зможе претендент організувати спільну роботу, знайти підхід до колег та партнерів. Керівник часто звертає увагу на вміння своєчасно приймати і реалізовувати рішення. У ситуаційних запитаннях (“Case-інтерв'ю”) кандидатам пропонуються робочі кейси, які потребують швидкої оцінки ризиків, ухвалення рішення та опису шляхів його реалізації (Семендяк, 2022).

Сучасна практика також експериментує з нетрадиційними (інноваційними) методами відбору, спрямованими на виявлення прихованих рис особистості та нестандартних компетенцій. Серед таких методів – фізіогноміка, соціоніка, графологія, вивчення відбитків пальців та “шокове” інтерв'ю, які іноді використовуються як додаткові інструменти для діагностики кандидатів. Хоча наукова спільнота часто ставиться до цих підходів скептично через їхню низьку валідність, окремі компанії застосовують їх для отримання додаткової інформації про стресову реакцію чи креативність кандидатів. Практика Brainteaser-інтерв'ю, що включає постановку незвичних логічних завдань, також викликає дискусії через суб'єктивність оцінювання.

Традиційні методи мають високу валідність, більший рівень наукового підґрунтя та визнання професійної спільноти. Вони знижують ризик суб'єктивних рішень і краще піддаються стандартизації. Нетрадиційні методи можуть додавати елемент несподіванки, допомагати виявляти креативних кандидатів або досліджувати “приховані” аспекти особистості.

Оптимальний добір полягає в комбінуванні традиційних інструментів (наприклад, структурованих інтерв'ю й тестування) з окремими елементами нестандартних підходів.

Сучасні методи відбору персоналу поєднують традиційні інструменти, такі як співбесіди, аналіз резюме та тестування, з інноваційними підходами, зокрема онлайн-тестами, штучним інтелектом і гейміфікацією. Використання хедхантингу, скринінгу, рекрутменту та краудсорсингу дозволяє ефективно залучати фахівців, враховуючи як їхні професійні навички, так і особистісні характеристики. Оптимальним є гнучке комбінування різних методів відповідно до вимог вакансії та стратегічних потреб компанії.

ЛІТЕРАТУРА

- Семендяк В. (2022). Менеджмент персоналу підприємства та його формування. *Економіка та суспільство*, № 41.
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-53>
- Обиденнова Т., Васильєва М. (2021). Методи організації роботи персоналу підприємств в сучасних умовах. *Adaptive Management Theory and Practice Economics*, Т. 10, № 20.
[https://doi.org/10.33296/2707-0654-10\(20\)-05](https://doi.org/10.33296/2707-0654-10(20)-05)
- Устіловська А. (2022). Теоретичні засади персонал-технологій як інноваційний аспект управління персоналом на підприємстві. *Актуальні питання у сучасній науці*, №2(2).
[https://doi.org/10.52058/2786-6300-2022-2\(2\)-315-327](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2022-2(2)-315-327)

ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ УСПІШНОЇ СТРАТЕГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Однолько К. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Новікова Н. Л.

Доктор економічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Створення маркетингової стратегії – це багатогранний, кропіткий, але вкрай важливий процес для кожного підприємства будь-якої ніші. Підтвердженнями цієї тези є наступні факти (Planning, 2023):

1. Компанії з прописаною маркетинговою стратегією зростають на 30 % швидше;
2. 71 % організацій, які мають бізнес план, стратегію та використовують інструменти планування на постійній основі, швидше адаптуються до змін і постійно зростають;
3. Вірогідніше інвестиції отримуватимуть компанії з чітким плануванням, ніж без цього.

Маркетингова стратегія дозволяє глибинно проаналізувати ринок, конкурентів, знайти переваги своїх товарів і/або послуг, визначити цільову

аудиторію та їхні болі, в результаті чого – досягати успіху в онлайн і офлайн просторах. Проте важливо не лише створити план, а дотримуватись його.

На практиці маємо наступну статистику (Planning, 2023).

1. 67 % успішних стратегій зазнають поразки через недотримання кроків;
2. 61 % бізнесів не можуть якісно впровадити стратегію у щоденну роботу;
3. 25 % стверджують, що мають складнощі у вимірюванні результатів ефективності стратегій;
4. Лише 22 % найманих робітників розуміють справжні цілі планування;
5. 41 % організацій шукають висококваліфікованих кадрів для реалізації стратегії.

Отже, на практиці думки щодо важливості бізнес планування різняться: для одних компаній формування стратегії та оцінка результатів є незамінним етапом розвитку, коли для інших – лише формальністю. Пропонуємо розглянути приклади світових відомих компаній, котрі не хештують маркетинговими стратегії та постійно удосконалюють їх.

Sephora – мультибрендовий магазин косметики – ключовим елементом стратегії вважає своїх клієнтів. Компанія має ефективну програму лояльності, котра поділена на рівні в залежності від кількості покупок. Таким чином клієнти отримують від звичайних знижок і накопичувальної системи балів з кожного витраченого долару (базовий рівень) до раннього доступу до ексклюзивних новинок (вищий рівень) (Чорний, 2024). Також бренд має власну кредитну картку, оформлення якої також винагороджується спеціальними пропозиціями. Sephora розуміє потребу споживачів у індивідуальності та доступності.

Spotify – стрімінгова музична платформа – пропонує широкий вибір музики, плейлистів, новинок. Цей застосунок аналізує уподобання слухача та пропонує особливі музичні підбірки. Щорічно споживач отримує статистику своїх прослуховувань, яка містить найпопулярнішу пісню, аналіз категорій, можливість поділитись цими даними в соціальних мережах. Компанія розуміє, що музика – це те, що об'єднує, тому дає можливість слухачам знаходити однодумців, створювати власний музичний простір і ділитись позитивним досвідом з іншими. (Чорний, 2024)

Отже, основні елементи успішної стратегії залежать від аудиторії та ніші підприємства. Програми лояльності, бонуси, ексклюзивність або індивідуальний підхід, ретаргетинг, спільні заходи, підтримка – це незліченний список інструментів для покращення позицій компанії. Головна умова – дотримуватись запланованих кроків і вимірювати ефективність дій.

ЛІТЕРАТУРА

Чорний, А. (22 травень 2024 г.). *Маркетингова стратегія: 12 найкращих прикладів*. Получено из plerdy.

<https://www.plerdy.com/ua/blog/marketing-strategy-examples/>

Planning, S. (24 лютий 2023 г.). *Surprising Statistics about Strategic Planning*. Получено из Funding For Good.

<https://fundingforgood.org/statistics-about-strategic-planning/>

ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ: АНАЛІТИЧНІ ПІДХОДИ ТА ПРАВОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ В УКРАЇНІ

Пелих В. Я.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Тарасюк М. В.

Доктор економічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Конкурентоспроможність компанії є одним із ключових факторів її успіху на ринку. В умовах нестабільної економічної ситуації, зміни законодавчого регулювання та загострення конкуренції українським компаніям необхідно використовувати ефективні методи оцінки своєї конкурентоспроможності. Це дозволяє їм не тільки оцінювати поточний стан компанії, а й розробляти стратегії сталого розвитку. Зазвичай ц такій ситуації, розглядаються основні аналітичні підходи до оцінки конкурентоспроможності українських компаній та вплив правового середовища на цей процес.

Діагностика конкурентоспроможності підприємств є важливим елементом стратегічного управління, оскільки дозволяє оцінити поточний стан компанії на ринку та визначити напрями її розвитку. В Україні застосовуються різні методи аналізу конкурентоспроможності, які можна поділити на кількісні та якісні. Вони забезпечують комплексний підхід до оцінки бізнесу, враховуючи фінансові, стратегічні, технологічні та правові аспекти.

Одним із ключових підходів є фінансово-економічний аналіз, який включає оцінку фінансової стійкості підприємства, його прибутковості, ліквідності та рентабельності. Використання таких інструментів, як SWOT-аналіз, PESTEL-аналіз та аналіз фінансової звітності, дозволяє визначити сильні та слабкі сторони компанії, а також зовнішні фактори, що впливають на її діяльність.

Ще одним важливим методом є порівняльний аналіз (бенчмаркінг), який дозволяє оцінити позицію підприємства відносно конкурентів у галузі. Цей підхід базується на використанні відкритих даних, внутрішньої аналітики та галузевих показників, що дає змогу виявити конкурентні недоліки та переваги.

Оцінка конкурентних переваг підприємства є невід'ємною складовою діагностики його ринкових позицій. Цей метод зосереджується на визначенні унікальних характеристик бізнесу, що забезпечують його стійкість та привабливість для споживачів. Для цього застосовуються такі моделі, як модель п'яти сил Портера, BCG-матриця та інші стратегічні інструменти.

Важливим напрямом дослідження конкурентоспроможності є інноваційний аналіз, який дозволяє оцінити рівень технологічного розвитку підприємства, його здатність до впровадження новітніх рішень та адаптації до змін ринкового середовища. Використання сучасних бізнес-моделей,

включаючи цифрові технології та штучний інтелект, сприяє підвищенню ефективності діяльності та створенню довгострокових конкурентних переваг.

Значну роль у забезпеченні конкурентоспроможності відіграє правовий аудит, який аналізує відповідність діяльності підприємства чинному законодавству України. Дотримання нормативних вимог сприяє зниженню ризиків, підвищенню рівня довіри з боку партнерів і клієнтів, а також розширенню можливостей для розвитку бізнесу.

Правове регулювання відіграє значну роль у формуванні конкурентоспроможності підприємств, оскільки визначає правила ведення бізнесу, регламентує відносини між учасниками ринку та забезпечує рівні умови для конкуренції. В Україні діють різні правові механізми, що безпосередньо впливають на здатність підприємств ефективно функціонувати та зберігати конкурентні позиції.

Одним із ключових аспектів є регулювання конкуренції, що включає антимонопольне законодавство. Його основна мета – запобігання недобросовісній конкуренції, зловживанню монополюним становищем та картельним змовам. Антимонопольна політика сприяє створенню рівних умов для всіх учасників ринку, що є важливим чинником забезпечення конкуренції.

Податкове законодавство відіграє вирішальну роль у формуванні конкурентного середовища, оскільки рівень податкового навантаження безпосередньо впливає на собівартість продукції та можливості підприємств для розвитку. Наявність стимулюючих механізмів, таких як податкові пільги, гранти та спеціальні режими оподаткування, дозволяє компаніям знижувати витрати, залучати інвестиції та підвищувати свою конкурентоспроможність.

Важливим аспектом регулювання є трудове законодавство, яке визначає правила найму, звільнення та соціального забезпечення працівників. Гнучкість трудових норм впливає на здатність підприємств адаптуватися до змін ринкового середовища, а рівень соціального захисту працівників визначає загальні витрати бізнесу. Оптимальне поєднання прав працівників та економічних інтересів роботодавців сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств.

Значну роль у конкурентоспроможності відіграє захист прав інтелектуальної власності, який стимулює розвиток інноваційного підприємництва. В Україні поступово вдосконалюються механізми правового захисту патентів, торговельних марок та авторських прав, що сприяє розвитку компаній, орієнтованих на створення унікальних продуктів і технологій. Ефективна система охорони інтелектуальної власності сприяє формуванню довгострокових конкурентних переваг та залученню інвесторів.

Крім того, державна підтримка бізнесу через законодавчі ініціативи, спрямовані на розвиток малого та середнього підприємництва, є важливим фактором підвищення конкурентоспроможності підприємств. Надання субсидій, державних гарантій, спрощених процедур реєстрації та доступу до фінансових ресурсів створює додаткові можливості для бізнесу.

Таким чином, правове регулювання визначає ключові умови ведення бізнесу, формує конкурентне середовище та впливає на стратегічний розвиток підприємств. Ефективна правова політика сприяє створенню сприятливого клімату для бізнесу, що є важливим чинником економічного зростання країни.

Українські компанії використовують широкий спектр методів аналізу конкурентоспроможності, проте стикаються з низкою викликів, серед яких нестабільне економічне середовище, часті зміни у законодавстві та недостатній рівень цифровізації аналітичних процесів. Водночас український бізнес починає застосовувати такі сучасні підходи:

- Використання Big Data та штучного інтелекту для аналізу ринкових тенденцій та поведінки споживачів.
- Застосування ESG-критеріїв (екологічні, соціальні та управлінські фактори) для оцінки довгострокової стійкості компаній.
- Використання цифрових платформ для автоматизації діагностики конкурентоспроможності та стратегічного планування.

Такі підходи поступово впроваджуються, що сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу.

Діагностика конкурентоспроможності є складним, але необхідним процесом для забезпечення успішного розвитку компаній. Використання сучасних аналітичних методів дозволяє оцінювати стан бізнесу, виявляти його сильні та слабкі сторони, а також формувати ефективні стратегії. Водночас правове середовище в Україні суттєво впливає на конкурентоспроможність, визначаючи можливості та обмеження. Поєднання ефективного правового регулювання та аналітичних підходів дає можливість створювати більш стійкі бізнес-моделі та сприяти економічному зростанню країни.

ЛІТЕРАТУРА

- Shevchenko, L. S. (2022). Konkurentospromozhnist' biznesu (pidpriemstva). Retrieved from https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/SENMK/Shevchenko_Konkur.pdf
- Dmytryk, O. O., & Takarieva, K. O. (2019). Rozvytok biznes-seredovyshcha v Ukraini: Okremi aspekty pravovoho zabezpechennia. NDI prav. zabezp. innovats. rozvytku NAPrN Ukrainy. Retrieved from https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2019/Dmytryk_Tokarieva_19/Dmytryk_Tokarieva_19.pdf
- Antimonopolnyi komitet Ukrainy. (n.d.). Zavdannya ta povnovazhennya. Retrieved from <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zavdannya-ta-povnovazhennya>
- Verkhovna Rada Ukrainy. (2001). Pro zakhyt ekonomichnoi konkurentsii (Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR), 2001, № 12, st.64). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЇЇ ЖИТТЕВОГО ЦИКЛУ

Полищук Д. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Афанасьєв К. М.

Кандидат економічних наук,

Київський національний лінгвістичний університет

Управління підприємством спрямоване на досягнення максимальних результатів за мінімальних витрат ресурсів, що забезпечує максимізацію добробуту власників у короткостроковій і довгостроковій перспективах. Ефективність діяльності підприємства є багатогранною економічною категорією, що охоплює всі аспекти практичної діяльності та слугує основою для оцінки рішень. Сучасна економічна теорія не має єдиного підходу до визначення ефективності підприємства. Загалом ефективність розглядається як досягнення максимальних результатів за мінімальних витрат ресурсів, або як співвідношення результатів виробництва та витрат. Управління підприємством є складною системою, що включає кілька основних функцій, серед яких планування, організація, мотивація і контроль (Гребенцов, Адонін, 2017).

Планування – це основа ефективного управління. Включає аналіз ситуації, встановлення цілей і розробку стратегій. Наприклад, SWOT-аналіз допомагає зрозуміти сильні та слабкі сторони підприємства.

Організація – це процес формування структури підприємства для досягнення цілей. Включає розподіл завдань, створення підрозділів і налагодження комунікації.

Мотивація включає матеріальні, нематеріальні, професійні, соціальні та емоційні форми мотивації, що сприяють ефективному виконанню завдань.

Контроль – це процес перевірки досягнення цілей. Включає попередній контроль (до початку роботи), поточний контроль (під час виконання завдання) та заключний контроль (після завершення роботи).

