

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



# AD ORBEM PER LINGUAS ДО СВІТУ ЧЕРЕЗ МОВИ

НАРАТИВИ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ  
У СВІТОВІЙ ГЕОПОЛІТИЦІ

Матеріали Міжнародної  
науково-практичної відеоконференції

18–19 травня  
2023 року

**"Ad orbem per linguas. До світу через мови". Матеріали Міжнародної науково-практичної відеоконференції "Наративи сучасної України у світовій геополітиці", 18–19 травня 2023 року.**  
Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2023. 784 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 20 квітня 2023 року)**

Матеріали друкуються в авторській редакції.

© Видавничий центр КНЛУ, 2023

# МОВОЗНАВСТВО. ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО. ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО. ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ

---

## ВІДТВОРЕННЯ ЗНАЧЕНЬ ІТАЛІЙСЬКИХ АРТИКЛІВ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ХУДОЖНІХ ТЕКСТІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

**Агілар Коток А. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Данилич В. С.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Художній переклад – це процес, який полягає в відтворенні цільовою мовою вихідного тексту, створеного мовою оригіналу. Вихідним текстом в такому виді перекладу виступає художня література, до якої зазвичай відносять романи, новели, оповідання, поезію, а також драматичні твори (сценарії, кіносценарії, мюзикли), та публіцистичні твори (статті, нариси, фейлетони). В процесі перекладу художньої літератури будь-якого жанру та розміру необхідно максимально точно передавати сенс та зміст не лише з точки зору лексичного чи стилістичного аспекту твору, а й максимально точно відтворювати граматичні особливості та нюанси.

Перш за все важливо брати до уваги, що італійська та українська мови належать до двох різних мовних груп індоєвропейської мовної сім'ї – романської та слов'янської відповідно (Yule, 2022). Тобто в італійській, яка є аналітичною мовою, граматичне значення виражається за допомогою службових слів, а саме артиклів та прийменників, інтонації та порядку слів в реченні. Натомість українська, яка є синтетичною мовою, використовує афікси, внутрішню флексію та наголос для вираження граматичного значення. Тож не дивно що ці дві мови мають значні морфологічні та граматичні відмінності, що в свою чергу призводить до виникнення певних проблем та труднощів при перекладі художньої літератури українською мовою. До таких труднощів відноситься й відтворення граматичної категорії означеності/неозначеності, яка виражається за допомогою артиклів в романських мовах (Кочерган, 2010).

Артикль – це службова частина мови, що завжди супроводжує іменник та яка існує в італійській, натомість повністю відсутня в українській мові. Ця частина мови нерозривно пов'язана з іменником, та формує з ним конструкцію під назвою “іменна група” (Горячкин, 2017). Артикль з точки зору граматичних категорій покликаний позначати рід, число та означеність або ж неозначеність певного іменника в реченні. Оскільки артикль – це службова частина мови, а отже не має власного, самостійного та окремого лексичного значення, і саме тому артикль завжди супроводжує іменник та надає йому тих чи інших характеристик та особливостей в реченні.

На думку А. В. Федорова однією з причин граматичної розбіжності при перекладі з базової на цільову мову є наявність такого елемента який взагалі не має формально-граматичної відповідності в мові перекладу, як наприклад артикль (Федоров, 2016).

Найчастіше при перекладі на українську мову італійський артикль опускається, наприклад: *“La notte era per noi come il giorno”*. – *“Ніч була для нас, наче день”*. Або ж *“Con la faccia tonda e rossa il capitano mi aspettava nella sua tana che era larga e comoda”*. – *“Круглолиций і червонощокий капітан чекав на мене у своєму просторому і зручному бліндажі”*.

Також, щоб відтворити українською мовою ту інформацію, яку містить в собі той чи інший артикль досить часто використовуються займенники, найчастіше вказівні: *“Aveva il cappello sulle ventitre con la penna dritta come un coscritto, le mani in tasca”* – *“Його капелюх був начеплений трохи набік, а перо стирчало вертикально, мов той призовник на першому зборі”*; присвійні: *“Con il tenente che fa il bravaccio andiamo con le tre pesanti verso le ultime isbe a sinistra del paese”*. – *“З лейтенантом, який продовжує удавати із себе сміливця, йдемо разом з нашими трьома кулеметами до останніх хат на лівій околиці села”*; та неозначені *“Un’arma automatica mi ha perso di mira, spraa raffiche brevi e recise”*. – *“Якийсь автомат цілить просто в мене, стріляє точними і короткими чергами”*.

Щодо неозначеного артикля, то він переважно передається мовою перекладу за допомогою числівника *“один”*, до прикладу: *“Una notte di luna sono uscito con Tuorn, il piemontese, a cercare qualcosa fra case diroccate più discoste”*. – *“Одної місячної ночі я вийшов з Туорном – тим, що з П’ємонту – пошукати щось корисне серед більш віддалених залишків будівель”*.

Іще одним досить розповсюдженим способом передачі італійських артиклів українською мовою – використання різноманітних прислівників, які варіюються залежно від контексту тієї чи іншої фрази, як наприклад: *“Verso il dieci gennaio incominciarono ad arrivare, assieme al rancio, delle notizie poco buone”*. – *“Десять близько десятого січня разом із пайком почали надходити погані новини”*. Іншим прикладом може бути речення *“Una notte che nevicava ero andato con il tenente oltre i nostri reticolati ove c’era la spiaggia abbandonata fra noi e il Morbegno”*. – *“Якось уночі пішов сніг і ми удвох з лейтенантом попрямували за наші дротяні загорожі на колишній пляж, розташований між нами і позиціями “Морбеньо”*.

Отже, артикль є невід’ємною складовою італійської мови, при перекладі якої важливо передати та відтворити всі ті особливості, які містить в собі ця маленька, але така важлива службова частина мови.

## ЛІТЕРАТУРА

- Горячкин, А. Р. (2017). *Итальянский артикль. Правила и тенденции употребления.*: Филоматис.
- Кочерган, М. П. (2010). *Загальне мовознавство: підручник.* (3-тє вид.). ВЦ “Академія”.

- Рігоні-Стерн, М. (2016). *Сержан у снігах*. А. Омелянюк (Пер.). ТОВ “Видавництво “КЛІО”.
- Федоров, А. В. (2016) *Основы общей теории перевода* (лингвистические проблемы) (5-е изд.). ООО “Издательский Дом “ФИЛОЛОГИЯ ТРИ”.
- George, Y. (2022). *The Study of Language*. Sevens edition. Cambridge University Press

## **ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИЙ АСПЕКТ ПЕРЕКЛАДУ КУЛІНАРНИХ РЕЦЕПТІВ ФРАНЦУЗЬКОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ КУХНІ**

**Алимова Ю. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Кагановська О. М.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Перекладознавство – це молода академічна та наукова дисципліна, яка виявляється, у тому числі, у тому факті, що велика кількість членів університетської спільноти точно не знає, що таке перекладознавство. Досить часто навіть серед фахівців суміжних дисциплін (лінгвістики, теорії та історії літератури) перекладознавство змішують із перекладацькою практикою.