Ефективне управління допомагає забезпечити досягнення стратегічних цілей підприємства, максимізувати використання ресурсів і стимулювати персонал до досягнення результатів. Управління підприємством залежить від стадії його життєвого циклу. Кожна стадія вимагає специфічних підходів до прийняття рішень і організації діяльності. До основних стадій життєвого циклу підприємства відносяться:

- зародження: на цьому етапі підприємство тільки створюється. Основними завданнями є розробка концепції бізнесу, пошук фінансування та створення команди;

- становлення: підприємство виходить на ринок, починаються продажі, налагоджуються операційні процеси. Основними задачами є формування бренду та залучення клієнтів;

- зрілість: підприємство досягає стабільності, визначеної позиції на ринку. На цьому етапі основними завданнями є оптимізація витрат і розширення асортименту продукції;

- занепад: на цій стадії підприємство стикається зі зменшенням попиту та старінням технологій. Задачі включають реструктуризацію та пошук нових ринків або продуктів.

Кожен етап вимагає певних стратегій та адаптації до змінюваних умов. Наприклад, на етапі зародження головним є залучення фінансування, а на етапі зрілості важливо підтримувати конкурентоспроможність та розширювати асортимент. Інновації грають важливу роль на кожному етапі. На етапі зародження - це нові продукти, на етапі становлення – це вдосконалення процесів і формування бренду, а на етапі занепаду інновації можуть стати останнім шансом для відновлення підприємства. Фінансові показники на різних етапах життєвого циклу підприємства також змінюються. Наприклад, на етапі зародження підприємство може мати збитки, в той час як на стадії зрілості – стабільний дохід. На етапі занепаду спостерігається зниження фінансових показників, що вимагає пошуку нових можливостей для бізнесу (Карпенко, Галан, 2022).

Розглянемо основні види організаційного контролю, який є процесом, що гарантує досягнення завдань організацією. Виокремлюють наступні три види контролю: попередній, поточний та заключний.

Попередній контроль проводиться до початку завдання для оцінки готовності організації, наявності ресурсів і умов для роботи. Поточний контроль здійснюється під час роботи для оцінки проміжних результатів і коригування відхилень. Заключний контроль проводиться після завершення роботи для аналізу результатів і врахування їх у майбутньому плануванні. Ці види контролю формують систему, що забезпечує ефективне управління процесами та досягнення цілей (Хлебнікова, Попьонов, 2023).

Управління підприємством на кожному етапі життєвого циклу вимагає гнучкості і здатності адаптувати його бізнес-стратегії до поточних умов. Розуміння етапів життєвого циклу підприємства допомагає мінімізувати фінансові ризики та забезпечувати стійкий розвиток бізнесу, рухаючись в напрямку максимізації його ринкової вартості.

ЛІТЕРАТУРА

- Гребенцов, Я. І., & Адонін, С. В. (2017). Сутність управління ефективністю діяльності підприємств. Confcontact. https://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-enedzhment/4_grebentsov.htm
- Карпенко, Н. М., & Галан, О. Є. (2022). Управління продуктивністю праці на підприємстві: фактори, етапи, інноваційні технології. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*, 6.
- Хлебнікова, Т., & Попьонов, О. (2023). Сутність і роль контролю як функції менеджменту. *Grail of Science*.

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Попова А. Б.

Київський національний лінгвістичний університет

Лиса С. С.

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Маркетингова стратегія відіграє значну роль у міжнародному бізнес-середовищі, забезпечуючи ефективність роботи маркетингового комплексу продуктів (товарів та послуг) на глобальному рівні. Із збільшенням ринкової конкуренції застосування маркетингових стратегій є необхідною умовою для забезпечення конкурентоспроможності компаній та для збільшення ними долі ринку.

У сучасній літературі виділяють три основні рівні планування: оперативне (операційне), тактичне та стратегічне. Маркетингове оперативне планування використовують для поточної реалізації маркетингових дій, оперативне - для створення планів протягом 2-5 років, в той час як стратегічне - довгострокове планування, для визначення цілей діяльності, цільових ринків, організацію стратегії та методів відстеження результатів.

Маркетингова стратегія, як концепція, почала активно розвиватися у 70-х роках ХХ століття, коли компанії зіткнулися зі зростаючою конкуренцією та необхідністю більш чіткого розуміння споживчих потреб. Стратегічний маркетинг, як окрема наукова галузь, походить зі стратегічного менеджменту.

Маркетингова стратегія - це комплекс заходів, спрямованих на досягнення бізнес-цілей підприємства через задоволення потреб споживачів. Вона складається з плану дій, направлено на створення цінності та стійкої диференціальної переваги, порівняно з конкурентами, в свідомості споживачів. Як зазначає Роберт В. Палмат'єр основними принципами маркетингової стратегії є: різноманітність та мінливість клієнтів, реакція всіх конкурентів та обмеженість ресурсів (Palmatier, R.W. & Sridhar, S., 2021). Відповідно до цього, ключовими маркетинговими рішеннями виступають управління неоднорідністю споживачів, динамікою споживчої думки клієнтів, стійкою конкурентною перевагою та компромісами щодо ресурсів.

Основним підходом до розуміння маркетингової стратегії є модель "стратегічного трикутника" (модель 3С), вперше запропонована Омае Кенічі у 1982 році в роботі "The mind of the strategist". Дана модель розглядає взаємодію компанії зі споживачами, надаючи їм певну цінність, та з конкурентами - через витрати. З точки зору цих трьох ключових гравців, стратегія визначається як спосіб, яким компанія прагне позитивно диференціювати себе від своїх конкурентів, використовуючи свої відносні корпоративні сильні сторони для кращого задоволення потреб клієнтів (Ohmae, K., 1982).

Стратегія складається з таких компонентів: сфера діяльності організації, цілі та завдання, розподіл ресурсів, ідентифікація стійких конкурентних переваг та шляхи взаємодії всередині компанії. Маркетингова стратегія описує основні підходи до роботи з цільовими ринками й споживачами, позиціонуванням, маркетинговим комплексом та маркетинговими витратами. Вона визначає як саме компанія залучатиме цільових клієнтів і створюватиме цінність для отримання прибутку. Також вона містить пояснення як маркетинг відповідає загрозам, шукає можливості та вирішує критичні проблеми. Додаткові частини маркетингового плану містять програму впровадження маркетингової стратегії. В кінці стратегії описуються інструменти контролю, які використовуватимуться для моніторингу ефективності, оцінки рентабельності маркетингових інвестицій і внесення коригувань. Згідно з Філіпом Котлером, для розробки успішної маркетингової стратегії, менеджер з маркетингу повинен відповісти на два важливі питання: яким є цільовий ринок та яку цінність можливо запропонувати споживачам (Kotler, P., & Armstrong, G., 2020).

Формування та реалізації маркетингової стратегії починається з визначення меж її відповідності корпоративним пріоритетам, бізнес-цілям і стратегіям інших дивізіонів. Це закладає основу для подальшого аналізу маркетингових можливостей, розробки стратегічних підходів до різних ринкових ситуацій, їх впровадження та контролю ефективності.

Дослідження маркетингових можливостей є одним з найбільших та вагомих етапів формування стратегії. Вона включає в себе: розуміння ринкового стану, зовнішніх факторів впливу, можливостей для компанії та прогнозний аналіз, проведення СТП маркетингу (який постає основою стратегії), розробка декількох типів стратегій для різних ринкових умов, виконання та контроль.

Стратегічне маркетингове планування на глобальному рівні потребує ретельного аналізу, оскільки при розширенні діяльності компанії на інших ринках виникають складнощі мінливого, динамічного середовища та значне збільшення кількості конкурентів. На глобальному рівні цілями маркетингової стратегії можуть бути: збільшення частки ринку в певних регіонах, формування стійкої конкурентної переваги, створення або розвиток впізнаваності уніфікованого бренду компанії та ін. Процес формування маркетингової стратегії на глобальному рівні складається з наступних етапів: дослідження зовнішнього середовища, сегментація ринків за географічними ознаками, розробка унікальної торгової пропозиції та вибір стратегії, формування маркетингового комплексу, її впровадження та контроль ефективності.

Важливість маркетингового стратегічного планування полягає в необхідності досягнення підприємством стабільності в межах мінливих ринкових умов, де лише завдяки плануванню та дотриманню цілей можливо впевнено реалізувати місію компанії та продовжувати рухатися по визначеній траєкторії розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

- Palmatier, R. W., & Sridhar, S. (2021). Marketing Strategy: Based on First Principles and Data Analytics. Macmillan Education
- Ohmae, K. (1982). *The mind of the strategist*. Internet Archive.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). Principles of Marketing, 17th Global edition.

СПОЖИВЧИЙ ДОСВІД І ВИБІР МОЛОЧНИХ ТОВАРІВ: РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗА МОДЕЛЛЮ КАНО

Попова А. Б.

Київський національний лінгвістичний університет

Богачова А. В.

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Дослідження споживчих уподобань та купівельного досвіду є одним з непорушних аспектів маркетингової діяльності. Ретельний аналіз споживчих уподобань надає чітке розуміння основних характеристик продукції, які потребують уваги для покращення та підвищення її конкурентоспроможності на висококонкурентному ринку (Орлова & Мельник, (2020).

Метою дослідження стало визначення споживчих уподобань та їх тенденцій відносно молочної продукції, виділення характеристик продуктів згідно їх важливості та аналіз упізнаваності брендів молочної продукції серед споживачів. У ході зазначеного дослідження було опитано 108 респондентів, віком від 14 років до 71 роки. Гендерний розподіл опитуваних споживачів становить 82,4 % жінок та 17,6 % чоловіків. На діаграмі (рис. 1) зображено частоту споживання молочної продукції споживачами, де: 49,1 % респондентів споживають продукти кілька разів на тиждень, 26,6 % – щодня, 13 % – рідко, та 8,3 % – кілька разів на місяць.



Рис. 1. Частота споживання молочної продукції

На гістограмі 2 зображено типи молочної продукції, яким респонденти найчастіше надають перевагу.

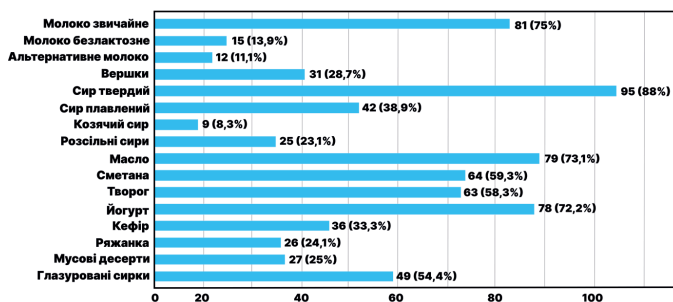


Рис. 2. Споживчі уподобання відносно молочної продукції

Переважним місцем покупки є супермаркет, яке обирають 75,9 % респондентів, 18,5 % респондентів купують в місцевих продуктових магазинах та 5,6 % обирають домашню продукцію. Варто зазначити відсутність використання серед опитуваних онлайн агрегаторів, що пояснюється природою попиту продукції.

Надалі було проаналізовано відповіді респондентів щодо важливих атрибутів продукції за моделлю Кано (Kaluza, 2023) та необхідних маркетингових заходів, які були згруповані за важливістю та актуальністю для споживачів (рис. 3). Під час дослідження було розглянуто параметри продукції: її натуральність, екологічність тари (має властивість легкої переробки), її ціноутворення, наявність підсолоджувачів та штучних добавок. Також було визначено важливість таких характеристик: присутність бренду-виробника в соціальних мережах, проведення ними розіграшів, дегустацій та екоподій, наявність екологічної свідомості як CSR політики, рекламування продукції на онлайн-платформах. У ході дослідження було отримано такі результати: 7 атрибутів були визначені як “attractive”, 3 – “indifferent” та 1 – “must-be”.

№	Атрибути	Кількість відповідей						Класифікація атрибутів
		M	P	A	I	Q	R	
1	Натуральність продукції	8	29	37	28	4	2	Attractive
2	Реклама в соціальних мережах	0	1	25	73	1	8	Indifferent
3	Екологічність упаковки	3	5	66	33	1	0	Attractive
4	Проведення розіграшів	0	2	38	65	0	3	Indifferent
5	Проведення дегустацій	1	1	66	40	0	0	Attractive
6	Проведення благодійних заходів	0	7	70	31	0	0	Attractive
7	Ціноутворення молочної продукції	0	8	68	30	0	2	Attractive
8	Наявність екологічної свідомості	6	22	56	24	0	0	Attractive
9	Присутність в соціальних мережах	2	7	45	54	0	0	Indifferent
10	Проведення екоподій	1	4	72	30	0	1	Attractive
11	Відсутність штучних добавок	74	0	20	11	3	0	Must-be

Рис. 3. Результати дослідження за моделлю Кано

Висновок: споживчий досвід та уподобання відіграють ключову роль у формуванні попиту на ринку, визначаючи успіх продукції та брендів. Глибокий аналіз цих факторів дозволяє компаніям адаптувати свої стратегії, покращувати якість своїх товарів і підвищувати лояльність споживачів. Сучасні тенденції свідчать про зростаючу увагу до якості, користі та індивідуальних потреб споживачів. Отже, розуміння споживчих уподобань є важливим інструментом для розвитку бізнесу та ефективного задоволення потреб ринку.

ЛІТЕРАТУРА

- Орлов, К., & Мельник, Т. (2020). Визначення категоріального апарату маркетинг-менеджменту. *Економіка, управління та адміністрування*, 28–33. [https://doi.org/10.26642/jen-2020-2\(92\)-28-33](https://doi.org/10.26642/jen-2020-2(92)-28-33)
- Kaluza, J. (2023). *Using the Kano Model to get product feedback*. Dovetail. <https://dovetail.com/product-development/kano-model/>

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМ І ЗАЛУЧЕНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Склярів Р. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Тарасюк М. В.**

Доктор економічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Ефективне управління капіталом є наріжним каменем фінансової стійкості та динамічного розвитку підприємства в умовах мінливого ринкового середовища. Оптимізація структури капіталу виступає не просто інструментом підтримки поточної ліквідності, але й стратегічним механізмом мінімізації фінансових ризиків, що, як слушно зауважує Бланк (2004), є критично важливим для забезпечення стабільності підприємства.

В умовах сучасної економіки, що характеризується високою волатильністю та непередбачуваністю, підприємства змушені постійно адаптувати свої підходи до управління фінансовими ресурсами. Це вимагає не лише гнучкості та оперативності у прийнятті рішень, але й глибокого розуміння економічних викликів, які можуть вплинути на фінансовий стан підприємства.

Одним із ключових аспектів ефективного управління капіталом є збалансування між необхідністю забезпечення поточної ліквідності та прагненням до максимізації прибутковості. Це передбачає ретельний аналіз структури капіталу, визначення оптимального співвідношення між власними та залученими коштами, а також ефективне управління оборотним капіталом.

Крім того, в умовах сучасного ринку підприємства повинні враховувати такі фактори, як:

Глобалізація економіки: це відкриває нові можливості, але також створює додаткові ризики, пов'язані з валютними коливаннями, змінами в міжнародній торгівлі та політичною нестабільністю.

Технологічний прогрес: це вимагає від підприємств постійних інвестицій в нові технології, що може вплинути на структуру капіталу та фінансові ризики.

Зміни в споживчих перевагах: це вимагає від підприємств гнучкості та здатності швидко адаптуватися до змін у попиту, що може вплинути на обсяги продажів та прибутковість.

У зв'язку з цим, підприємства повинні розробляти комплексні стратегії управління капіталом, які враховують не лише поточні, але й майбутні економічні виклики. Це передбачає використання сучасних методів фінансового аналізу, прогнозування та управління ризиками.

Отже, ефективне управління капіталом є ключовим фактором успішного функціонування підприємства в умовах сучасного ринку. Воно вимагає від підприємств гнучкості, адаптивності та стратегічного мислення.

У сучасних умовах війни та економічної нестабільності ефективне управління капіталом стає критичним фактором успіху для міжнародних компаній в Україні. Аналіз фінансової звітності ТОВ “Шнейдер Електрик Україна” за 2023 рік показав, що компанія досягла значного покращення фінансових результатів: чистий дохід зріс на 59,6 %, а збиток 2022 року змінився на чистий прибуток у розмірі 334 921 тис. грн.