Перекладознавці визначають перекладознавство як академічну дисципліну, яка вивчає переклад, іноді навіть як науку про переклад, оскільки вони хотіли б, щоб перекладознавство асоціювалося з науковою дисципліною, об’єктом дослідження якої є переклад. Офіційний статус не досі повною мірою сприймається як перекладознавство, свідчить про те, що між іншим, місце, яке належить перекладацьким працям у деяких книготорговців у Франції: твори, присвячені різним аспектам перекладу, іноді поміщають або в “лінгвістичний” розділ (це часто буває у разі творів, які мають у відділення технічного письмового чи усного перекладу (тимчасовий або послідовний), або у розділі “теорії літератури”).

Франція завжди цікавила іноземців, а знаменита французька кухня внесена до списку Всесвітньої нематеріальної культурної спадщини людства, який складає ЮНЕСКО. Рівень ресторанної справи у Франції дуже високий, особливо цінуються старовинні рецепти.

Важливими є семантичні аспекти перекладу – це відносини між означальним і таким, що є найбільш істотним аспектом перекладу, пов’язані з відображенням у тексті позамовної дійсності.

Пара (значення-сенс) співвідноситься з “мова-мови”.

Значення слова – укладений у слові зміст, зміст, що з поняттям як відбитком у свідомості предметів і явищ об’єктивного світу.

Сенс – це актуалізоване мовлення значення мовної одиниці. Це той зміст, який слово (вираз і т.п.) отримує в даному контексті вживання (ситуації спілкування), *la quiche* – киш, *la choucroute* – шукрут.

Перекладацькі трансформації використовуються у тому випадку, якщо в оригіналі виявляється незвичайна мовна одиниця. Це може бути власне ім'я, термін, а також слова, які позначають явища і предмети, характерні для вихідної культури.

Транскрипція – це пофонемне відтворення вихідної лексичної одиниці, використовуючи фонему перекладної мови.

Транслітерація – це буквене відтворення вихідної лексичної одиниці, використовуючи алфавіт перекладної мови, наприклад:

*Bouillon* – відвар або бульйон, зазвичай з м'яса, трохи овочів та трави “букет гарні”, відварені у воді.

Калькування – перекладацький прийом, що полягає в тому, що складові слова (морфеми) або словосполучення замінюються їх прямими відповідностями мовою перекладу, наприклад:

*Compote* – десерт, що складається з фруктів, тушкованих у цукровому сиропі, його рецепт виник XVII столітті;

*Bechamel* – класичний французький білий соус, зроблений з молока, борошна та олії, а потім приправлений лавровим листом та мускатним горіхом;

*Liaison* – Інгредієнти для загущення соусів, супів або інших рідин.

Перекласти рецепт – це, перш за все, адаптувати “мову рецептів” для аудиторії, враховуючи контекст, його переклад – делікатний процес, кожне слово та кожна дія важлива.

Таким чином, написання рецепту – це не просто вдалий переклад, а передача всім охочим нових навичок, так пояснюється кулінарний процес.

## ЛІТЕРАТУРА

Raková, Z. (2014). *Les théories de la traduction*. Masarykova Univerzita.

## ФОНЕТИЧНА ТРАНСКРИПЦІЯ СЛІВ ІНШОМОВНОГО ПОХОДЖЕННЯ В КИТАЙСЬКІЙ МОВІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

**Ан Д. Д.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Кривошеєв Л. Д.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

За останній час світ стрімко глобалізується економічно та культурно. Ця тенденція все більше відображається у мові. Цю тенденцію у мові ми можемо спостерігати, зокрема, з прикладу мовних запозичень. Хоча більшість запозичених слів з'являються та зникають стихійно, вчені постійно намагаються їх систематизувати. Питання запозичень у китайській мові не нове, але через постійні мовні, культурно-наукові, економічні та політичні контакти кількість і варіативність лексичних одиниць збільшується, що дає простір для нових досліджень.

Запозичені слова, або іншомовні запозичення, китайською називаються “借词” *Jiècí* або “外来词” *Wàilái cí* (дослівно: прийшли ззовні слова). Запозичена лексика – це один із проявів лінгвістичних контактів, мовної взаємодії народу. та класифікує три види фонетичні, семантичні, фонетико-семантичні та виділяє “вторинні запозичення” в окрему категорію.

У науковому колі й досі немає єдиної думки щодо класифікації запозичень. Ло Чанпей запозичені слова в сучасній китайській мові ділить на чотири категорії, з яких “声音的替” *Shēngyīndetìdài* (фонетична заміна) включає в себе дві категорії “纯译音” *Chúnyìyīn* (пряма транслітерація), “译音误作译义” *Yìywùzuòyìyì* (метод викривленого перекладу) (罗 & 胡, 1989).

Фонетичне запозичення – вид запозичення у якій відтворюється зовнішньо-звукова оболонка. Головна складність при фонетичному запозиченні – це ідеографічне письмо, тобто кожен ієрогліф несе в собі певний сенс. Всього в китайській мові близько 200 слів запозичено з санскриту, з інших мов близько 900. Ранні запозичення з санскриту: 菩萨 *Púsà* – Будда (菩提萨埵 *Pútí sà duō* – Бодхісаттва), 阿罗汉 *Āluóhàn* – алохань (буддійський чернець), 比丘 *Bìqīū* – бікху (буддиський монах), 喇嘛 *Lǎ ma* 刹那 *chànà* мить, 玻璃 *Bōli* – скло, 茉莉 *mòlì* жасмін. 狻猊 *suānní* інші варіанти “狻猊” *Suān ní*, 狮子 *shīzi*, 璽 *Pǐ lu*, 哈达 *hādá*, 喇嘛 *lama* 琉璃 (інший варіант “璧琉璃、璧、流离”, 宝石名). Ранні монгольські запозичення: 胡同 *hútòng*、戈壁 *Gēbì*, 站 *zhàn*, 蘑菇 *mógū*. Ранні запозичення з арабської й перської мов: 没药 *mòyào* – мірра (ароматична смола), 祖母绿 *zǔmǜlǜ* – ізумруд, 珐琅 *fàláng* фініфть (емаль) (杨, 2007).

Запозичення в період династії Цинь та Хань: “骆驼” *Luòtuó* (початково “橐” *tuó*, “橐驼” *tuótuo*), “猩猩” *xīngxīng* (початково “生生” *shēngshēng*, “狴狴” *shēngshēng*), “师比” *shībǐ* (інший варіант “犀比 *xībǐ*”), “葡萄” *pútáo* (написання в часи династії Хань “蒲陶, 蒲萄”), “胭脂” *yānzhi* (написання в часи династії Хань “焉支, 燕支, 撚支”), “琵琶” *pípá* (праназва “批把” *pībǎ*, “枇杷” *pípá*), “阉氏” *yānzhi* (титул дружини та наложниця короля за часів династії Хань) “苜蓿” *mùxu* (інший варіант “目宿” *mùsù*), “安石榴” *ānshíliú* (пізня назва “石榴” *shíliú*), “琥珀” *hǔpò* (за часів династії Хань “虎魄” *hǔpò*), “琉璃” *liúli* (Після династії Тан “宾粮” *bīnláng*, “槟榔” *bīnláng*) (杨, 2007). Сучасні запозичення: 马达 *mǎdǎ* – мотор, 雷达 *léidá* – радар, 图腾 *túténg* тотем, 瓦斯 *wāsī* – газ, 凡士林 *fánshìlín* – вазелін, 吉普 *jípǔ* джип, 苏维埃 *sūwéi'āi* – радянський, 卡路里 *kǎlùlǐ* калорія, 咖啡 *kāfēi* кава, 沙发 *shāfā* – софа.

При фонетичному запозиченні бувають випадки, коли фонетична складова збігається зі смисловим, інакше кажучи, смисл накладається на звукову форму слова. Розглянемо приклади: 模特儿 *Mótiè'ér* модель (дослівно “спеціальний стандарт”), 基因 *jīyīn* ген (дослівно “базова причина/привід”), 绷带 *bēngdài* биндаж (дослівно “накладати пов'язку”), 黑客 *hēikè* хакер (дослівно “темний гість”), 媒体 *méitǐ* медіа (дослівно “посередник”) 引得 *yǐndé* індекс (дослівно витягувати+отримувати), 领导 *Lǐngdǎo* лідер (дослівно “той хто дає вказівки/веде за собою”), 可口可乐 *kěkǒukělè* “сoca-cola” (дослівно “смачно й весело”), 宝马 *bǎomǎ* “BMW” (дослівно “коштовний кінь”). Як



можна бачити з прикладів ієрогліфи не лише відображають звукову форму мови донора, а й надають повних смислових відтінків. Хоча ці запозичення саме фонетичні, але переосмислюються відповідно до значення самих ієрогліфів.

Слід зазначити, що семантичні запозичення нерідко витісняють фонетичні. Приклади: fair-play(чесна конкуренція)费阿泼赖 fèi āpōlài – 公平竞争 gōngpíng jìngzhēng, democracy (демократія)– 德谟克拉西 démóklāxī 民主 mínzhǔ, telephone(телефон)– 德律风 délǜfēng – 电话 diànhuà, MacDonald – 麦克当纳 màikēdāngnà – 麦当劳 màidāngláo; penicillin (пеніцилін) – 盘尼西林 pánixīlín – 青霉素 qīngméisù. Зазвичай фонетичні запозичення використовуються в назвах одиниць виміру (瓦特 Wātè – ват, 米 mǐ – метр, 格里夫纳 gélǐfūnà – гривня).

Розглянувши питання фонетичного запозичення, можна зробити висновок, що цей вид запозичення не є властивим китайській мові. Головною причиною є китайське письмо. Тим не менш, фонетичне запозичення в більшості випадків є першою спробою абсорбації мовою іншомовного слова і з певним часом слово може змінюватися частково або повністю.

## ЛІТЕРАТУРА

罗, 常培, & 胡, 双宝. (1989). 语言与文化. 语文出版社.

肖, 灵, & 肖, 永忠. (2003). 论外来词语的规范化. *Journal of Gannan Teachers College*, 2, 84–86.

<http://www.cqvip.com/>.

杨, 锡彭. (2007). 汉语外来词研究. 上海人民出版社.

杨, 锡彭. (2006). “试论‘音意兼译.’” *Journal of School of Chinese Language and Culture Nanjing Normal University*, 3, 157–160.

[www.cqvip.com/](http://www.cqvip.com/).

## ІСТОРІЯ ВЖИВАННЯ ФЕМІНІТИВІВ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

**Ань Луян**

*Пекінський університет іноземних мов (КНР)*

**Лао Хуая**

*Доцент, завідувач Центру України*

*Пекінський університет іноземних мов (КНР)*

Одним із викликів для сучасної української мови є фемінітиви. Фемінітиви – це слова жіночого роду, альтернативні або парні аналогічним поняттям чоловічого роду. Уживання фемінітивів в українській мові має давню історію. Дослідники відзначають, що “найдавнішими фемінітивами, започаткованими ще в праїндоевропейський період і розвиненими на спільнослов’янському ґрунті, були назви спорідненості та свояцтва, найменування жінок за різними діями, функціями” (Шпітько, 2010, с. 383). Так, процес творення фемінітивів суфіксальним способом за



допомогою форманта *-к-а*, вочевидь, був започаткований ще в дописемний давньоруський період. В староукраїнській мові вони добре простежуються вже за писемними джерелами: *абтекарка, винничка, вибавителка* тощо. Як зазначає М. П. Брус, тенденції до розвитку фемінітивної системи української мови охоплюють весь історичний період (2019, с. 18). А. Архангельська вважає, що “тенденція до суфіксального творення іменників зі значенням жіночої статі від маскулінних номінантів внутрішньо властива системі української мови як мови з розвиненою категорією роду” (2008, с. 29). Вона втілюється в суфіксальному різновиді афіксальної деривації.

Використовували староукраїнські фемінітиви Тарас Шевченко: *царівна, гетьманиша, полковниця, дяконіця, копитаниша*, Павло Чубинський: *орандарка*, Леся Українка: “*поетів, і поетес, і літераторів, і літераторок*” (*Фемінітиви в українській мові*).

Словники української мови 1900-х–1930-х років були багатими на фемінітиви, які описували професійну діяльність та станова належність жінок. Наприклад, у словнику Бориса Грінченка (1907-1909 рр.) знаходимо такі слова, як *дончиця* (донська козачка), *лікарка, комірниця* (квартирантка). Словник Дмитра Яворницького (1920 р.) містить такі слова, як, наприклад, *домовласниця, колежанка*. Але сталінський режим завадив процесу подальшого утвердження фемінітивів у різних стилях української мови, було усунуто багато фемінітивів (Фемінітиви...).

Деякі мовознавці зазначають, що більшість із фемінітивних інновацій усе ж містять відтінок розмовності. Часто вони містять вульгарний відтінок, а іноді навіть відтінок презирства. Проте тут варто зауважити, що в процесі активного та інтенсивного функціонування в мові деякі з них здатні поступово втрачати відтінок розмовності і ставати нейтральними. На думку Б. Ажнюка, сьогодні “відбувається помітне розширення сфери функціонування форм жіночого роду іменників на позначення професій, посад тощо. Донедавна вони сприймалися здебільшого як елементи просторіччя та побутового мовлення (*директорка, менеджерка*), проте останнім часом форми на зразок *лідерка, конгресменка, прем’єрка* дедалі активніше вживаються в засобах масової інформації й поступово втрачають маргінально-просторічне забарвлення” (2008, с. 37–42).