Ключовою особливістю капітальної структури компанії є значне зростання власного капіталу, що свідчить про ефективне реінвестування прибутку. Однак частка залученого капіталу залишається високою (64,5 %), з переважанням короткострокових зобов'язань (198 348 тис. грн), що створює ризики ліквідності. Додатковим викликом є валютні ризики, оскільки 154 032 тис. грн зобов'язань номіновані в євро.

Аналіз структури ТОВ “Шнейдер Електрик Україна” за 2023 рік виявив тенденцію до збільшення частки власного капіталу (330,3 млн грн), що знижує ризики ліквідності порівняно з попереднім періодом. Однак зобов'язання (597,5 млн грн) все ще переважають, що вказує на обережне, але не виключне використання позикових коштів. Залучення боргового капіталу ефективне лише за умови збалансованого співвідношення з власними ресурсами.

Для оптимізації структури капіталу пропонується: по-перше, продовжити політику реінвестування прибутку для збільшення власного капіталу; по-друге, провести рефінансування короткострокових зобов'язань у довгострокові; по-третє, впровадити механізми хеджування валютних ризиків. Реалізація цих заходів дозволить досягти оптимального співвідношення власного та залученого капіталу (50/50) та знизити середньозважену вартість капіталу на 5-7 %.

Досвід ТОВ “Шнейдер Електрик Україна” демонструє, що навіть у складних умовах війни можливо досягати фінансової стабільності через раціональне управління капіталом. Цей досвід може бути корисним для інших міжнародних компаній, які працюють в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

- Бланк, І. О. (2004). Управління капіталом підприємства. Київ: Ельга, Ніка-Центр.
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2014). Financial Management: Theory & Practice (14th ed.). Cengage Learning.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. (2013). Corporate Finance (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- ТОВ “Шнейдер Електрик Україна”. Звіт незалежного аудитора та фінансова звітність за 2023 рік.

МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВА У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Смоляр В. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Афанасьєв К. М.

Кандидат економічних наук,

Київський національний лінгвістичний університет

Маркетинг у соціальних мережах (SMM) є одним із ключових інструментів сучасного бізнесу, що дозволяє підприємствам ефективно взаємодіяти з цільовою аудиторією, підвищувати впізнаваність бренду, стимулювати продажі та формувати лояльність клієнтів. Завдяки швидкому розвитку цифрових технологій соціальні мережі стали невід’ємною частиною стратегії маркетингових комунікацій, забезпечуючи підприємствам можливість прямого контакту зі споживачами в режимі реального часу.

Ефективний SMM передбачає ретельне планування та аналіз цільової аудиторії. Підприємства мають враховувати демографічні, психологічні та поведінкові характеристики своєї аудиторії, щоб створювати релевантний контент, що викликає інтерес та залученість. Важливим аспектом є вибір відповідних платформ, адже кожна соціальна мережа має свою специфіку та охоплює різні сегменти користувачів. Facebook підходить для широкої аудиторії та рекламних кампаній з таргетингом, Instagram акцентується на візуальному контенті та молодіжній аудиторії, TikTok ефективний для вірусного контенту, а LinkedIn є оптимальним для B2B-комунікації (Горбаль, Ільницька, & Романишин, 2018).

Контент-маркетинг у соціальних мережах відіграє визначальну роль у формуванні іміджу бренду. Підприємства використовують різноманітні формати контенту: текстові публікації, фото, відео, інфографіку, історії, прямі ефіри та інтерактивні елементи. Важливо створювати не лише рекламний, а й корисний, розважальний та освітній контент, який буде цінним для аудиторії. Контент-стратегія має включати регулярність публікацій, адаптацію до трендів та врахування сезонних особливостей ринку.

Залучення аудиторії є ще одним ключовим аспектом SMM. Активна комунікація з підписниками, відповіді на коментарі, участь у дискусіях, проведення опитувань та конкурсів сприяють підвищенню рівня взаємодії

з брендом. Алгоритми соціальних мереж віддають перевагу контенту, що отримує багато реакцій та коментарів, тому залученість напряму впливає на органічне охоплення (Монастирський, Турчин, 2018).

Реклама в соціальних мережах є потужним інструментом для просування товарів та послуг. Платформи пропонують розширені можливості таргетованої реклами, що дозволяють точно налаштовувати аудиторію за інтересами, поведінкою, місцем розташування та іншими параметрами. Використання аналітики допомагає відстежувати ефективність рекламних кампаній, аналізувати показники залученості, конверсії та ROI.

Співпраця з блогерами та лідерами думок стала популярним методом просування у соціальних мережах. Інфлюенс-маркетинг дозволяє підприємствам швидко охоплювати велику аудиторію через довіру до блогерів. Важливо правильно обирати інфлюенсерів, орієнтуючись не лише на кількість підписників, а й на рівень залученості та релевантність до бренду.

Медіаканали в соціальних мережах поділяються на три типи: здобуті, власні та платні. Здобуті медіаканали – це особисте або публічне просування бренду або товару. Джерела здобутих медіаканалів включають огляди і відгуки клієнтів, згадки коментарів соцмережах, поширення, ретвіти й лайки дописів, контент про бізнес на сторонніх сайтах, публікації в блозі про бізнес та користувацький контент, пов'язаний із бізнесом. Власні медіаканали – це весь цифровий контент, який бренд повністю контролює. Джерела власних медіаканалів включають вебсайти, блоги, профілі в соціальних мережах і громадські форуми. Платні медіаканали – це будь-яка форма цифрової реклами, за яку бренд платить в Інтернеті.

Автоматизація SMM-стратегії значно спрощує роботу з контентом та комунікаціями. Використання сервісів для планування публікацій, аналізу аналітики, чат-ботів для обробки повідомлень допомагає оптимізувати процеси та ефективніше взаємодіяти з аудиторією (Романишин, Греськів, 2015).

Оцінка ефективності SMM є важливою складовою маркетингової стратегії. Основними показниками успішності є охоплення, рівень залученості, кількість підписників, конверсія та зворотний зв'язок від аудиторії. Регулярний аналіз даних дозволяє коригувати стратегію, адаптувати контент та підвищувати ефективність кампаній.

Таким чином, маркетинг підприємства у соціальних мережах є комплексним процесом, що вимагає стратегічного підходу, якісного контенту, ефективної комунікації та гнучкої адаптації до змін у цифровому середовищі. SMM дозволяє підприємствам не лише просувати свою продукцію, а й будувати довготривалі відносини з клієнтами, створюючи лояльну спільноту навколо бренду.

ЛІТЕРАТУРА

- Горбаль, Н. І., Ільницька, К. О., & Романишин, С. Б. (2018). Професія SMM-маркетолога в Україні: проблеми та перспективи. *Бізнес Інформ*, 12, 477–482. Отримано з http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_12_71

- Keillor, B. D. (2007). *Marketing in the 21st Century: New world marketing*. Отримано з <https://books.google.com.ua/books?id>
- Монастирський, Г. Л., & Турчин, Л. Я. (2018). Social Media Marketing як інструмент просування підприємств-надавачів транспортних послуг. *Економічний аналіз*, 28(1), 258–264.
- Романишин, С. Б., & Греськів, І. Р. (2015). Особливості маркетингової діяльності в соціальних мережах. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*, 819, 183–188. Отримано з http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2015_819_27

РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ТУРБУЛЕНТНОСТІ

Стецюк А. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Афанасьєв К. М.**

Кандидат економічних наук,

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасних умовах економічної турбулентності, коли ринки зазнають постійних змін, особливо важливою для підприємств стає здатність адаптувати свої маркетингові стратегії до нових викликів. У цьому контексті особливу роль відіграє розробка та реалізація ефективних маркетингових стратегій, які можуть забезпечити стабільний розвиток та конкурентоспроможність бізнесу.

Дослідження, проведене на прикладі ФОП Захарченко О. Ю. показало, що ефективна маркетингова стратегія є ключем до досягнення успіху навіть в умовах економічної нестабільності. Це підприємство надає транспортні та будівельні послуги, що вимагає особливої уваги до потреб і вимог ринку, а також до здатності швидко реагувати на зміни. Першими двома етапами розробки маркетингової стратегії є аналіз зовнішнього середовища та проведення SWOT-аналізу (Петрова, 2022).

Детальний аналіз зовнішнього середовища може бути здійснений за допомогою PESTEL-аналізу, що дає змогу визначити політичні, економічні, соціальні, технологічні, екологічні та правові фактори, які впливають на діяльність підприємства. В умовах економічної турбулентності важливо орієнтуватися на зміну попиту, коливання валютних курсів, а також на законодавчі ініціативи, які можуть впливати на транспортну та будівельну галузь. SWOT-аналіз дозволяє визначити внутрішні сильні та слабкі сторони підприємства, а також можливості та загрози зовнішнього середовища.

Щоб підвищити ефективність маркетингових стратегій, підприємству варто впроваджувати програму лояльності для постійних клієнтів. Це може включати систему знижок, бонусів або спеціальних пропозицій для тих, хто регулярно користується послугами компанії. Такий підхід не лише стимулює повторні покупки, а й формує позитивний імідж бренду, що сприяє залученню нових клієнтів через рекомендації (Булега, 2023).

В умовах економічної турбулентності основною проблемою для компаній є нестабільність і непередбачуваність ринку. Тому важливо мати можливість швидко адаптувати стратегії, що передбачають (Європейська бізнес асоціація, 2022):

- гнучкість цінової політики: можливість коригувати ціни в залежності від змін попиту, витрат на матеріали, коливань валютних курсів;
- диверсифікацію послуг: розширення спектру послуг дозволяє знизити ризики, пов'язані з нестабільністю однієї з галузей (транспорт чи будівництво);
- оптимізацію витрат: скорочення витрат на непродуктивні процеси за рахунок автоматизації, а також оптимізацію логістики та закупівель.

Крім того, варто активно використовувати сучасні методи аналітики для оцінки ефективності маркетингових кампаній. Використання інструментів аналітики, таких як Google Analytics або CRM-системи, дозволяє відстежувати поведінку клієнтів, аналізувати конверсію та приймати більш обґрунтовані рішення щодо подальших рекламних заходів.

Одним із важливих напрямів є активне використання онлайн-інструментів для залучення нових клієнтів та збереження лояльності існуючих. Сюди можна виділити таргетовану рекламу та контент-маркетинг (WebPromo, 2024). Використання таргетованої реклами на Facebook та Instagram дозволяє точно визначати цільову аудиторію, що дозволяє зменшити витрати на рекламу та підвищити ефективність комунікацій. Розробка контент-плану для соціальних мереж і створення корисного контенту дозволяє підтримувати зв'язок з аудиторією, підвищувати впізнаваність бренду та залучати нових клієнтів.

Для оцінки ефективності маркетингових стратегій аналізують залученість клієнтів, фінансові показники та конкурентоспроможність. Перший показник включає кількість нових клієнтів, активність у соцмережах, відгуки та рейтинги, другий – зростання продажів, доходу та рентабельності, третій – зміни позицій підприємства на ринку та моніторинг тенденцій.

Для покращення конкурентоспроможності на ринку підприємство може працювати над такими двома напрямками: вдосконалення маркетингових каналів та оптимізація взаємодії з партнерами. Працюючи з цифровими каналами, слід збільшити інвестиції у таргетовану рекламу в інтернеті, а також активно використовувати соціальні мережі для просування послуг. Також слід відмітити, що розвиток довгострокових партнерських відносин з постачальниками та замовниками дозволить знижувати витрати і покращувати обслуговування клієнтів.

ЛІТЕРАТУРА

- Петрова І. (2022). *Маркетингові стратегії як інструмент підвищення фінансово-економічної безпеки підприємства у періоді криз*. Отримано з <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4721>
- Булега Ю. (2023). *Розробка стратегії маркетингу*. Отримано з <https://market-ing.cv.ua/page4.html>
- Європейська бізнес асоціація. (2022). *Економічна турбулентність*. Отримано з <https://eba.com.ua/advocacy/>
- WebPromo. (2024). *Таргетована реклама як маркетингова стратегія*. *WebPromoExperts*. Отримано з <https://webpromoexperts.net/ua/blog/tochno-v-cil-yak-stvoriti-efektivnu-reklamnu-strategiyu-z-targetuvannyam/>

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Удінцева Д. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Новікова Н. Л.

Доктор економічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Розвиток підприємства вимагає постійної адаптації до вимог мінливого бізнес-середовища, а отже, маркетингові стратегії, що застосовуються підприємством, також повинні демонструвати подібний ступінь динамізму та гнучкості, щоб залишатися ефективними у стимулюванні розвитку.

Поняття “*маркетингова стратегія*” охоплює комплексний підхід, який диктує, як бізнес буде взаємодіяти зі своїм цільовим ринком для досягнення своїх цілей. На відміну від маркетингового плану, який окреслює конкретні дії для рекламних кампаній, стратегія слугує орієнтиром для всіх маркетингових зусиль. Вона створює основу для прийняття довгострокових рішень, формуючи методи, які підприємство використовуватиме для задоволення потреб як існуючих, так і потенційних клієнтів, використовуючи при цьому внутрішні ресурси та зовнішні можливості. Добре розроблена маркетингова стратегія забезпечує чітку “ціннісну пропозицію”, яка диференціює бізнес на ринку та сприяє лояльності клієнтів. (Ellering, 2024)

Наприклад, АТБ-Маркет широко відомий як найбільша продуктова мережа в Україні, що працює у форматі “дискаунтер”. Низькі ціни – це ціннісна пропозиція мережі, тому всі її бізнес-операції та маркетингові зусилля ґрунтуються на цій ідеї, яка приваблює її основну споживчу базу.

Таким чином, *маркетингову стратегію* можна визначити як довгостроковий, розрахований на перспективу план, який спрямовує бізнес або організацію на досягнення стійкої конкурентної переваги, шляхом зосередження уваги на розумінні та задоволенні потреб і бажань клієнтів.

Розрізняють чотири основні категорії маркетингових стратегій, кожна з яких має свої підгрупи, що сприяють зростанню бізнесу (Vlasiuk, 2025). Ці стратегії слугують фундаментальною основою для масштабування бізнесу та ефективної конкуренції на ринку:

1. *Глобальні маркетингові стратегії* зосереджені на розширенні охоплення бізнесу за межами національних кордонів. Це передбачає вихід на іноземні ринки, адаптацію продукції до міжнародних стандартів та формування стратегічних партнерств для взаємної вигоди.

2. *Базові маркетингові стратегії* спрямовані на максимізацію прибутку, зосереджуючись на перевагах продукту та конкурентному позиціонуванні. Ключові тактики включають зниження цін за рахунок скорочення витрат, диференціацію продукції за рахунок унікальних властивостей та концентрацію зусиль на певному сегменті ринку.

3. *Конкурентні маркетингові стратегії* спрямовані на утримання або посилення позиції компанії на ринку. Вони включають використання нових технологій, сприяння залученню клієнтів і вдосконалення ринкової орієнтації, щоб випередити конкурентів.

4. *Стратегії зростання* наголошують на збільшенні продажів і прибутків за рахунок ефективного використання ресурсів, відкриття нових можливостей і розширення асортименту продукції. Вони часто включають зусилля, спрямовані на залучення нових сегментів і вдосконалення існуючих пропозицій.

Коли справа доходить до стратегій зростання, компанії повинні ретельно продумати, як саме вони будуть розширювати свою присутність на ринку та асортимент продукції. Матриця Ансоффа є важливим інструментом для бізнесу, який окреслює чотири основні стратегічні варіанти, засновані на взаємозв'язку між продуктами та ринками.

Таблиця 1

Стратегії зростання за матрицею Ансоффа (Peterdy, 2023)

Стратегія	Опис	Приклади
Проникнення на ринок	Фокусується на збільшенні продажів існуючих продуктів на існуючому ринку. Зростання може відбуватися за рахунок програм лояльності або заохочення до частішого використання.	Кампанія McDonald's "I'm Lovin' It" була зосереджена на залученні існуючих клієнтів на існуючому ринку за допомогою яскравої рекламної кампанії.
Розвиток ринку	Передбачає виведення існуючих продуктів на нові ринки. Успіх залежить від пошуку потенційних клієнтів у нових місцях або демографічних групах, використовуючи нові канали дистрибуції.	Експансія Starbucks на китайський ринок з існуючими кавовими продуктами є гарною ілюстрацією стратегії розвитку ринку.

Стратегія	Опис	Приклади
Розвиток продукту	Зосереджується на збільшенні продажів існуючих продуктів на існуючому ринку. Зростання може відбуватися за рахунок програм лояльності або заохочення до частішого використання.	Випуск компанією Apple нової версії iPhone з розширеними можливостями для існуючої клієнтської бази.
Диверсифікація	Найризикованіший підхід, що передбачає вихід на новий ринок з новим продуктом. Ця стратегія використовується, коли існуючі ринки пропонують обмежене зростання або коли зовнішні умови вимагають змін.	Запуск Amazon Web Services (AWS), що пропонує послуги хмарних обчислень на абсолютно новому ринку.

Таким чином, розробка маркетингової стратегії включає детальний аналіз ринку, дослідження конкурентів, особливостей продукції клієнта (і обов'язково конкурентних зразків) та унікальності бізнесу. У такій стратегії є багато етапів, які тісно пов'язані між собою, але вони не завжди можуть бути статичними. Ринок змінюється, і щоб утримувати охоплення на високому рівні та залучати аудиторію, потрібно постійно відстежувати ці зміни та коригувати типи та складові маркетингової стратегії.

ЛІТЕРАТУРА

- Ellering, N. (2024). *Marketing strategy*. Отримано з CoSchedule Blog: <https://coschedule.com/marketing-strategy>
- Pavlo Vlasniuk. (2025). *Marketing strategy: what it is, main types and how to create it*. Отримано з Wedex: <https://wedex.com.ua/en/blog/marketing-strategy-what-it-is-main-types-and-how-to-create-it/>
- Peterdy, K. (2023). *Ansoff Matrix*. Отримано з Corporate Finance Institute: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/ansoff-matrix/>

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ЗА УМОВ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Черепанова В. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Оленцевич Н. В.**

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Сталий розвиток економіки передбачає вирішення триєдиного завдання – забезпечення балансу між економічним зростанням, соціальним добробутом і збереженням довкілля. Одним із ключових факторів цього процесу є забезпечення екологічної стійкості, що вимагає раціонального використання природних ресурсів, мінімізації негативного впливу господарської діяльності на навколишнє середовище та впровадження екологічно безпечних технологій. Сучасні тенденції розвитку світової економіки переконують нас у тому, що традиційні моделі зростання, орієнтовані на інтенсивне використання природних ресурсів задля невинного нарощування споживання, більше не є ефективними. Натомість зростає роль зеленої економіки, що забезпечує одночасний економічний розвиток та екологічну безпеку (Амелічева & Тюрін, 2023, с. 80).

Важливим фактором екологічної стійкості є державна політика, яка підтримує підприємства, що дотримуються екологічних норм, запроваджують екостандарти та заохочують інвестиції у відновлювану енергетику. Наприклад, у країнах ЄС активно впроваджують циркулярну економіку, яка замість традиційного використання ресурсів передбачає їх повторну переробку та зменшення відходів. Окрім цього, економічний розвиток має йти в ногу з екологічною модернізацією підприємств, що сприятиме зниженню рівня забруднення довкілля та раціональнішому використанню природних ресурсів (Ковальчук, 2019, с. 20).

У країнах, що розвиваються, проблеми екологічної стійкості є особливо актуальними, оскільки швидке економічне зростання часто супроводжується виснаженням природних ресурсів та погіршенням стану довкілля. Вибір серед пріоритетів – нарощування виробництва і споживання, збільшення поточного доходу, залишають поза увагою питання забезпечення екологічної стійкості і збереження довкілля для майбутніх поколінь. Проте, досвід розвинених країн демонструє, що запровадження ефективної екополітики, розвиток альтернативної енергетики та екологічних технологій не тільки допомагають зменшити негативний вплив на природу, а й сприяють створенню нових робочих місць і покращенню рівня життя населення. Один із важливих напрямів у цьому процесі – екологічне підприємництво, яке орієнтоване на виробництво екологічно безпечних товарів і послуг, що дозволяє знизити негативний вплив людини на навколишнє середовище. Для підтримки екологічного підприємництва реалізуються численні урядові програми заохочення по типу спільної програми федерального та регіонального урядів Німеччини

щодо підтримки виробництва електрики на основі сонячних генераторів. Урядом передбачалось надання субсидій особам, які встановлювали системи фотоінсталяції на дахах приватних будинків. Розмір субсидії міг становити до 70 % інвестованих у зелену енергетику коштів.

Загалом фінансові механізми відіграють дуже важливу роль у збереженні екологічної рівноваги, адже вони допомагають спрямовувати ресурси на захист довкілля та розвиток екологічно чистих технологій. Наприклад, екологічне оподаткування не лише забезпечує додаткові надходження до бюджету, а й мотивує підприємства знижувати рівень забруднення та переходити на сталі джерела енергії. Крім того, спеціальні фонди та державні програми підтримки допомагають фінансувати екологічні ініціативи, сприяючи впровадженню інновацій у сфері сталого розвитку

Не менш важливим аспектом стає екологічна освіта, яка формує усвідомлення необхідності відповідального ставлення до природи. Інформаційні кампанії, навчальні програми та ініціативи з підвищення екологічної свідомості допомагають людям розуміти наслідки надмірного споживання ресурсів і сприяють більш екологічному способу життя. Освічене суспільство активніше підтримує екологічні реформи та бере участь у природоохоронних заходах (Ковальчук, 2019).

Разом з тим, слід усвідомлювати, що досягти екологічної стабільності на глобальному рівні без міжнародної співпраці неможливо. Такі ініціативи, як підписання Паризької угоди та Цілей сталого розвитку ООН, спрямовані на вирішення екологічних проблем, передбачають об'єднання зусиль різних країн у забезпеченні сталого розвитку. Запровадження загальних для всіх країн екологічних стандартів може значно скоротити рівень забруднення та сприяти поширенню “зелених” технологій у світовій економіці (Потапенко, 2012).

Досягнення екологічної стабільності в умовах економічного розвитку є складним завданням, яке вимагає всебічного підходу. Вирішальну роль у цьому процесі відіграють державне регулювання, фінансові стимули, технологічні інновації, міжнародна співпраця та екологічна просвіта. Лише узгоджене застосування цих механізмів дозволить гармонійно поєднати економічний прогрес із збереженням природних ресурсів, що є ключовою передумовою для забезпечення добробуту наступних поколінь.

ЛІТЕРАТУРА

- Амелічева, Л. П., & Тюрін, Є. Є. (2023). Еволюція зеленої економіки в умовах сталого розвитку. *Економіка і організація управління*, 1, 77–88.
<https://doi.org/10.31558/2307-2318.2023.1.8>
- Потапенко, В.Г. (2012) Стратегічні пріоритети безпечного розвитку України на засадах “зеленої економіки”: монографія, [за наук. ред. д.е.н., проф. С. В. Хлобистова]. НІСД.
- Ковальчук С. Я. (2019) Екологічна складова економічного зростання. *Агроsvim*, 7, 17–25.
DOI: [10.32702/2306-6792.2019.7.17](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.7.17)

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Чилібійська А. Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Лиса С.С.**

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

З точки зору конкурентної боротьби основною характеристикою підприємства є його конкурентоспроможність. У сучасних умовах високої конкуренції маркетинг відіграє ключову роль у забезпеченні сталого розвитку підприємств, підвищенні впізнаваності бренду та залученні нових клієнтів. Дослідження, проведене на прикладі ТОВ “Бергамо Україна”, показало, що ефективне використання маркетингових інструментів дозволяє зміцнити ринкові позиції компанії, забезпечити її конкурентоспроможність та розширити цільову аудиторію.

У ході аналізу були застосовані різні методи оцінки ринкової ситуації, серед яких SWOT-аналіз, PESTEL-аналіз (Рис. 1), модель п’яти сил Портера та метод еталону. За підсумками проведених аналізів було виявлено, що основними сильними сторонами компанії є широкий асортимент продукції, співпраця з провідними ритейлерами (Rozetka, Епіцентр, Алло), а також гнучкість у реагуванні на ринкові зміни. Основними викликами є високий рівень конкуренції, необхідність постійного оновлення маркетингових стратегій та адаптація до змін у поведінці споживачів. (Bergamo)

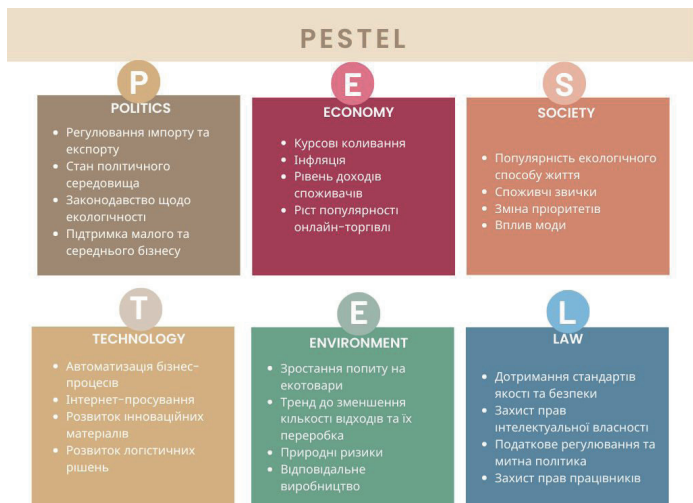


Рис. 1. PESTEL аналіз ТОВ “Бергамо Україна” (Peterdy, 2024)

На основі отриманих даних було розроблено комплекс заходів для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Зокрема, запропоновано:

- Впровадження контент-плану для соціальних мереж, що сприятиме зростанню активності та підвищенню впізнаваності бренду.
- Співпрацю з інфлюенсерами для розширення аудиторії та формування довіри до продукції компанії.
- Регулярний аналіз активності у соціальних мережах та коригування маркетингової стратегії для оптимізації рекламних витрат і підвищення ефективності комунікацій.
- Використання спільних активностей із ритейлерами.
- Розробку професійних презентацій нової продукції для ефективного представлення товарів партнерам та корпоративним клієнтам.

Таблиця 3.1

Очікувані результати від заходів для підвищення конкурентоспроможності ТОВ “Бергамо Україна”

Заходи	Очікуваний ефект	Прогнозовані результати (KPI)
Контент-план для соціальних мереж	Підвищення активності та впізнаваності бренду	• +40-50 % залученість у соціальних мережах • +20-40 % підписників • Зростання конверсії в продажі
Робота з інфлюенсерами	Розширення аудиторії та довіри до бренду	• +5 тис. нових охоплень • +20-30 % зростання продажів • Формування лояльної аудиторії
Аналіз активності та коригування стратегії	Оптимізація контенту та рекламних витрат	• Оптимізація витрат на рекламу • Визначення найефективніших форматів контенту • Підвищення ROI маркетингу
Презентації нової продукції	Покращення співпраці з партнерами та збільшення продажів	• +15 % корпоративних замовлень • Покращення сприйняття бренду • Зміцнення позицій компанії
Співпраця з ритейлерами	Покращення представленості продукції та зростання продажів	• +10-30 % зростання продажів через ритейл-канали • Розширення асортименту в мережах ритейлерів • Залучення нових партнерів

Прогнозована ефективність цих заходів передбачає збільшення залученості аудиторії у соціальних мережах на 40-50 %, зростання охоплення через співпрацю з блогерами до 5 тис. контактів, приріст корпоративних

замовлень на 15 % та загальне підвищення обсягів продажів на 20-30 %. Очікується також покращення ROI маркетингових активностей та зміцнення брендової впізнаваності компаній.

Таким чином, дослідження підтвердило важливість маркетингу як інструменту забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Запропоновані заходи дозволять ТОВ “Бергамо Україна” не лише утримувати свої ринкові позиції, а й активно розвиватися, підвищуючи рівень продажів та формуючи лояльну клієнтську базу.

ЛІТЕРАТУРА

Bergamo. *Bergamo*. Отримано з Bergamo:

<https://surl.li/gpncet>

Peterdy, K. (2024). *PESTEL Analysis*. Отримано з CFI:

<https://surli.cc/kwysiq>

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ ТА ЛЮДЕЙ ПЕРЕДПЕНСІЙНОГО ВІКУ: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ

Чинча А. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Оленцевич Н.В.**

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасних умовах Україна переживає складний період трансформації ринку праці, що супроводжується суттєвим скороченням кількості робочих місць для працевлаштування внаслідок військових дій і окупації територій, зростанням рівня безробіття, посиленням міграційних процесів та масштабними демографічними змінами. Особливо вразливими до викликів на поточному ринку праці залишаються дві категорії – молодь та люди передпенсійного віку, які часто опиняються поза увагою системи стандартної державної підтримки. Молоді люди зіштовхуються з труднощами через нестачу досвіду та практичних навичок, в той час як старші працівники потерпають від ризику вікової дискримінації і труднощів у пристосуванні до нових вимог ринку праці. З огляду на ці виклики, актуальним є вивчення та запозичення ефективного міжнародного досвіду для стимулювання зайнятості молоді та запровадження політики підтримки працівників старшого віку. Впровадження таких практик в Україні дозволить не лише покращити ситуацію на ринку праці, а й забезпечити соціальну справедливість та економічну стабільність країни.

Регулювання ринків праці є одним із важливих аспектів державної соціальної політики в європейських країнах. Проблеми забезпечення гендерної рівності і недискримінації працівників за віковими ознаками посідають чільне місце серед напрямів політики зайнятості, яка передбачає поєднання різноманітних інструментів профорієнтації, професійного

навчання і перекваліфікації, навчання на робочому місці, запровадження режимів гнучкої і часткової зайнятості. Зарубіжний досвід демонструє, що основним елементом політики сприяння працевлаштуванню молоді є поєднання освіти з практичною підготовкою. Одним із найуспішніших прикладів є дуальна система професійної освіти у Німеччині, Франції та Швейцарії, що поєднує навчання в професійних школах з проходженням оплачуваної практики на підприємствах. Це дозволяє молодим людям отримати професійні знання та реальні виробничі навички, а також гарантує високий рівень їхньої конкурентоспроможності на ринку праці.

Важливою складовою молодіжної політики зайнятості є державні програми субсидування роботодавців. У Великій Британії та Нідерландах функціонують програми, що передбачають відшкодування частини витрат на оплату праці молодих спеціалістів у період адаптації. Окрім цього, позитивно зарекомендували себе молодіжні центри праці (Швеція, Франція), фахівці яких надають консультації, допомагають із пошуком роботи, організовують тренінги з розвитку “м’яких навичок” та підтримують молодіжне підприємництво.

Щодо політики найму людей передпенсійного віку, дієвою виявилася практика країн Північної Європи, де активно розвиваються програми перекваліфікації та навчання протягом життя. Це дозволяє людям старшого віку залишатися конкурентоспроможними навіть в умовах динамічних змін на ринку праці. Водночас важливим фактором є створення умов для гнучкої зайнятості: запровадження часткової зайнятості, дистанційної роботи, скорочених робочих тижнів, що дозволяє старшим людям залишатися економічно активними, попри зниження конкурентоспроможності на ринку праці (Age discrimination, 2025).