Загалом, з розвитком науки і техніки все більше жінок переходять на роботу й у сферах бізнесу, політики, науки і спорту з’явилося багато фемінітивів, які активно використовуються. За Українським правописом 2019 року, *іменники на означення осіб жіночої статі* утворюють від іменників чоловічого роду за допомогою суфіксів *-ка, -иця, -иня, -еса* та ін. Після прийняття нових правописних норм й уточнень до класифікатора професій нові фемінітиви охоплюють сім тематичних груп: номінації жінок за керівними посадами, вченими званнями і науковими ступенями, політичними посадами і досягненнями, професіями, виконуваними функціями і родом занять, видом спорту і соціально-індивідуальними характеристиками.

Хоча поява та вживання все більшої кількості фемінітивів у багатьох сферах стала незворотною тенденцією, суперечки з цього приводу все ще

тривають. Певна неусталеність у створенні новітніх фемінітивів і незгода деяких носіїв мови спричинили появу ненормативних феміністичних лексем, а також заперечення цього цілком природного процесу багатьма мовцями (*Фемінітиви у мас-медійному дискурсі: сприйняття носіями мови*, с. 28). Причини цього не лише внутрішньомовні, а й соціальні – гендерна рівність та утвердження ролі жінок як активних членкинь суспільства, зокрема на керівних посадах і в тих галузях діяльності, що раніше не були для них характерні.

Попри досить активне вживання фемінітивів ЗМІ, науковий стиль й офіційно-діловий, за нашими спостереженнями, ставляться до них із певною засторогою. Можливо, укорінившись у розмовному мовленні (у свідомості пересічних мовців) та в публіцистичному стилі, ці слова увійдуть до інших стилів мови, не викликаючи супротиву. Загалом, має потрібно пройти довгий шлях, щоб далі просувати застосування фемінітивів.

## ЛІТЕРАТУРА

- Ажнюк, Б. (2008). Інновації в системі української мови та тенденції її розвитку. *Освіта і управління*, 11 (2–3), 37–42.
- Архангельська, А. М. (2013). До проблеми словотвірної фемінізації в українській мові новітньої доби: традиції і сучасність. *Мовознавство*, 6, 27–40.
- Брус, М. П. (2019). *Фемінітиви в українській мові: генеза, еволюція, функціонування: монографія*. Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.
- Фемінітиви у мас-медійному дискурсі: сприйняття носіями мови. (б. д.). <https://science.donnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/6/2021/04/feminitiv.pdf>
- Фемінітиви в українській мові*. <https://vgoru.org/post/feminivity-v-ukrainskii-movi>
- Шпілько, І. М. (2010). Фемінітиви з формантом -ка в українській і словацькій мовах. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Мовознавство*, 18 (16), 383–388.

## ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ ЖОРСТОКІСТЬ У СЕРІАЛІ *PEAKY BLINDERS*

**Бабенко А. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Подсєвак К. С.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Протягом ХХ століття кінодискурс перетворився на популярний спосіб спілкування з глядачами. Існує багато паралелей між розмовною мовою та кінематографом. І в повсякденній мові, і в мові фільму вирішальне значення має синтагматика (тобто лінійне розташування знаків, коли один йде лише

за іншим, а не всі разом). Але, як наголошував П. Пазоліні, творчість письменника здійснюється виключно на художньому рівні, а діяльність режисера – багаторівнева – спочатку на мовному, а потім – на мистецькому. В результаті поведінка глядача змінюється, і він намагається зрозуміти, що хотіли сказати режисер і актори (Погребняк, 2021).

Актуальність аналізу вербалізації концепту ЖОРСТОКІСТЬ у серіалі *Peaky Blinders* полягає у важливості розпізнання жорстокості, що може зустрічатись у повсякденному житті і мати вплив на інтерперсональні стосунки, а також на формування певних суспільних оцінок.

Вербальний прояв жорстокості відбувається через використання слів або мовленнєвих висловлювань з метою нашкодити іншій людині або завдати їй болю. Це включає такі елементи як неприємні коментарі, образи, іронію, насмішки, загрози, шантаж, ганьблення та інші форми негативного мовленнєвого впливу (Олійник, 2017). Вербальна жорстокість може мати серйозні наслідки для особи, яка є її об'єктом. Наприклад, може знижуватися самооцінка, збільшуватися стан тривоги та депресії, а також з'являтися негативні думки і переконання про себе.

Концепт ЖОРСТОКІСТЬ включає такі елементи, як знищення, руйнування, намірена шкода, біль, страждання, маніпуляції, негативний вплив на інших людей, тварин чи природу тощо (Imbusch, 2003). У серіалі *Peaky Blinders* концепт ЖОРСТОКІСТЬ проявляється у багатьох аспектах, включаючи фізичну, психологічну та соціальну жорстокість.

Фізична жорстокість: у серіалі часто показують насильство та криваві сцени. Головний герой, Томмі Шелбі та його банда *Peaky Blinders*, часто використовують силу та насильство, щоб досягти своїх цілей. Такому фізичному невербальному насиллю часто слідує або передуює вербальний у дескриптивній формі: *"I just put a bullet in his head. He looked at me the wrong way."* В даній цитаті немає нецензурної лексики чи будь яких інших комунікативних засобів звичайно використовуваних для вияву жорстокості. Проте опис жорстоких дій *put a bullet in his head*, а саме – опис вбивства за допомогою метафори-евфемізму використовується з метою залякування ворогів. Вербалізація фізичної жорстокості також реалізується за допомогою комбінації описових дієслів зі значенням "позбавити життя" (kill, shot, put on a cross(евфемізм)) та обценної лексики, яка надає додаткового емоційного забарвлення висловлюванню: *"They killed him. My son! They shot him and they put him on a fucking cross and he's fucking dead!"*

Психологічна жорстокість: в серіалі персонажі застосовують емоційний тиск та маніпулюють іншими, щоб отримати те, що хочуть, використовують своє положення та владу, щоб контролювати інших та досягати своїх цілей. Слова представника поліції *"It is well within my power to have you and the rest of your scum family face down in the canal before the year is out."* містять не лише пейоративний епітет *scum*, який показує крайній негативну оцінку сімейства Шелбі представниками правопорядку, а також і словосполучення *face down in the canal*, який можемо визначити як евфемізм, значення якого – втопити, тобто вчинити жорстоку протиправну дію, спрямовану на позбавлення

життя. Така вербальна комбінація забезпечує зазначеному вислову ефект жорстокої погрози і змушує виконувати ті дії, яких вимагає поліціант.

Один з найбільш зловісних прикладів психологічної жорстокості у серіалі – це поведінка Томмі Шелбі, головного героя серіалу. Томмі використовує свою харизму та здатність впливати на людей, щоб здобувати переваги та досягати своїх цілей, змусити інших підкорятися йому, іноді вдаючись до зловісних підrobлень та підступів: “*The only way to guarantee peace is to make the prospect of war seem hopeless.*” Застосування такого стилістичного прийому як антитеза *guarantee – seem, peace – war* використовується для психологічного тиску, який є одним з різновидів жорстокості.