Додатковим фактором є законодавчі гарантії для таких людей, які широко застосовуються у країнах ЄС. Вони гарантують рівні права на працевлаштування та захист від незаконного звільнення незалежно від віку (Breadcrumb, 2023).

Впровадження в Україні подібних підходів може значно підвищити рівень зайнятості та соціальної захищеності молоді і людей старшого віку, цих двох важливих категорій населення. Доцільно більш активно адаптувати елементи дуальної освіти, запровадити практику субсидування роботодавців, які готові приймати на роботу молодь або людей старшого віку. Цікавою могла би стати практика поєднання двох поколінь у межах одного виробничого простору, що дозволило би створити реальну атмосферу навчання і отримання навичок представниками молодого покоління за рахунок передачі професійних знань і вмінь від людей старшого віку. Слід активно сприяти створенню мережі молодіжних центрів праці та реалізації державних програм перекваліфікації осіб передпенсійного віку із допомогою у працевлаштуванні. Важливою складовою має стати й посилення соціального захисту працівників старшого віку.

Отже, використання кращих міжнародних практик дозволить Україні побудувати ефективну систему сприяння зайнятості молоді та людей передпенсійного віку, підвищити рівень соціальної справедливості та забезпечити сталий економічний розвиток.

ЛІТЕРАТУРА

- Age discrimination (2025). European Commission.
https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/age-discrimination_en
- Breadcrumb (2023). AGE Platform Europe.
<https://www.age-platform.eu/barometer-2023/end-age-discrimination-in-employment/>
- Youth employment support (2025). Employment, Social Affairs and Inclusion.
<https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1036&langId=en>
- Вчитися та заробляти: що таке дуальна освіта та як вона працює за кордоном і в Україні. (2025). Нова українська школа | Веб-ресурс НУШ.
<https://nus.org.ua/2023/08/01/vchytysya-ta-zaroblyaty-shho-take-dualna-osvita-ta-yak-vona-pratsyuye-za-kordonom-i-v-ukrayini/>

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Шаповалов Д. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Новікова Н. Л.

Доктор економічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Маркетинг, як функція менеджменту, має таке ж важливе значення, як і інші функції управління на підприємстві, такі як фінансове управління, виробниче управління, управління інноваціями, управління персоналом та інші. Відомий фахівець з маркетингу, професор Ф. Котлер, визначає маркетинг як вид діяльності, спрямований на задоволення потреб людей через обмін, тобто як специфічну діяльність, необхідну для функціонування підприємства в ринковому середовищі. Узагальнюючи різні підходи, можна сформулювати таке визначення: маркетингова діяльність – це процес досягнення маркетингової мети і виконання робіт, пов'язаних з функціонуванням підрозділів маркетингу на підприємстві з використанням наявного інструментарію.

Маркетингова діяльність підприємства залежить від рівня розвитку маркетингової служби та наявності кваліфікованих фахівців. Важливо також мати добре налагоджену маркетингову систему, ефективну організаційну структуру управління маркетингом, розроблений маркетинговий інструментарій та його використання для досягнення цілей підприємства.

ПриватБанк був заснований у 1992 році та має статус одного з провідних банків на ринку України. У 2023 році з ПриватБанком співпрацювали 64,7 % фізичних осіб віком старше 16 років. АТ КБ “ПриватБанк” є універсальним банком з фокусом на роздрібний сегмент, активно просуваючи послуги для малого та середнього бізнесу та вибірково працюючи в корпоративному секторі.

Незважаючи на наявні проблеми в економіці України, банк продовжує бути достатньо стабільним та забезпечувати певну ліквідність. Із негативних показників можемо зазначити незначний темп зростання активів у вигляді виданих кредитів та авансів клієнтам, певне скорочення рентабельності активів, погіршення показника адекватності капіталу у порівнянні із довоєнним рівнем.

Досягти подальшого поліпшення результуючих показників у вигляді росту доходів та прибутку можна за рахунок активізації маркетингової діяльності. Маркетингові витрати АТ “КБ “ПРИВАТБАНК” за період з 2019 по 2023 рік становлять лише до 1 % від сукупних операційних витрат різного виду, хоча аналізована установа продовжує бути найбільш популярним та впізнаваним банківським брендом в Україні. Загалом зростання витрат на маркетинг та піар лишається достатньо стабільним, починаючи з 2020 року. Показниками ефективності маркетингової діяльності є обсяги продажів та доходів, які отримує підприємство, що веде подібну маркетингову діяльність.

Загалом доходи підприємства мають тенденцію до загального зростання. Ми бачимо відновлення та зростання у 2023 р. порівняно із першим роком війни. У той же час просідання показників у 2022 р. було незначним і в основному пов’язано лише із скороченням доходів від еквайрингу (більше ніж на 2 млрд ₪) та скороченням на 2,5 млрд ₪ доходів за підходом ефективного відсотка від надання у користування активів фізособам. Якщо проаналізувати процентний дохід, то він має тенденцію до зростання. Причому це зростання було достатньо швидким. Якщо ми проаналізуємо чистий комісійний дохід, то він формується, наприклад, через різні види обслуговування рахунків, перекази між картками та рахунками, еквайринг тощо. Загалом роль отриманих доходів за комісіями, тобто комісійно-розрахунковими операціями в банку із початком війни суттєво зменшилась. Власне на це може бути і розрахована в майбутньому маркетингова кампанія.

Показники ефективності маркетингових витрат у розрізі різних статей доходів

Стаття доходів	Тіснота зв’язку
Прибуток за рік	0,834323
Чистий процентний дохід	0,969339
Чистий комісійний дохід	0,783215
Доходи від кредитів та авансів фізособам	0,378794
ДОХОДИ ВІД КРЕДИТІВ МСП	0,963034
Розрахункові операції	0,877653
Еквайринг	0,727114
Міжнародні платіжні системи	0,914571

Джерело: розраховано автором.

Дане дослідження має певні обмеження. По-перше, ми проаналізували достатньо короткий проміжок часу, який може не демонструвати певні сталі тенденції. По-друге, вплив факторів на формування доходів в основному проявляється не через маркетингові витрати.

Як ми знаємо, тіснота зв'язку є тим більшою, чим ближчий показник кореляції до одиниці. Таким чином, найбільш сильно маркетингові витрати корелюють із чистим процентним доходом, доходом від кредитування малого та середнього бізнесу, а також отриманим доходом від розрахункових операцій та міжнародних платіжних систем.

Отже, рекомендацією в даному напрямку є збільшення маркетингових затрат та посилення позицій на корпоративному секторі. Крім того, доцільно використовувати екстенсивне нарощення маркетингової активності за напрямками кредитування корпоративного сектору, розрахункових операцій та міжнародних платіжних систем, змінити рекламну та маркетингову стратегію у відношенні до цих сегментів клієнтів. Наприклад, просувати через соціальні мережі та активний соціальний піар. Щодо еквайрингу, слід залучати нових клієнтів серед бізнесів шляхом прямого їх пошуку.

ЛІТЕРАТУРА

Planning, S. (24 лютий 2023 г.). *Surprising Statistics about Strategic Planning*.

Отримано з Funding For Good:

<https://fundingforgood.org/statistics-about-strategic-planning/>

UA5. (2025). Кореляційний аналіз даних: що це таке і як його застосовувати.

Отримано з UA5:

<https://surl.li/jgert>

МЕРЧЕНДАЙЗИНГ СИРНОЇ ПРОДУКЦІЇ: ЯК ПІДВИЩИТИ ПРОДАЖІ ЗА ДОПОМОГОЮ ВИКЛАДКИ ТОВАРУ

Шечкова С. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Глівінська Ю.В**

Кандидат економічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Мерчандайзинг відіграє важливу роль у процесі управління продажами в ритейлі. Це не тільки стратегічне розміщення товарів на полицях магазину, а й ціла система, яка включає в себе різні інструменти для залучення уваги покупців, підвищення продажів та покращення клієнтського досвіду. Правильна організація викладки сирної продукції безпосередньо впливає на рішення покупця, оскільки сир є продуктом, що потребує специфічних умов зберігання та має широкий асортимент, що вимагає чіткої категоризації (Семенда, Корман, Семенда, 2021).

Існують кілька підходів до організації викладки сирної продукції, кожен з яких має свої особливості:

Темперна викладка

Температурні умови є критично важливими для збереження якості сирів. М'які сири та сири з пліснявою потребують постійного зберігання в холодильних вітринах або камерах. Це дозволяє зберігати їх аромат і текстуру на належному рівні. Для підвищення привабливості викладки до сирів можна додавати відповідні продукти, такі як вино, джеми чи м'ясні закуски, якщо це відповідає асортименту магазину.

Групові викладки

Організація викладки сирів за категоріями дозволяє спростити процес пошуку та вибору товару для покупця. Класифікація сирів за типами молока (козяче, коров'яче, овече), технологією виробництва (м'які, тверді, з пліснявою), а також країною походження допомагає структурувати асортимент та зменшити кількість помилок при виборі.

Тематичні викладки

Тематичні викладки – це творче використання простору для привертання уваги до певних продуктів в рамках акцій або сезонних пропозицій. Наприклад, для свят можна оформити столики з сирами, що гармонійно поєднуються з іншими делікатесами, як-от вино, мед або оливки. Використання таких інструментів, як промо-столи, тейбл-тенти, штендери чи цифрові екрани, допомагає привернути увагу до особливої продукції, що акцентує на брендових пропозиціях.

Основні принципи мерчандайзингу:

Розташування товарів

Розташування сирної продукції повинно базуватися на принципах зручності для покупця. Товари, що користуються найбільшим попитом, повинні бути розміщені на рівні очей або на найбільш доступних полицях. Важливо враховувати принцип “гарячих точок”, коли найпопулярніші продукти розташовуються в місцях, де їх легко помітити (на кутових полицях або поруч із основними проходами).

Цінники та етикетки

Етикетки та цінники мають бути чіткими, добре видимими та зрозумілими для покупця. Використання яскравих кольорів і великих шрифтів привертає увагу та допомагає споживачеві швидше орієнтуватися в асортименті. Окремо варто виділити використання акційних цінників, які підвищують інтерес до товару і стимулюють покупця зробити покупку (Разумова, Оскома, Окуневич 2023).

Акції та знижки

Регулярні акції на сирну продукцію можуть стати потужним стимулом для збільшення продажів. Спеціальні пропозиції, сезонні знижки, бонуси за покупку декількох товарів або комбіновані пакети допомагають не лише підвищити обсяги продажів, але й залучити нових клієнтів. Важливо, щоб такі акції були добре помітні та зрозумілі для покупців.

Обслуговування клієнтів

Наявність добре навчених консультантів може значно поліпшити досвід покупця і вплинути на підвищення лояльності до бренду. Консультанти

мають бути обізнані з асортиментом сирів, їх особливостями та поєднаннями, щоб допомогти покупцям зробити правильний вибір.

Залучення покупців через дегустації та промо-акції

Організація дегустацій – це один з найбільш ефективних способів залучення покупців. Вона дає змогу покупцеві безпосередньо оцінити смак і якість продукту, що значно підвищує ймовірність покупки. Дегустації можуть бути організовані в межах магазину, що дозволяє створити додаткові точки залучення покупців, а також акцентувати увагу на новинках або спеціальних пропозиціях.

Отже, мерчандайзинг сирної продукції є потужним інструментом, який дозволяє підвищити ефективність продажів, залучити нових покупців і підвищити лояльність існуючих клієнтів. Застосування правильних стратегій викладки товарів, використання акційних пропозицій, а також організація ефективної комунікації з покупцем допомагають формувати позитивний досвід і забезпечують довгостроковий успіх у бізнесі.

ЛІТЕРАТУРА

Семенда Д.К., Корман І.І., Семенда О.В. (2021). Вплив мерчандайзингу на поведінку споживачів. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління, випуск 1 (28)*. 42-46.

DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.28-8>.

Разумова Г.В., Оскома О.В., Окуневич І.І. (2023). Сучасні інструменти та тенденції розвитку рекламного ринку України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство, випуск 49*, 122–126.

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2023-49-23>

ОПТИМІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ

Якимчук С. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Тарасюк М. В.**

Доктор економічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасних умовах високої конкуренції та швидкого розвитку технологій підприємства стикаються з необхідністю постійного вдосконалення своїх маркетингових стратегій. Традиційні методи маркетингової діяльності втрачають свою ефективність через зміни в споживчих уподобаннях, глобалізацію ринків та цифрову трансформацію. Внаслідок цього постає потреба в оптимізації управління маркетингом за допомогою впровадження інноваційних підходів та інструментів, що дозволяють підприємствам залишатися конкурентоспроможними в умовах постійних змін.

Варто зазначити, що оптимізація маркетингової діяльності передбачає впровадження інноваційних методів управління, які забезпечують більш ефективне використання ресурсів, підвищення рівня взаємодії зі споживачами та адаптацію до змін ринку. Сучасний маркетинг все більше зосереджується на персоналізованому підході до клієнтів. Завдяки аналітиці поведінки споживачів компанії можуть формувати індивідуальні пропозиції, що підвищує рівень лояльності та сприяє зростанню продажів.

Важливим є використання аналітики великих даних (Big Data), дозволяє отримувати детальну інформацію про споживчі уподобання, тенденції ринку та ефективність маркетингових кампаній. Аналіз великих масивів даних сприяє розробці більш точних маркетингових стратегій та підвищенню рівня конверсії.

Необхідно приділяти увагу автоматизації маркетингових процесів, оскільки це дозволяє значно знизити витрати часу на рутинні завдання та покращити взаємодію з клієнтами. Автоматизація допомагає не лише підвищити ефективність, але й забезпечує більш персоналізований підхід у роботі з аудиторією, що сприяє зміцненню взаємин з клієнтами та збільшенню лояльності. Використання CRM-систем та KeyCRM, забезпечує ефективне управління контактами, відстеження комунікацій та аналіз ефективності маркетингових кампаній.

Цифрові технології кардинально змінили підхід до маркетингу. Основними інструментами цифрового маркетингу є: SEO та контент-маркетинг – оптимізація сайтів для пошукових систем та створення якісного контенту, що залучає потенційних клієнтів; таргетована реклама – використання персоналізованої реклами в соціальних мережах та на пошукових платформах; email-маркетинг – автоматизовані розсилки, що дозволяють підтримувати контакт з клієнтами та підвищувати їхню залученість.

CRM-системи є важливим інструментом для управління маркетинговими та продажними процесами. Вони забезпечують: централізацію даних про клієнтів, автоматизацію процесів комунікації, аналітику ефективності маркетингових кампаній, використання штучного інтелекту у маркетингу.

Нині штучний інтелект відіграє дедалі більшу роль у маркетингових стратегіях завдяки можливості аналізувати великі обсяги інформації та адаптувати рекламу під конкретних користувачів. Основні напрями використання AI у маркетингу: чат-боти для автоматизації обслуговування клієнтів, алгоритми прогнозування поведінки споживачів, персоналізація контенту та реклами. Ще одним важливим аспектом є аналіз поведінки споживачів та прогнозування попиту. Прогнозування попиту на основі аналізу даних дозволяє компаніям ефективніше планувати виробничі та маркетингові процеси.

Попри значні переваги, впровадження новітніх технологій у маркетингову діяльність має певні виклики: високі витрати на впровадження автоматизації, необхідність навчання персоналу, проблеми з обробкою великих масивів даних, забезпечення конфіденційності та безпеки персональних даних

клієнтів. Перспективи подальшого розвитку маркетингової діяльності пов'язані з удосконаленням алгоритмів штучного інтелекту, розширенням можливостей автоматизації та інтеграцією маркетингових стратегій з інноваційними бізнес-моделями.

Оптимізація управління маркетинговою діяльністю є важливим напрямом розвитку сучасних підприємств. Використання цифрових технологій, автоматизації процесів та аналітики великих даних дозволяє значно підвищити ефективність маркетингових кампаній, персоналізувати комунікацію з клієнтами та підвищити рівень продажів. Подальші дослідження у цій сфері мають бути зосереджені на аналізі впливу штучного інтелекту на маркетингові стратегії, розробці нових алгоритмів аналізу споживчої поведінки та пошуку шляхів інтеграції маркетингових технологій у загальну бізнес-стратегію підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

- Абрамович І. А., Воловик Д. В. (2020). Маркетингова діяльність підприємства та контроль за її реалізацією. *Агросвіт*, 10, 52–56.
<http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3198&i=7>
- Гризовська Л. О., Сітарчук О. В. (2018). Ефективність управління маркетинговою діяльністю на підприємстві
https://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/47.pdf
- Afreen Mehek (2020). *Marketing Management: Influences the Business Pattern in an Organization*
https://www.researchgate.net/publication/342747393_Marketing_Management_Influences_the_Business_Pattern_in_an_Organization
- Apurva Sharma (2025). *Importance of Marketing Management: Why It Matters for Businesses*
<https://www.youngurbanproject.com/importance-of-marketing-management/>
- Atul Vatsa (2023). *What is the importance of Marketing Team in your Organization*
<https://www.linkedin.com/pulse/what-importance-marketing-team-your-organization-atul-vatsa>

МОВОЗНАВСТВО. ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО. ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО. ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ

<i>Андрійчук Д. Є.</i>	Стратегії та виклики перекладу італійського жаргону, аргю та суржику українською мовою	3
<i>Ахтирська С. А.</i>	Лінгвогігієна як чинник мовної культури:	
<i>Баган М. П.</i>	вплив на сучасне мовлення та комунікацію . . .	5
<i>Барбул А. В.</i>	Особливості перекладу та транслітерації англійських власних назв на українську мову. .	7
<i>Бевзюк Я. В.</i>	Юридична термінологія мови іврит: еволюція та сучасні виклики	9
<i>Марченко І. С.</i>	Роль милосердя в єврейській релігійній традиції	11
<i>Біла С. О.</i>	Англізми в сучасному українському рекламному дискурсі	13
<i>Боднар М. М.</i>	Особливості перекладу фразеологізмів штучним інтелектом з корейської мови	15
<i>Бойко А. О.</i>	Місце психологічного дискурсу у сучасному мовознавстві	17
<i>Сидельникова Л. В.</i>	Проблеми перекладу вербальних засобів впливу в англомовному медійному дискурсі. .	19
<i>Бондаренко Б. Р.</i>	Особливості генези сленгових слів	22
<i>Голіяд Н. І.</i>	Паремійне поле концепту söz (слово) у турецькій та українській мовних картинах світу: порівняльний аспект	24
<i>Букарьова В. Д.</i>	Оніми у романі “літні дощі”	
<i>Білоущенко Н. О.</i>	Ахмада аль-Кармалаві: типологія, специфіка функціонування	26
<i>Буряковська О. А.</i>	Вплив конфуціанської етики на ділове спілкування в Китаї	28
<i>Варуюхно Є. Д.</i>	Мовні реалії на позначення фруктів в романі: їжа як відображення казкової реальності роману	29
<i>Власюк І. Ю.</i>	Тіні невідомого, чи філософія арт-горору як діалог з власними демонами	31
<i>Волгін В. В.</i>	Ілюзія достатку, споживацтво та пошук автентичності	33
<i>Воробйова С. О.</i>		

<i>Воронова В. В.</i> <i>Ананко Т. Р.</i>	Комунікативні стратегії в англомовному політичному дискурсі (на основі промов прем'єр-міністра Великої Британії Кіра Стармера)	35
<i>Воронова В. В.</i>	Синтаксична специфіка китайського художнього тексту та її трансформація в українському перекладі.	38
<i>Гакова В. Р.</i>	Особливості перекладу назв корейських манхв	40
<i>Гальчинська В. А.</i>	Способи евфемізації в сучасній арабській мові.	42
<i>Гаркавенко Д. О.</i>	Художнє моделювання екранного хронотопу: лінгвокультурологічні і перекладознавчі аспекти	44
<i>Герасімова І. А.</i>	Когнітивно-сенсорна природа синестезійних метафор: варіативність моделей у поезії українських та грецьких символістів	45
<i>Гирич І. О.</i>	Мовні засоби репрезентації концептів “мудрість” і “милосердя” у сакральних буддистських текстах	48
<i>Годинчук С. В.</i> <i>Попова О. А.</i> <i>Голофаєва О. В.</i>	Мнемотехнічні прийоми для розвитку правописної грамотності учнів.	50
<i>Гриценко В. М.</i>	Тенденції використання 한자성어 (корейські прислів'я та ідіоми з китайськими ієрогліфами) в сучасному корейському суспільстві	52
<i>Грушова К. В.</i> <i>Іваненко К. В.</i> <i>Гудима В. В.</i>	Особливості класифікації фразеологічних одиниць в сучасній японській мові	54
<i>Гунькевич К. М.</i>	Термін як одиниця терміносистеми у контексті юридичного дискурсу	56
<i>Дергільова О. О.</i>	Образ автомата / робота в добу романтизму та в наш час.	58
<i>Димарчук М. С.</i>	Ідеологізація лексики у радянських періодичних виданнях для дітей	60
<i>Дмитрашко К. В.</i>	Метафори англомовних казок в перекладі на українську мову.	62
<i>Дорошенко М. П.</i> <i>Голубенко Н. І.</i>	Фразеологічний образ та способи його передачі в італійсько-українському перекладі	64
	Засоби реалізації принципу ввічливості на матеріалі турецькомовного ток-шоу “İbrahim Selim ile Bu Gece”.	66
	Особливості передачі емотивно-оцінних засобів мовлення персонажів в англійсько- українському художньому перекладі (На матеріалі роману “Інферно” Дена Брауна”)	68

<i>Дуганова А. Р.</i>	Особливості вживання військової лексики у сучасному публіцистичному дискурсі.	70
<i>Духніч В. І.</i>	Лінгвокультурологічний підхід до вивчення фразеологізмів.	73
<i>Дяченко А. Р.</i>	Політкоректність у медійному дискурсі: виклики та можливості для перекладача	75
<i>Дяченко К. В.</i>	Філософське осмислення мовної приналежності, ідентичності у контексті мови	77
<i>Екатомматі Ф.</i>	Вплив грецької мови на формування назв лікарських засобів в українській мові	79
<i>Єкімова Є. Є.</i>	Функціонування економічної термінології сучасної стандартної арабської мови	81
<i>Єфімова І. О.</i>	Вплив сучасних технолоій на розвиток і трансформацію японської мови.	83
<i>Жабчик О. Ю.</i>	Мотиваційні особливості прізвищ жителів села Колодязного Рівненської області	84
<i>Жема О. Ю.</i>	Переклад наукових термінів українською мовою	86
<i>Жуніна Л.</i>	Стилістичне розмаїття оповідань Захаріаса Папандоніу та специфіка їх відтворення українською мовою (на матеріалі авторського перекладу уривків).	89
<i>Завгородня О. І.</i>	Передача італійських експерсивно-конотативних антропонімів, прізвищ і звертань в українському перекладі.	91
<i>Захарків І. С.</i>	Мова війни в сучасній художній прозі (На матеріалі роману “72 записки комбата” О. Вдовиченка).	93
<i>Захарків І. С.</i>	Особливості використання слів під час навчання англійської мови як іноземної.	95
<i>Іваніна В. В.</i>	Японські діалекти Кансай і Канто як приклади мовної варіативності	97
<i>Іванов Д. І.</i>	Наративи війни в Україні: мова, література, переклад	99
<i>Іщенко В.</i>	Мовно-культурні контакти українців і поляків: історія і сучасність	102
<i>Чайковська В.</i>	Концепт гармонії у китайських прислів'ях	104
<i>Казуніна В. В.</i>	Стилістичні особливості англомовного публіцистичного дискурсу	105
<i>Калінчук Т. В.</i>	Особливості перекладу власних імен у мультфільмі “стихії”	107
<i>Карпуть А. В.</i>	Сучасні ігрові технології та уроки української мови	109
<i>Керноз А. А.</i>	Функціонування англомовних запозичень в корейській мові	111
<i>Тогобицька А. І.</i>		

<i>Кириленко Д. В.</i>	Грецький ландшафт у поезії Йоргоса Сефериса	113
<i>Кислиця А. В.</i>	Засоби вербалізації концепту ворог у теруцькій мовній картині світу	115
<i>Коваль Є. С.</i>	Структурні особливості турецької медичної термінології.	117
<i>Ковальок А. А.</i>	Метафора в політичному дискурсі сучасної китайської мови	119
<i>Козеєва В. О.</i>	Семантична класифікація японської ономатопейчної лексики	121
<i>Козубенко М. О.</i>	Особливості японської мови у гендерному аспекті: історичний ракурс	123
<i>Кокіна Н. Д.</i> <i>Саволайнен І. П.</i>	Завуальований ейджизм: приховані форми вікової дискримінації в сучасному суспільстві	125
<i>Колоткіна А. М.</i>	Історія латинських скорочень в англійській мові	127
<i>Колоткіна А. М.</i>	Філософсько-мистецькі рефлексії автора в романі “Чорний принц” А. Мердок	129
<i>Коняхіна В. І.</i>	Переклад корейськомовних медіатекстів українською: соціокультурні виклики	131
<i>Корнієнко М. К.</i>	Багатокomпонентні одиниці в перекладі з англійської на українську мову.	133
<i>Котова Я. О.</i>	Використання застосунків на основі штучного інтелекту для покращення процесу опанування англійської мови студентами вищих навчальних закладів	135
<i>Красноліцька О. В.</i>	Ідіоетнічна специфіка корейських фразеологічних одиниць	138
<i>Кривенок Д. І.</i>	Семантичні особливості турецьких фразеологічних одиниць на позначення кохання з компонентом <i>gönül</i>	139
<i>Кулик Н. С.</i>	Особливості використання термінології в бізнес-комунікації	141
<i>Лаврик В. О.</i>	Локалізація українських реалій у французькому перекладі анімаційного фільму “Мавка. Лісова пісня”	143
<i>Лисак В. М.</i>	Методи дослідження концепту в вітчизняному та зарубіжному мовознавстві	144
<i>Лисенко С. Ю.</i>	Креолізація у текстах книг для саморозвитку: перекладацький аспект	146
<i>Лут В. І.</i>	Особливості та стратегії перекладу лексики відеоігор	148
<i>Люлька С.</i>	Лексичні трансформації як засіб досягнення адекватності перекладу на матерілі твору “Пірат” Пенелопи Дельти	150

<i>Макаренко С. І.</i>	Мовні особливості назв кав'ярень	
<i>Заскалета В. П.</i>	Дарницького району м. Києва.	152
<i>Маленька О. А.</i>	Стилістичні трансформації у перекладі мемуарів як спосіб відтворення авторського світогляду.	154
<i>Марцинишена О. С.</i>	Особливості перекладу англійських фразеологізмів українською мовою на матеріалі британського серіалу “The crown”. . .	156
<i>Марченко О. С.</i>	Фразеологізми з антропонімічним компонентом в українській та французькій мовах.	158
<i>Маслиган О. Р.</i>	Лексичні особливості говірки сіл Орява і Довжки Стрийського району Львівської області.	160
<i>Матюк М. В.</i>	Авторські неологізми Дж. Роулінг та їх китайські еквіваленти в романі “Гаррі Поттер та філософський камінь”: перекладацький аналіз.	162
<i>Медовкіна М. В.</i>	Омонімія та полісемія як особливість економічної термінології в японській мові. . . .	164
<i>Мен Ю. О.</i>	Когнітивно-семантичний аналіз імплікації когнітивних метафор у термінології моди та краси в сучасній китайській мові.	166
<i>Миколайчук І. І.</i>	Мистецькі терміни: структурний та перекладацький аспекти.	167
<i>Мовчко А. А.</i>	Конформізм і бунт: соціальні очікування жіночої поведінки у романі Е. Єлінек “Коханки”.	169
<i>Мовчко А. А.</i>	Самотність як індивідуальний досвід свободи.	171
<i>Мозгова М. С.</i>	Структурні особливості художнього перекладу кінотекстів з корейської мови на українську. . .	173
<i>Тогобицька А. І.</i>	Арабсько-німецький словник Ганса Вера: історія створення.	175
<i>Молдаванова К. С.</i>	Перекладацькі трансформації при перекладі українською мовою китайської науково- технічної документації.	178
<i>Момот Е. Ю.</i>	Функційно-комунікативний аспект простого речення в китайських новинних текстах.	180
<i>Морозова А. В.</i>	Порівняльний аналіз семантики ідіоматичних виразів у корейській та українській мовах. . . .	182
<i>Моторний О. Г.</i>	Формування у старшокласників культури віртуального самовираження.	184
<i>Баган М. П.</i>	Евфемізми у турецькому політичному мовленні.	186
<i>Мурин Д. С.</i>		

<i>Нілова Д. О.</i>	Способи відтворення культурно-маркованої лексики у британському серіалі <i>Midsomer Murders</i>	188
<i>Оліксевич В. А.</i>	Засоби відтворення соціокультурних лакун у міжкультурній італійсько-українській комунікації	190
<i>Орос С. В.</i> <i>Водяницька Т. С.</i>	Числівники в корейському буддизмі: сакральний та символічний зміст китайських числівників у корейській мові.	192
<i>Остапчук А. О.</i>	Метафорика в мовленнєвій практиці українського вчителя	193
<i>Очкас М. О.</i>	Емотивна лексика в соціолектах японських субкультур	195
<i>Павленко В. Ю.</i>	Поняття риторичної аргументації в контексті дослідження китайськомовної бізнес-комунікації	197
<i>Павленко О. Ю.</i>	Сутність поняття “мовленнєвий вплив” в сучасних лінгвістичних студіях.	199
<i>Павлиш В. В.</i>	Зоологічний код в японській мовній картині світу	201
<i>Павлиш Р. В.</i>	Вплив китайської класичної мови на розвиток японської фразеології	203
<i>Панченко О. І.</i>	Українські суспільно-політичні реалії в япономовній картині світу	205
<i>Писаревич М. П.</i>	Семантичні особливості криптографічних термінів у художніх текстах та засоби їх реалізації українською мовою (на матеріалі твору Дена Брауна “Цифрова фортеця”)	207
<i>Пицалюк О. О.</i>	Семантична еволюція слова “펼다” у корейському мовленні: соціолінгвістичний аспект.	209
<i>Погоня Р. П.</i>	Семантичні особливості гумористичних словосполучень у японській мові.	210
<i>Покровська Т. Д.</i>	Сленг у сучасній чеській інтернет-комунікації: структура і семантика	212
<i>Походенко А. Р.</i>	Особливості виникнення й характерні риси пекінського діалекту доби держави Ляо – держави Юань	214
<i>Рева Д. В.</i>	Зміни в корейському правописі: мовна політика та реформування орфографічних норм	216
<i>Рейтер І. О.</i>	Термін “dhimma” (ذمم): специфіка функціонування в арабському комерційному праві.	218
<i>Ренкас Н. О.</i> <i>Заскалета В. П.</i>	Вплив збройної агресії РФ проти України на український ономастикон	220