Соціальна жорстокість: Peaky Blinders також зображує соціальну жорстокість, коли люди використовують свої ресурси та владу, щоб висміяти, знищити або позбавити іншу людину її прав. Наприклад, у другому сезоні герої серіалу використовують свої зв’язки, щоб завадити залишитися в бізнесі з іншої людини та забрати його собі. “*I don’t pay for suits. My suits are on the house or the house burns down.*” – яскравий приклад соціальної жорстокості, коли малий бізнес змушений безкоштовно віддавати товар під загрозою знищення та впливом кримінальної організації. Вербалізація жорстокості в цій соціально-зумовленій погрозі реалізується за допомогою дієслова *burn down* зі значенням “знищити вогнем”.

Усі ці аспекти жорстокості, які зображуються у Peaky Blinders, роблять серіал дуже напруженим та непередбачуваним. Основними способами вербалізації концепту жорстокість на лексичному рівні є використання дієслів зі значенням “позбавити життя”, “знищити”; серед лексико-стилістичних засобів широко використовуються евфемізми, метафори, епітети, антитези, оцінна лексика пейоративного та обсценного характеру. Це допомагає підкреслити складність та безжальність світу, в якому діють герої серіалу та є одним із головних механізмів впливу на глядача.

## ЛІТЕРАТУРА

- Бусел В. Т. (Ред.). (2005). Великий тлумачний словник сучасної української мови. (5-те вид.). Перун.
- Олійник, О. С. (2017). *Концепт CRIME в англомовній картині світу США* [Дис. канд. філол. наук, Запорізький національний університет]. [http://phd.znu.edu.ua/page/dis/02\\_2017/Oliynyk\\_dis-.pdf](http://phd.znu.edu.ua/page/dis/02_2017/Oliynyk_dis-.pdf)
- Погребняк, Г. П. (2021). *Авторський кінематограф у художній культурі другої половини XX – початку XXI століття* [Дис. док. мистецтвознавства, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв]. <http://surl.li/fqiot>
- BBC One. Peaky Blinders. (n. d.). <https://www.bbc.co.uk/programmes/p01fj945>
- Imbusch, P. (2003). The Concept of Violence. In: Heitmeyer, W., Hagan, J. (eds) *International Handbook of Violence Research*. Springer, Dordrecht. [https://doi.org/10.1007/978-0-306-48039-3\\_2](https://doi.org/10.1007/978-0-306-48039-3_2)

## ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ ОРАТОРСЬКОГО СТИЛЮ

**Байдала В. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Козяревич-Зозуля Л. В.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Вивчення текстів ораторського стилю як особливого виду публічного виступу завжди перебувало у центрі лінгвістичних досліджень (Зубенко; Вербич; Weaver; Fairclough) з фокусом на комунікативну мету, здійснення певного емоційно-раціонального впливу на аудиторію, дискурсивні ораторські стратегії, що слугують основним інструментом промовця.

Актуальність дослідження особливостей перекладу англomовних текстів ораторського стилю прямо пов'язана з тим, що на сучасному етапі розвитку суспільства посилюються зв'язки між культурами та націями, тому достовірний переклад ораторських текстів має вирішальне значення у дискурсі міжнародних відносин та політичному дискурсі. З одного боку, переклад текстів ораторського стилю є особливим завданням, яке потребує певних навичок та перекладацької компетенції, враховуючи стиль ораторства як одну з найвищих форм культури мовлення. Відповідно, тексти цього жанру зазвичай мають свої лінгвістичні особливості, які варто враховувати при усному перекладі.

Загалом переклад текстів ораторського стилю вимагає від перекладача не лише високої кваліфікації, але й відчуття тонкого відтворення емоційного складника ораторських промов. Дослідження перекладу англomовних текстів є необхідним для розуміння та адаптації інших культурних та мовних контекстів (Грищенко, с. 116) і вимагає від перекладача не тільки розуміння мови, а й вміння передати весь лінгвокультурний зміст оригіналу повідомлення (Шевченко, с. 55).

Кожен ораторський текст є своєрідним витвором мистецтва, який характеризується авторською інтонацією та стилем. Перекладач повинен також бути готовим до того, що ораторський текст може містити безліч індивідуальних мовних та мовленнєвих нюансів. У цьому разі проблема перекладу цілком обертається на проблему стилістичну, і її можна сформулювати як завдання відтворити та знайти адекватні стилістичні засоби, переходячи з однієї мови до іншої, та узгодити їх один з одним. Отже, мистецтво перекладу є не тільки в тому, щоб відтворити мовою перекладу стилістичні відмінності оригіналу, але в тому, щоб відтворити їх, залишаючи ту саму тематику виступу (Черноватий, с. 43).

Можна виокремити основні особливості ораторських промов, які необхідно враховувати під час роботи над їх перекладом: однією з таких особливостей є те, що ораторські промови часто містять емоційну лексику

(“freedom”, “justice”, “opportunity”, “hope”, “change”, “progress”, “equality”) та стилістичні прийоми, такі як метафори (“the dawn of a new era”, “rise of the oceans”), гіперболи (“when they go low, we go high”), епітети (“strenuous life”, “noble cause”, “kind and resilient soul”) з метою викликати певні почуття та емоції у своєї аудиторії. При перекладі таких текстів важливо зберегти ці емоційні аспекти, щоб передати аудиторії вихідний ефект (“Tear down this wall!” – “Зруйнують цю стіну!”).

Ще однією особливістю текстів ораторського стилю є їх високий рівень формалізації, тобто використання спеціальних термінів та професіоналізмів (“democracy”, “diplomacy”, “governance”, “foreign policy”, “security”, “human rights”, “diplomatic immunity”, тощо). При перекладі таких текстів необхідно не тільки розуміти зміст, але й володіти глибокими знаннями у відповідній галузі, щоб правильно інтерпретувати терміни та передати зміст. Оскільки такі елементи мови як метафори, ідіоми та інші стилістичні прийоми можуть мати культурну та історичну специфіку, їх переклад може виявитися складним та потребувати додаткової пояснювальної інформації. Використання риторичних прийомів, таких як антитеза (“We must learn to live together as brothers or perish together as fools”), анафора (“We shall fight on the beaches, we shall fight on the landing grounds, we shall fight in the fields and in the streets, we shall fight in the hills; we shall never surrender”), епіфора (“When I was a child, I spoke as a child, I understood as a child, I thought as a child”) тощо. При перекладі цих прийомів важливо зберігати їх ритм та логіку, щоб передати ефект, який створює оригінальний текст. Використання спеціальної лексики та термінології. Оскільки ораторський стиль часто використовується в наукових, політичних та інших спеціалізованих дисциплінах, перекладач повинен мати глибокі знання в цих сферах, щоб правильно перекласти терміни та специфічну лексику.