<i>Решетнюк А. А.</i>	Медіатекст у системі роботи сучасного вчителя.	222
<i>Ржепецька А. Р.</i>	Мовні засоби увиразнення турецького політичного тексту.	224
<i>Рижкова А. А.</i>	Лінгвокультурні аспекти перекладу японських прислів'їв ("Котовадза") українською мовою.	225
<i>Родіонова Д. А.</i>	Роль політкоректності та концепту "збалансованої об'єктивності" у висвітленні подій в англійських медіа.	228
<i>Рошко М. В.</i>	Основні підходи до вивчення ідіом в корейському мовознавстві.	231
<i>Руденко Р. В.</i>	Функціонування розмовної лексики у художніх книгах та проблема її перекладу.	232
<i>Савун В. І.</i>	Репрезентація гендерних стереотипів в китайському інтернет-спілкуванні.	234
<i>Самолук В. Р.</i>	Морфологічні способи словотворення корейськомовного військового сленгу.	236
<i>Сапон А. В.</i>	Стилістичний потенціал застарілої лексики в романі Мурасакі Шікібу "Повість про Гендзі".	238
<i>Сачко А. Ю.</i>	Офіційно-ділові жанри турецькомовного воєнного дискурсу ХХІ ст.	240
<i>Семиконь О. О.</i>	Скорочення у японській медичній термінології. Анатомічні скорочення.	243
<i>Сердега І. В.</i>	Лексико-семантичне поле "freedom" в англійській та українській мовах.	245
<i>Серпокрил Ю. М.</i>	Особливості перекладу безеквівалентної лексики з корейської.	247
<i>Тогобицька А. І.</i>	Структурно-семантичні характеристики французького та українського рекламних дискурсів у порівняльному аспекті.	249
<i>Сімохіна М. О.</i>	Лексичні труднощі при перекладі з та на корейську мову.	251
<i>Скачкова А. П.</i>	Особливості дослідження соматизмів в сучасних лінгвістичних розвідках.	253
<i>Скорик В. М.</i>	Специфіка перекладу художньої літератури з корейської мови на українську.	255
<i>Смук Б. М.</i>	Інтермедіальність у сучасній літературі: взаємодія тексту та візуальних мистецтв у романі Дена Брауна "Джерело".	257
<i>Соболев О. В.</i>	Проблематика дискурсивних досліджень в сучасній лінгвістичній парадигмі.	259
<i>Соловйова А. С.</i>	Семантика художнього перекладу фразеологізмів з корейської мови.	261

<i>Строменко М. С.</i>	Лінгвокультурні аспекти гастрономічних реалій іспаномовного світу та особливості їх перекладу українською мовою	263
<i>Сушинська К. А.</i>	Стратегії відтворення гендерних маркерів в італійсько-українському перекладі офіційно-ділового дискурсу	266
<i>Сюй Мань</i>	Особливості словотворення інтернет-лексики в сучасній китайській мові	268
<i>Тепленко С. В.</i>	Семантичні особливості фразеологізмів на позначення позитивної емоції “радість” у сучасній турецькій мові	270
<i>Тригуб А. С.</i>	Метамодерністське письмо Девіда Фостера Волеса (за романом “Infinite Jest”)	272
<i>Тригуб А. С.</i>	Основні маркери постінформаційного суспільства: досліджуючи симулякри і “кліпове мислення”	274
<i>Трифонов В. А.</i>	Мовна політика Японії у використанні діалектів Канто і Кансай у державних медіа. . .	276
<i>Турченко Е. А.</i>	Структурно-семантичні особливості фразеологізмів із фітонімічним компонентом у японській мові	278
<i>Тушич Л. О.</i>	Політична мова в передвиборчому дискурсі: особливості та проблеми перекладу.	280
<i>Голіяд Н. І.</i>	Грецький міф про Пігмаліона та його інтерпретація у п’єсі Б. Шоу	282
<i>Хрокало Я. О.</i>	Лексичні і граматичні трансформації при перекладі корейської художньої літератури. . .	284
<i>Черемісінова В. В.</i>	Лексичні та граматичні особливості корейської розмовної мови та її порівняння з письмовою . .	287
<i>Тогобицька А. І.</i>	Неологічні українізми в мові чеських масмедіа.	289
<i>Чернявський І. В.</i>	Сучасні тенденції розвитку інтернет-жаргону . .	291
<i>Палатовська О. В.</i>	Чи вмерла латина?	293
<i>Чижевська К. В.</i>	Особливості перекладу українською мовою ієрогліфічних каламбурів у китайській рекламі	294
<i>Чобанян Д. Ю.</i>	Світ очима іншого: концепт інакшості та його значення у романі Марка Геддона “Загадковий нічний інцидент із собакою”. . . .	297
<i>Шатова М. В.</i>	Класифікація методів проєктів Вільяма Герда Кілпатрика та викладання української літератури 7 класі ЗЗСО	299
<i>Швець А. О.</i>	Лексичні перекладацькі трансформації при перекладі поетичних творів зі збірки “Кобзар” Т. Г. Шевченка з української на турецьку мову. . .	301
<i>Шевчук С. М.</i>	Особливості вживання метафори у політичному дискурсі	303
<i>Шиян П. П.</i>		
<i>Шкабарня К. С.</i>		

<i>Шкабарня К. С.</i>	Символіка числа 4 в середньовічній та сучасній китайській культурі	305
<i>Шостак А. О.</i>	Функціонування метафори, метонімії і синекдохи у сучасній корейській мові	306
<i>Шульгач Ю. О.</i>	Екскурсійний урок у роботі над формуванням читацької компетентності старшокласників . . .	308
<i>Юнга М. А.</i>	Поліваріативність мовних кодів	
<i>Рибалкін В. С.</i>	в ліванському кінематографі	310
<i>Ялова А. В.</i>	Специфіка запозичення англіцизмів у сучасній китайській мові (на матеріалі лексики ІТ-сфери)	312
<i>Янчук В. В.</i>	Джерела поповнення військової лексики корейської мови: соціолінгвальний аспект . . .	314
<i>Тогобицька А. І.</i>	Übersetzungsstrategien bei der Übertragung von Phraseologismen mit Farbbezeichnungen	316
<i>Asanova A. A.</i>	La noción de bibleísmo en las lenguas ucraniana, española e inglesa.	318
<i>Babak A. M.</i>	Multimodal construction of axiological dominants in ukrainian war discourse: verbal and visual codes.	320
<i>Bartosh A. I.</i>	Les particularités linguistiques de l'ancien français: l'analyse du texte "la cantilène de sainte eulalie"	322
<i>Bezchanko V. E.</i>	Medical terminology and its translation challenges (based on the material of the tv series "house"). . .	324
<i>Bezpalko O. O.</i>	Means of denoting statehood in inaugural speeches of american presidents	326
<i>Bohdan A. A.</i>	The concept of ukrainian identity and its symbolic representation in the poetic texts of the collection "words for war"	328
<i>Boichuk A.</i>	El significado simbólico de la metáfora en los textos de los cuentos de hadas españoles (Aspecto lingüístico y pragmático)	330
<i>Bomaziuk O. O.</i>	Representations of the immigrant experience in american literature: themes of struggle, identity, and assimilation	332
<i>Boychuk P. I.</i>	Genrespezifische besonderheiten der Rechtstexten: Verträge, Urteile, Gesetze und Verwaltungsdokumente	333
<i>Bublyk A. A.</i>	Translation peculiarities of military psychology terms.	335
<i>Buhaiova Y. S.</i>	Caractéristiques fonctionnelles des abréviations dans les médias français contemporains	337
<i>Butenko I.</i>	English internet memes of the period of Russian war against Ukraine (communicative and pragmatic aspect)	339

<i>Chan S. I.</i>	Übersetzungsstrategien und Methoden der Übertragung von Heines Lyrik ins Ukrainische ...	340
<i>Chepurna M. O.</i>	Deutschkenntnisse, die von Flüchtlingskindern in Deutschland während der umfassenden Invasion in die Ukraine erworben wurden: sozio-linguistischer Wert	342
<i>Cherniushok L. Y.</i>	Der grammatische Aspekt	
<i>Kulyk N. D.</i>	der Zwillingsformeln im Deutschen	343
<i>Chorna T. A.</i>	Functional value of addressing in modern English discourse	345
<i>Derkach Y. V.</i>	Análisis de estrategias y procedimientos traductológicos utilizados en la traducción de las novelas de Carlos Ruiz Zafón “la sombra del viento” y “el laberinto de los espíritus” al ucraniano	347
<i>Derkatsch J. R.</i>	Adäquatheit bei der Wiedergabe des Idiotismus des Autors in der literarischen Übersetzung	349
<i>Dorofejewa I. M.</i>	Symbolik und Bilder in Sprichwörtern	
<i>Gamsjuk M. W.</i>	und Redewendungen (Herz, Blumen, Vögel)	351
<i>Dotsenko D. M.</i>	Christina Dalcher's works in the context of dystopian feminism	353
<i>Dulniewa Y. I.</i>	Love, jealousy and obsession: common and different features.	355
<i>Dziatko Ye. P.</i>	The role of intensity in moulding the image of artificial intelligence: a pragmastylistic approach ...	356
<i>Golubewa A. D.</i>	Der Ursprung der Oikonyme im deutschen Sprachraum	358
<i>Gruschewa A. W.</i>	Die Verwendung von Phraseologie mit numerologischen Komponenten in Literatur und Alltagskommunikation	360
<i>Havryliuk V. V.</i>	The United Kingdom code: language units and their translation.	362
<i>Ivanenko K. V.</i>	Die Rolle der Affixe in der Bildung	
<i>Havrylova E. S.</i>	der Deutschen emotional markierten Substantive ...	365
<i>Hamziuk M. W.</i>	Military Interpretation and Translation in the Context of the Ongoing Full-Scale Conflict in Ukraine: An analytical examination in English and French	367
<i>Hendel K. T.</i>	Functional perspective of prepositions in modern English	370
<i>Herasymenko M. V.</i>	Característica lingüoestilística de la imagen femenina en la novela de Rosa Montero	
<i>Sudorzhenko H. P.</i>	“La hija del caníbal”	372
<i>Herasymets P. V.</i>	Estructura y semántica del léxico militar en español y peculiaridades de su traducción al ucraniano	374

<i>Hlazkova C. T.</i>	A review of recent studies on the phonemic structure of linguistic units (With reference to Germanic languages)	376
<i>Hopkalo Y. V.</i>	Strategies and ways of translating noun clusters denoting Paris 2024 Olympic Games	378
<i>Hrehul Y. D.</i>	Einfluss des römischen reiches auf die deutsche sprache und kultur.	380
<i>Ivanova Y. I.</i>	Semántica y pragmática de las interjecciones	
<i>Sudorzhenko H. P.</i>	las obras de García Lorca	381
<i>Jastschuk S. I.</i>	Strategien der Wiedergabe von Phraseologischen einheiten mit der Komponente “Seele“	383
<i>Karnakowa J. H.</i>	Die Rolle von sozialen Netzwerken in der Verbreitung des Jugendslangs	385
<i>Kerechanyin K. I.</i>	Inclusive discourse as a linguocultural phenomenon	387
<i>Khailuk A. V.</i>	Body language of leaders and experts in modern English discourse	389
<i>Khavrus E. O.</i>	Divergent thinking vs convergent one	390
<i>Khilchenko D. M.</i>	Raising awareness about American studies through dedicated communication campaigns	392
<i>Kidalova K. V.</i>	Localization of cultural realities in film adaptations of A. Christie’s novels.	394
<i>Holiiad N.</i>	Wortbildungstypen in den Erzählungen von Luise Kaschnitz: stilbildende Möglichkeiten	
<i>Kirieieva T. V.</i>	von Luise Kaschnitz: stilbildende Möglichkeiten	396
<i>Kulyk N. D.</i>	Lexeme des Deutschen jugendlechts: der semantische Aspekt	398
<i>Kopatsch A. V.</i>	Memory distortion	400
<i>Kulyk N. D.</i>	Rolle von Tieren in der Sprache und Kultur	402
<i>Korendovych D. Y.</i>	Psycholinguistic features of manipulative strategies in modern English political discourse	404
<i>Korotash V. V.</i>	BBC’s Image of Britain: depicting main political parties	406
<i>Korsunskyi D. Yu.</i>	Das Verhältnis von Natur und Geist in den poetischen texten der dichter der Aufklärung (lexikalisch-stilistischer Aspekt)	408
<i>Kotsiuba V. V.</i>	Die Humorisierungsfunktion von Metaphern in deutschen Antispruchwörtern über Frauen und Liebe.	410
<i>Kovalchuk D. V.</i>	Markers of futurity in modern English Political Discourse: Nominative and Communicative Aspects	412
<i>Khodakovska N. G.</i>	Social Movement Theory and Literary Response: Theoretical Foundations of LGBTQ+ Literature Studies	414
<i>Kovalova A. I.</i>	La cantilène de sainte Eulalie: un trésor linguistique de l’ancien français	416
<i>Krasko Z. V.</i>		
<i>Logvinov I. D.</i>		

<i>Loposha V. V.</i>	Psychology of frustration	418
<i>Loposha V. V.</i>	Humor und Scherz in der deutschen Kultur.	419
<i>Ludan K. O.</i>		
<i>Marchenko M. V.</i>	Übersetzungsstrategien bei der Wiedergabe von Phraseologischen einheiten mit der Komponente “Herz”	421
<i>Mishchenko Y. S.</i>	Pleonasms in English and Ukrainian: a comparative analysis	422
<i>Misiura Y. O.</i>	Pragmatic ambiguity as a communicative strategy in contemporary English media discourse	424
<i>Morhun A. O.</i>	Recursos lingüísticos de expresar	
<i>Sudorzenko H. P.</i>	el tremendismo en el discurso artístico	426
<i>Muraviova D. S.</i>	El componente nacional específico de las unidades fraseológicas en las lenguas española y ucraniana desde la perspectiva del paradigma antropocéntrico de la ciencia lingüística	428
<i>Myklashchuk N.</i>	Hybrid war in mass media space: translation aspect	430
<i>Naumenko A. A.</i>	Occasionalisms in the fantasy genre: lexical creativity and translation interpretation	432
<i>Nebrat K. M.</i>	Die Übersetzung der deutschen Eigennamen im Hinblick auf die Klassifizierung. .	434
<i>Nevysevych D. D.</i>	Translation of emotions in literature	436
<i>Olihorskyi D. A.</i>	Lexicological and stylistic representation of gender in media: trends and changes	438
<i>Osaulko V. O.</i>	Emotive unit and its types in English media texts . .	440
<i>Palibroda V. Y.</i>	Exploring the American Dream in 21st Century Literature	442
<i>Pasovych V. Y.</i>	Stilistische Färbung der französischen	
<i>Kulyk N. D.</i>	Entlehnungen im Deutschen	444
<i>Petrulevych V. Y.</i>	Intersectionality in Giovanni’s Room by James Baldwin.	446
<i>Radysiuik A. S.</i>	Metaphorical imagery in the construction of negative characters in contemporary English fiction	448
<i>Kyrychenko I. S.</i>	La introducción de los italianismos en el español: aspecto histórico.	450
<i>Reyimbaieva S. V.</i>	La traducción de l’humour français: la mission impossible?	452
<i>Sudorzenko H. P.</i>	War and Trauma in American Literature through the Works of Joseph Heller, Ernest Hemingway, and Kurt Vonnegut	453
<i>Rogova A. O.</i>	Kriegs- und militärdiskurs: Definition, Abgrenzung und Beispiele aus deutschen Medien	455
<i>Safonov H. O.</i>	Maschinelle Übersetzung von Komposita im Bereich der Immobilien: Vor- und Nachteile	457
<i>Schpirko A.</i>		
<i>Serdjuk K. S.</i>		

<i>Skoryk V. A.</i>	Linguistic means of manipulation in modern English political speeches	459
<i>Slynko D.</i>	Metaphorische mittel der Gestaltung der Bildlichkeit in der deutschen Lyrik (Am Beispiel der Gedichte von Theodor Storm). .	461
<i>Khodakovska N.</i>	Challenges in rendering neologisms in English business discourse: a mass media perspective . . .	463
<i>Somok A. S.</i>	Linguistic features of travel blogs: lexico-semantic and stylistic analysis	465
<i>Holiad N. I.</i>	Altersbezogene Phraseologismen in linguokultureller Hinsicht	467
<i>Sorokina Yu. V.</i>	King Charles III's speeches: Communication Strategies and Ways of Their Translation	469
<i>Holiad N. I.</i>	Verbalizing the war in Ukraine concept in news discourse.	471
<i>Starun O. R.</i>	Rendering of Gender Markers in Ukrainian Translation: Challenges and Strategies	473
<i>Stepaniuk D. V.</i>	Die darstellung des konzepts von Tod und dasein nach dem Tod in Phraseologismen . . .	475
<i>Stetsenko V. O.</i>	Der Wortbildungsaspekt der Banktermini im deutschen.	477
<i>Telehan N. Yu.</i>	Linguistic means of framing victory in Russian-Ukrainian war discourse	479
<i>Holiad N. I.</i>	Dialekt im Alltag: lokale Lexeme der Schweizerdeutschen Varietäten	481
<i>Timkova J. J.</i>	Die Verbalisierung des begriffs der Würde in der Phraseologie der modernen Deutschen sprache. . .	483
<i>Titijewskij H. I.</i>	Diachronie und Synchronie der deutschen Präpositionen: Wortbildender und funktionaler Aspekt	485
<i>Kulyk N. D.</i>	Southern Appalachian English	487
<i>Tkachuk Yu. M.</i>	Translation of phraseological units with toponyms: problems and strategies	489
<i>Tsyba A. Y.</i>	Linguistic peculiarities of expressing "refusal" in the interviews and their translation into Ukrainian (based on the dialogues of British politicians)	491
<i>Kulyk N. D.</i>	Communicative strategies and tactics in Taylor Swift's speeches: translation peculiarities	494
<i>Tur J. J.</i>	Der Begriff des poetischen Textes in der Linguistik	496
<i>Tverdun O. V.</i>	"Die semantik der einwort-idiome"	497
<i>Khodakovska N. G.</i>	Ausdrucksmittel der Emotionalität in deutschen Sprichwörtern und Redensarten . . .	499
<i>Us D. A.</i>		
<i>Vasylenko D. V.</i>		
<i>Voloshyna M. O.</i>		
<i>Holiad N. I.</i>		
<i>Vovchenko V.</i>		
<i>Ivanenko K.</i>		
<i>Zaitseva M. A.</i>		
<i>Zaliazhko O. T.</i>		
<i>Khodakovska N. G.</i>		
<i>Zmiievska K. M.</i>		
<i>Gamsjuk M. V.</i>		
<i>Zubko S. O.</i>		

МЕТОДИКА НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ. ПЕДАГОГІКА

<i>Алабужева А. І.</i>	Формування німецькомовної лексичної компетентності в учнів 5-6 класів засобами інтерактивного навчання	501
<i>Бакумова Є. О.</i>	Інформаційні системи та технології підтримки рекламної діяльності в сучасному маркетингу	503
<i>Бризгалова В. А.</i>	Теорія хаосу та її застосування в поясненні поведінки нейронних мереж під час їх використання у вивченні мов	505
<i>Бруй Є. В.</i>	Удосконалення в учнів старшої школи англійськомовної комунікативної компетентності з використанням інформаційно-комунікаційних технологій: організація уроку-знайомства	507
<i>Ворон Г. М.</i>	Формування в учнів 8 класу лексичної компетентності в читанні з використанням гри, створеної на платформі “wordwall”	509
<i>Демидюк Д. М.</i>	Використання технологій штучного інтелекту в менеджменті.	511
<i>Довбуш І. Р.</i>	Оптимізація бізнес-процесів з використанням системи Key CRM	513
<i>Жученко К. Р.</i>	Характеристика рівнів освіти для осіб з особливими освітніми потребами	515
<i>Калініченко А. Ю.</i>	Роль самостійної роботи учнів у формуванні англійськомовної читацької компетентності в умовах дистанційного навчання.	517
<i>Квасневська А. М.</i>	Особливості використання автоматизованої HR-системи Huma в менеджменті	519
<i>Кузнецова М. М.</i>	Педагогіка партнерства – основні ідеї, принципи та сутність	521
<i>Лифар К. Д.</i>	Формування компетентності в англійськомовному монологічному мовленні в учнів основної школи з використанням інтерактивних технологій	523
<i>Мартинюк О. Р.</i>	Deepl Translate – сервіс нейронного машинного перекладу	525
<i>Микитенко А. Я.</i>	Використання мобільних технологій у роботі маркетолога.	527
<i>Мостова В. А.</i>	Платформа Wordwall як засіб формування лексичної компетентності учнів 9 класу ЗБСО	529
<i>Нога Р. В.</i>	Вправи для формування в учнів 10 класу французькомовної граматичної компетентності в говорінні: аналіз підручника	531

<i>Паршивлюк І. О.</i>	Навчальні застосунки зі штучним інтелектом як сучасний засіб формування англійськомовної комунікативної компетентності в учнів базової школи	533
<i>Петрушкевич Є. С.</i>	Використання CRM-систем у управлінні взаємовідносинами з клієнтами	536
<i>Попова А. Б.</i>	Маркетингові стратегії в контексті теорії ігор . . .	538
<i>Попович А. В.</i>	Історія розвитку технологій штучного інтелекту	540
<i>Прохоренко Д. І.</i>	Технологія доповненої реальності у формуванні в учнів школи англійськомовної компетентності у діалогічному мовленні.	543
<i>Сторчак К. Г.</i>	Технології гейміфікації у формуванні в учнів середньої школи компетентності в англійському діалогічному мовленні.	545
<i>Тимченко М. В.</i>	Історіогенеза інклюзивної освіти в Україні і світі	547
<i>Ухналь К. І.</i>	Роль інклюзивно-ресурсного центру у визначення освітнього маршруту дитини з особливими освітніми потребами	549
<i>Хамбір В. Ю.</i>	Використання додатків зі штучним інтелектом для розвитку умінь діалогічного мовлення учнів старших класів на прикладі застосунку “Practika”	551
<i>Черепанова В. М.</i>	Основні функції та структура інформаційних систем менеджменту	553
<i>Чубук А. О.</i>	Труднощі організації англійськомовної проектної діяльності учнів базової школи.	555
<i>Ярмолінська А. О.</i>	Формування німецькомовної читацької компетентності старшокласників у контексті цифрових трендів.	557
<i>Cherniushok L. Y.</i>	The role of artificial intelligence in modern	
<i>Pyzh N. M.</i>	teaching of foreign languages	559
<i>Zhuchenko K.</i>	Problem solving technology in teaching English to high schoolers	561

ПСИХОЛОГІЯ І ТУРИЗМ

<i>Анікеєнко С. О.</i>	Подієвий туризм у Мексиці.	563
<i>Богдан Д. О.</i>	Особливості та сучасні тенденції розвитку тематичних парків	565
<i>Кучай О. В.</i>	Традиційна казахська кухня як туристичний ресурс	567
<i>Брінк П. В.</i>	Динаміка становлення функціональної особистості психолога	568

<i>Власенко Д. В.</i>	Вплив емоційного інтелекту на міжособистісні стосунки осіб юнацького віку	570
<i>Грищук П. М.</i>	Подієві туристичні ресурси Австралії	572
<i>Дзезенко Д. М.</i>	Подієвий туризм на Закарпатті	574
<i>Діденко А. І.</i>	Бальнеологічний туризм у Грузії	576
<i>Душак-Кочан А. В.</i>	Психологічне благополуччя особистості: компоненти і структура	578
<i>Захарова А. С.</i>	Організаційні особливості паломницького туризму	580
<i>Зелених А. С.</i>	Витоки київської психологічної школи	582
<i>Іванченко П. А.</i>	Емпатія як чинник ефективної соціальної взаємодії в академічних групах.	583
<i>Доценко Л. В.</i>	Соціально-психологічні особливості аб'юзивних стосунків у романтичних парах	585
<i>Калугіна Д. Є.</i>	Особливості розвитку емоційного інтелекту у зрілому віці	587
<i>Коваленко А. О.</i>	Сільський туризм в Україні: проблеми та перспективи	589
<i>Ковальчук Д. М.</i>	Проблеми овертуризму у Венеції.	591
<i>Ковтуненко В. О.</i>	Готовність до виходу на пенсію як складова психологічної стійкості осіб пізньої зрілості	592
<i>Кокіна Н. Д.</i>	Феномен “батьківська культура” в психологічній літературі.	594
<i>Комар О. В.</i>	Екстремальний туризм на Закарпатті: перспективи розвитку	596
<i>Костюк К. В.</i>	Глософобія як психологічна проблема сучасного студентства	598
<i>Лахтадир М. Д.</i>	Вплив губристичної мотивації на професійну спрямованість фахівців соціономічних професій	599
<i>Лесик С. А.</i>	Туристичні ресурси Мальдівської Республіки	601
<i>Личова К. О.</i>	Діловий туризм в Україні: сучасні тенденції та перспективи повоєнного розвитку.	602
<i>Ліхтанська К. В.</i>	Місце Республіки Філіппіни у системі світового туризму.	604
<i>Кучай О. В.</i>	Аналіз понять “щастя” та “картина світу” в роботах вітчизняних і закордонних психологів”	606
<i>Мельник Т. І.</i>	Майндфулнес підхід у роботі з тривожно-фобічними розладами	608
<i>Нікіфорова С. Е.</i>	Використання культурних традицій у дизайні готелів Китайської Народної Республіки.	609
<i>Носок і. О.</i>	Психосемантичні засоби сучасної реклами психологічних послуг	611

<i>Павлик А. А.</i>	Соціально-психологічні чинники гармонізації стосунків у парі.	613
<i>Панасюк А.-М. П.</i>	Самоставлення як психологічний феномен: сутність та структура	615
<i>Переверзєва А. І.</i>	Проблеми і перспективи розвитку туризму в М'янмі	617
<i>Перещ Д. Ю.</i>	Стратегії профілактики емоційного вигорання у фахівців соціономічних професій	619
<i>Перов А. Д.</i>	Психологічні параметри інтернет-спілкування	621
<i>Петрушенко П. С.</i>	Особливості життєстійкості та копінг-стратегій осіб юнацького віку	622
<i>Пирч Є. Д.</i>	Психологічні особливості самооцінки здобувачів освіти з різним соціометричним статусом.	624
<i>Прийомська А. О.</i>	Етнографічний туризм у країнах Африки	626
<i>Розбіцька О. В.</i>	Поняття емоційного інтелекту: історія виникнення та еволюція концепції.	628
<i>Сапон Ж. В.</i>	Теоретичний аналіз проблеми інтернет-залежності у психології	630
<i>Семененко Є. Т.</i>	Подієві туристичні ресурси Монголії	632
<i>Сергієнко М. Ю.</i>	Стратегії успішного туристичного брендингу Іспанії та можливість їх адаптації для України	633
<i>Спасіченко І. О.</i>	Етнічні фестивалі як інструмент популяризації нематеріальної культурної спадщини в туризмі	635
<i>Теплякова А. К.</i>	Характеристика взаємозв'язку творчого потенціалу і уяви особистості	638
<i>Кириленко В. Г.</i>	Особливості пізнавальної активності здобувачів вищої освіти.	640
<i>Турчина Я. Д.</i>	Психологічні особливості розвитку творчих здібностей майбутніх психологів	642
<i>Фреггер О. О.</i>	Етнокультурні течії в консультативній психології ХХІ століття.	643
<i>Харевич М. Ю.</i>	Подієві туристичні ресурси Казахстану.	645
<i>Шевчук А. М.</i>	Ріо-де-Жанейро як туристична дестинація	647
<i>Шевчук С. О.</i>	Гастрономічний туризм у Малайзії	649

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

<i>Бакумова Є. О.</i>	Нові ознаки маркетингу в умовах циркулярної економіки	651
<i>Бондарчук В. В.</i>	Ефективність рекламної діяльності підприємства.	653

<i>Бризгалова В. А.</i>	Гібридний менеджмент: традиції та нові підходи.	655
<i>Гагін В. Я.</i>	Удосконалення інтернет-маркетингу в організації.	657
<i>Гончаренко Д. В.</i>	Формування та розвиток організаційної культури підприємства.	659
<i>Гусєв К. К.</i>	Зміна споживчих переваг та поведінки в умовах кризи.	661
<i>Новікова Н. Л.</i>	Вплив нейромаркетингу на поведінку споживача.	663
<i>Довбуш І. Р.</i>	Роль маркетингових досліджень у прийнятті управлінських рішень.	665
<i>Новікова Н. Л.</i>	Дослідження місткості ринку підприємства та прогнозування збуту продукції.	667
<i>Драч М. О.</i>	Роль маркетингу у підвищенні конкурентоспроможності підприємства.	668
<i>Катренко Я. М.</i>	Роль реклами у просуванні бренду на українському ринку.	670
<i>Квасневська А. М.</i>	Розвиток фінансового ринку України в умовах війни.	672
<i>Новікова Н. Л.</i>	Аналіз і вдосконалення стратегії ціноутворення підприємства.	674
<i>Ковернега К. А.</i>	Persona Framework у дії: маркетингова аналітика, яка працює на результат.	676
<i>Колісніченко І. О.</i>	Ефективні методи відбору персоналу в організації.	678
<i>Богачова А. В.</i>	Основні елементи успішної стратегії організації.	680
<i>Мельник Є. Я.</i>	Діагностика конкурентоспроможності бізнесу: аналітичні підходи та правове середовище в Україні.	682
<i>Однолько К. О.</i>	Управління організацією на різних стадіях її життєвого циклу.	685
<i>Новікова Н. Л.</i>	Маркетингова стратегія підприємства на міжнародному ринку.	687
<i>Пелих В. Я.</i>	Споживчий досвід і вибір молочних товарів: результати дослідження за моделлю Кано.	689
<i>Полищук Д. С.</i>	Формування та розвиток системи управління власним і залученим капіталом підприємства. .	691
<i>Попова А. Б.</i>	Маркетинг підприємства у соціальних мережах.	693
<i>Лиса С. С.</i>	Розробка та реалізація маркетингових стратегій підприємства в умовах економічної турбулентності.	695
<i>Попова А. Б.</i>	Роль маркетингових стратегій у забезпеченні сталого розвитку підприємства.	697
<i>Богачова А. В.</i>		
<i>Скляров Р. А.</i>		
<i>Смоляр В. А.</i>		
<i>Стецюк А. Ю.</i>		
<i>Удінцева Д. Ю.</i>		
<i>Новікова Н. Л.</i>		

<i>Черепанова В. М.</i>	Забезпечення екологічної стійкості за умов економічного зростання	700
<i>Чилібійська А. Д.</i>	Роль маркетингу у підвищенні конкурентоспроможності підприємства	702
<i>Чинча А. І.</i>	Зарубіжний досвід працевлаштування молоді та людей передпенсійного віку: можливості для України	704
<i>Шаповалов Д. М.</i>	Аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства	706
<i>Новікова Н. Л.</i>	Мерчендайзинг сирної продукції: як підвищити продажі за допомогою викладки товару.	708
<i>Шечкова С. А.</i>	Оптимізація управління маркетинговою діяльністю: сучасні підходи та інструменти . . .	710
<i>Якимчук С. С.</i>		

Підписано до друку 01.05. 2025 р. Формат 60х84 1/16
Обл. вид. арк. 58,37 Умов. друк. арк. 58,48
Наклад 100. Зам. № 25-016

Видавничий центр КНЛУ
Свідоцтво: серія ДК № 1596 від 08.12.2003 р.