Підсумовуючи вищенаведене, переклад текстів ораторського стилю є складним завданням, яке вимагає унікального набору навичок: вміння вловити стиль, тон і риторичні прийоми оригінального тексту, а також враховувати культурні нюанси, цільову аудиторію, емоційне забарвлення, формалізацію, специфічну структуру та індивідуальний стиль автора. Важливо не тільки зберегти зміст тексту, а й передати оригінальну атмосферу та ефект на цільову аудиторію. Лише володіючи цими навичками, перекладачі зможуть передавати зміст промови з максимальною еквівалентністю до оригіналу, а також матимуть змогу передати силу та вплив ораторського стилю незалежно від культури чи мови.

## ЛІТЕРАТУРА

- Вербич, Н. С. (2011). *Інтонія публічного виступу: основні напрями дослідження*. Мовознавство.
- Грищенко, І. В. (2018). Переклад англомовного художнього тексту як проблема культурології. *Науковий вісник Полісся*, 1(13), 115–120.
- Зубенко, Л. Г. (2002). *Ораторське мистецтво: практ. посіб.: Парламентське видавництво*.

- Черноватий, Л. М. (2007). *О. Фінкель-Забутий теоретик українського перекладознавства. Монографія*. Нова Книга.
- Шевченко, Т. В. (2020). Переклад англомовних ораторських текстів: проблеми та шляхи їх вирішення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Лінгвістика*, 3(1), 54–58.
- Fairclough, N. (2013). *Language and power*. Routledge.
- Weaver, R. M. (1995). *The ethics of rhetoric*. Routledge.

## ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТІВ ЧОЛОВІК ТА ЖІНКА В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

**Банарюк О. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Беля В. В.**

*Кандидат філософських наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Починаючи з ХХ століття, лінгвісти все частіше проводять дослідження на основі антропоцентричної парадигми мови, що розглядає людину як центр Всесвіту. Антропоцентризм зосереджує увагу на вивченні когнітивної та рефлексивної діяльності людини загалом.

Важливим аспектом вивчення будь-якої мови є системність її лексичного складу, крім того, словниковий склад мови може розповісти про культуру країни та її історію (Левицький, Сингаївська & Славова, 2005, с. 44–47). Оскільки слово є найменшою функціональною одиницею мови, зокрема лексикології, його семантика грає велику роль у поєднанні слів у смисловий клас під назвою *концепт*.

*Концепт* – це одиниця мислення, що відображає в свідомості уявлення про предмет та реалізується за допомогою мовних знаків. *Концептуальне поле* включає когнітивні особливості, які вербалізують або репрезентують інформаційне наповнення концепту. *Концепт* є одиницею когнітивної лінгвістики, напряму в науці, об'єктом вивчення якого є людський розум, та все що пов'язано з ментальними процесами. Завданням цього напряму лінгвістики є описати та системно дослідити *концепти* певної мови за допомогою лінгвістичних засобів (Іващенко, 2006, с. 6). У своїй сукупності концепти за своїми тематичними ознаками об'єднуються в *концептосфери*, які в свою чергу формують концептуальну карту світу, а їх вербалізація відбувається за допомогою *мовної карти світу*, роль якої полягає в категоризації й концептуалізації нових структурних знань (Краснобаєва-Чорна, 2007, с. 13).

Вербалізація концептів відбувається двома основними шляхами: лінгвокогнітивним та лінгвокультурним, що віддзеркалює знання, рівень ерудованості, особисто-суб'єктивний та культурно-історичний досвід. Становлення в науці поняття *концепту* сформувало новий етап досліджень



закономірностей, особливостей та функціонування мови й культури в одному контексті взаємодії. Поняття *концепту* можна безкінечно уточнювати, віднаходити все нові й нові грані, оскільки він виступає об'єктом дослідження не тільки лінгвістики, а й логіки, психології, культурології, філософії. (Ужченко & Ужченко, 2007, с. 291).

Описуючи будову концепту, варто сказати, що це можливо зробити тільки, коли визначено й описано його зміст, тобто виявлено когнітивні ознаки певного концепту. У більш широкому сенсі структуру концепту можна представити у вигляді кола. Основне ядро концепту знаходиться в центрі структури, кола, а на периферії, тобто навколо ядра, залишається все, що додається культурою, традиціями та особистим досвідом людей (Evans, 2009).

Разом із мовою з'являється безліч гендерних ідеологій, які потребують наукового обґрунтування. Досліджуючи структуру гендеру за допомогою гендерної лінгвістики, можна отримати ґрунтовні знання про його роль в тій чи іншій культурі, про норми поведінки чоловіків та жінок, що закріплені в суспільстві та про змінені уявлення гендерних норм.

Концепт має семантичне наповнення, що різниться відповідно до мови й культури країни, отже, концепти *чоловік та жінка* у різних лінгвокультурах набувають різне національно-специфічне забарвлення та по-різному трактуються. Вони є проєкцією стереотипних уявлень про чоловіка та жінку як носіїв соціальних якостей та ознак (Єрмоленко, Бибик & Тодор, 2001).

В українському та китайському суспільствах роль *чоловіка та жінки* гендерно дуже проста та схожа. *Чоловік* – голова сім'ї, годувальник, захисник. *Жінка* – мати, берегиня домашнього затишку, господиня. Якщо вести мову про гендерні відносини, то у традиційній культурі діє, зокрема, принцип компліментарності, в якому соціальні ролі поділені на чоловічі та жіночі (Кісь, 2011).

У Стародавньому Китаї суспільство в основному вимагало від *жінок* жити за принципом “хороша дружина і хороша мати”, отже це й стало семантичним наповненням концепту жінка. Вважалось, *жінка* – це насамперед хороша дружина і мати, а тому має проявляти жертвовність, компроміс і безпорадність (易, 2006).

## ЛІТЕРАТУРА

- Єрмоленко, С. Я., Бибик, С. П. & Тодор, О. Г. (2001). *Українська мова: Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів*. Львів.
- Іващенко, В. Л. (2006). *Концептуальна репрезентація фрагментів знання в науково-мистецькій картині світу (на матеріалі української мистецтвознавчої термінології)*: Монографія. Видавничий Дім Дмитра Бураго.
- Кісь, О. Р. (2011). *Жінка у традиційній українській культурі*. Інститут народознавства НАН України.
- Краснобаєва-Чорна, Ж. (2007). *Концепт ЖИТТЯ в українській фраземіці*. Донецький національний університет.

- Левицький, А. Е., Сингаївська, А. В. & Славова, Л. Л. (2005). *Вступ до мовознавства: Навчальний посібник*. Центр навчальної літератури.
- Ужченко, В. Д. & Ужченко, Д. В. (2007). *Фразеологія сучасної української мови: Навчальний посібник*. Знання.
- Evans, V. (2009). *How Words Mean: Lexical Concepts, Cognitive Models, and Meaning Construction*. Oxford University Press.
- 易, 中天. (2006). *中国的男人和女人上*. 海文艺出版社.

## СПОСОБИ НОМІНАЦІЇ КОНЦЕПТУ GÖNÜL У ТУРЕЦЬКІЙ МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

**Безручко Є. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Ксьондзик Н. М.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Концептологія являє собою дисципліну, що має багато коренів у різних наукових галузях, таких як філософія, психологія, лінгвістика та інші. У другій половині ХХ століття концептологія стала самостійною науковою дисципліною. Антропоцентрична тенденція до вивчення внутрішньомовних процесів привертає неабиякий інтерес науковців і сьогодні. А. О. Білецький зазначає, що “основними функціями мовної системи є функція повідомлення в процесі мовного спілкування людей, тобто інформативна або комунікативна функція, а також пізнавальна (когнітивна) функція, що уможливує пізнання світу за допомогою **знакової** системи – людської мови” (Білецький, 180).

У турецькій мові глибоко закладені різноманітні концепти, які допомагають людям розуміти світ навколо себе. Один з таких концептів – GÖNÜL, що означає “душу”, “серце”, “внутрішній світ”. GÖNÜL – це складний концепт, який охоплює багато важливих аспектів турецької культури і мови. Арзу Шейда зазначає, що “у турецькій мові слово “душа” має властивість бути семантично невизначеним індикатором, який не вказує на жодне поняття чи об’єкт через свої навантажені значення. Як наслідок, у мовному світі з’являються різні відповідники залежно від слів, що зустрічаються, і діапазон значень є широким. Значення, яке приписується слову “душа” в турецькій лексиці, звичайно, формується і реалізується паралельно з абстрактністю і широтою значення цього слова” (Гювен, 228).

Концепція душі протягом століть була невід’ємною частиною турецького лінгвістичного світогляду. Ця аксіологічна концепція є не лише центральною темою турецької поезії, літератури та музики, але також має важливе значення в турецькій культурі та суспільстві. Концепт GÖNÜL має багате та складне значення, яке відображає турецький світогляд. Він уособлює емоції, почуття та духовні прагнення людини. Він часто асоціюється з поняттями

любви, співчуття та емпатії. Це осередок людської свідомості, де живе божественна іскра.

Слово “душа” часто зустрічається в турецькій поезії, адже багато ліриків використовують її для висловлювання найглибших емоцій та почуттів. Турецька поетична творчість, зокрема, відома своїм дослідженням поняття *gönül* як передачі любові, туги та духовного прагнення завдяки таланту таких поетів, як Юнус Емре, Мевлана Джалалуддін Румі та Ахмед Єсеві.

*Gönül* також розглядається як джерело натхнення та творчості, а у турецькій культурі вона відіграє важливу роль у соціальних стосунках, зокрема в міжособистісному спілкуванні. Фраза *gönül almak*, що перекладається як “завоювати серце”, означає здобути чиюсь прихильність. Її часто використовують у контексті гостинності, коли господарі прагнуть “завоювати серця” своїх гостей, будучи щедрими, привітними та уважними. Так само фраза *gönül bağı*, що означає “сердечний зв’язок”, описує сильний емоційний зв’язок між людьми, наприклад друзями чи членами родини. У контексті духовності обраний нами концепт представляє внутрішній моральний компас людини. Він є джерелом совісті і керує етичною поведінкою. *Gönül* також асоціюється з поняттям *ihlas*, що означає відвертість і безкорисливість. Мати чисту душу означає бути щирим у своїх діях і намірах, не шукаючи жодної особистої вигоди.

Вербалізація *gönül* у турецькому лінгвістичному світогляді відображає важливість внутрішнього “я” та духовного розвитку. Вона підкреслює значущість культивування своїх емоцій і почуттів, а також плекання своїх духовних прагнень. Поняття *gönül* сформувало турецьку філософію, вплинувши на спосіб мислення турецького народу.

У номінативному полі GÖNÜL існує безліч пов’язаних понять та ідей, які важливо зрозуміти. Вони можуть позначати (Büyük Türkçe Sözlük, 2005):

Любов і прихильність (*sevgi, muhabbet*): *gönül* часто асоціюється з почуттям любові та прихильності до інших, а також до Бога чи божественного.

Відданість і вірність (*bağlılık, sadakat*): *gönül* також може означати почуття глибокої відданості та вірності комусь або чомусь, будь то кохана людина, духовна традиція чи справа.

Довіра та щирість (*güven, samimiyet*): *gönül* часто ототожнюється з почуттям довіри та щирості у взаємодії з іншими, а також із самим собою.

Внутрішня злагода і задоволення (*huzur, mutluluk*): *gönül* також має значення почуття внутрішнього миру та задоволення, яке виникає внаслідок життя згідно зі своїми цінностями та переконаннями.

Загалом, номінативне поле GÖNÜL відображає складний набір емоційних, духовних і соціальних цінностей, які є центральними для турецької культури та суспільства.

Периферійне поле концепту GÖNÜL у турецькій мові багате на слова і вирази, які асоціюються з душевною гармонією людини. Наприклад, до периферійного поля даного концепту можуть належати такі слова і вирази (Büyük Türkçe Sözlük, 2005): *Aşk* (любов); *Sevgi* (кохання); *Merhamet*

(милосердя); Şefkat (ласка); Huzur (спокій); Mutluluk (щастя); İç huzuru (внутрішній спокій); Maneviyat (духовність); İyi niyet (добра воля); Empati (співчуття); İlgi (зацікавленість, увага).

Наприклад: *Gönül huzuru için yoga yapmak faydalıdır.* – Практикувати йогу корисно для внутрішнього спокою. *Bu kitap, insanın gönül dünyasına hitap ediyor.* – Ця книга звертається до внутрішнього світу людини. *Sevgi dolu bir gönül, dünyayı daha güzel bir yer haline getirir.* – Серце, що наповнене любов'ю, робить світ кращим.

Підсумовуючи, *gönül* є важливим аксіологічним поняттям у турецькому лінгвістичному світогляді, що відображає важливість внутрішнього “я” та духовного розвитку. Це комплексне поняття, яке відображає емоції, почуття та духовні прагнення людини. *Gönül* – це джерело натхнення та творчості, моральний компас і осередок людської свідомості.

## ЛІТЕРАТУРА

- Білецький, А. О. (1996). *Про мову і мовознавство: навч. посібник для студ. філол. спец. вищ. навч. закладів.* АртЕк.
- Güven, A. Ş. (2018). *Türkçede Gönül Kavramı ve Kullanım Alanı.* TAED
- Türk Dil Kurumu. (2005). *Büyük Türkçe Sözlük.* Türk Dil Kurumu Yayınları.

## ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗНАЧЕННЯ “ПОХВАЛИ” У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

**Бекіш В. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*  
Науковий керівник: **Нижегородцева А. О.**  
*Київський національний лінгвістичний університет*

Китайська мова, як і будь-яка інша у світі, має певний словниковий запас, який включає в себе слова, що вказують на скарги, гнів, схвалення, похвалу. Саме почуття людей та їхній спосіб життя створюють аспекти для лінгвокультурологічного розвитку. Е. Сепір та Б. Л. Уорф. стверджують, що лінгвокультурологія є цілісним теоретико-описовим дослідженням об'єктів як функціонуючої системи культурних цінностей, відображених у мові, контрастивним аналізом лінгвокультурологічних сфер різних мов (народів) на підставі теорії лінгвістичної відносності (Regier & Xu, 2017).

У цій статті ми розглянемо аспект реалізації похвали. Похвала має надзвичайно важливе значення у спілкуванні з близькими, на роботі та в повсякденному житті. Правильно підібрана похвала в потрібний момент може підняти людині настрій або моральний дух. У стародавні часи воєначальники говорили гучні промови, для підняття бойового духу солдатів, і це допомагало, натхненні, вони безстрашно кидалися в бій. Як не дивно, в сучасному світі все залишилося незмінним. Звичайно, роки та століття змінили слова, ситуацію та спосіб вираження, але сенс модифікувався.

Головною метою нашого дослідження є поглянути на власному досвіді важливість лінгвокультурологічного дослідження (Vedenina, 2019), взявши за основу наукові праці відомих лінгвокультурологічних дослідників Е. Сепіра та Б. Л. Уорфа (Harris & Mandelbaum, 1951).

У Китаї церемоніалу завжди надавалося величезне значення. Проблема в тому, що часта необхідність хвалити щось або когось породила низку абсолютно однотипних і позбавлених смаку компліментів. При цьому в діловому середовищі вони настільки поширені, що китайці назвали їх 商业互吹 *shāngyè hù chuī* – взаємні, ділові лестощі. Старовинний китайський вислів говорить: 忠言逆耳利于行 – *hōngyǎnnì'ěr lìyú xíng* – правдиві слова ріжуть слух, але вони ж сприяють розвитку особистості.

Для китайців дуже важливо правильно вміти підбирати влучні компліменти, похвалу аби заохотити гарне відношення китайців, як у звичайному житті, так і діловому дискурсі, щоб мати змогу спілкуватись на більш професійному рівні. Проте у вивченні даної теми є багато складних елементів, а саме специфіка китайської культури та лінгвістичних особливостей.

Виходячи з вище сказаного, ми можемо виявити основні лінгвістичні особливості китайської похвали: фрази, що підкреслюють зовнішні дані адресата, а також досягнення, фокусування на фактах, правильно оцінений контекст бесіди, використання тонких прийомів, не скупитися на деталі (Chen & Yang, 2010).

说实话，读到你这本小说开头的时候，我以为这又是一个老套的故事。但是随着情节的展开，一切都那么出人意料，我完全被迷住了，觉得作者肯定是个天才，*Shuō shíhuà, dú dào nǐ zhè běn xiǎoshuō kāitóu de shíhòu, wǒ yǐwéi zhè yòu shì yí gè lǎo tài de gùshi. Dànshì suǐ zhè qíngjié de zhǎnkāi, yíqiè dōu nàme chūrényìliào, wǒ wánquán bèi mízhù le, juéde zuòzhě kěndìng shì gè tiāncái.* – Правду кажучи, коли я почав читати вашу книгу, я думав, що це буде черговий набір кліше. Але коли сюжет розповіді почав розкручуватися, я був полонений його несподіваними поворотами і зрозумів, що автор книги – справжній самородок...

您生意做得好我早有耳闻，但不知道您还做了这么多慈善工作 *Nín shēngyì zuò dé hǎo wǒ zǎo yǒu ěrwén, dàn bùzhīdào nín hái zuò le zhème duō císhàn gōngzuò.* – Давно чув про ваші успіхи в бізнесі, але я й не знав, що ви так багато часу присвячуєте благодійності.

Виявивши такі структурні особливості лінгвокультурологічного аспекту похвали, можна зробити висновок, що навіть з плином часу, сучасна китайська мова, і досі містить в собі традиційні звички. Але нажаль з кожним роком молодь все більше і більше відмовляється від контакту через нестачу часу, втрачаючи свою культуру.

## ЛІТЕРАТУРА

Chen, R., & Yang, D. (2010). Responding to Compliments in Chinese: Has It Changed? *Journal of Pragmatics*, 42(7), 1951–1963.  
<https://doi.org/10.1016/j.pragma.2009.12.006>.

- Regier, T., & Xu, Y. (2017). The Sapir-Whorf hypothesis and inference under uncertainty. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Cognitive Science*, 8(6), Стаття e1440. <https://doi.org/10.1002/wcs.1440>
- Vedenina, L. G. (2019). Linguistics – culturology – linguoculturology – linguistic and cultural studies. *Concept: Philosophy, Religion, Culture*, 1(9), 23–29. <https://doi.org/10.24833/2541-8831-2019-1-9-23-29>.
- Harris, Z. S., & Mandelbaum, D. G. (1951). Selected Writings of Edward Sapir in Language, Culture, and Personality. *Language*, 27(3), 288–333. <https://doi.org/10.2307/409757>

## **ФІЛОСОФСЬКІ ІДЕЇ РУМІ: ГНОСЕОЛОГІЯ КОХАННЯ, ЩО ДОСТУПНА КОЖНОМУ**

**Беспалова Є. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Голець О. Я.**

*Кандидат філософських наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Як релігійно-містична течія в ісламі, суфізм (також відомий як тасаввуф – араб. загорнутий в шерсть), представником якого і був Джалаледдін Румі, являє собою шлях до подолання ілюзорного розриву між людиною і Богом за допомогою трансформації сутності людини та набуття нею духовних якостей, чому і сприяють аскетизм, подвижництво, праведність, інтеріоризований духовний досвід, що набувається завдяки дотриманню п'яти стовпів ісламу та законів шаріату (Chittick, 2005, с. 9–10, 71).

Існує чимало теорій про виникнення цього вчення, але сама суфійська традиція свідчить, що це вчення виникло ще за життя Мухаммеда та групи його найближчих соратників, відомої як *Асхаб ас-Суффа*, чия чисельність коливається від 70 до 300.

Ці подвижники цілком присвятили себе духовній та аскетичній практиці: вони посилено вивчали грамоту і хадиси, безперервно молилися і дуже рідко без потреби покидали територію мечеті Аль-Масджид ан-Навабі. У контексті суфійської традиції, сам Мухаммад і Асхаб ас-Суффа славляться як перші суфії в усьому окрім назви (Lings, 1983, с. 100–101). Втім, ця гіпотеза виводиться з постулату, що на момент смерті пророка іслам був остаточно сформованим.

Сам епітет “суфій” спочатку вживався для позначення зразкових і добродесних мусульман і став поширюватися в період табіїнів – другого покоління учнів і послідовників сподвижників пророка Мухаммада, але не пророка особисто, а також наступним за ними третім поколінням – табі ат-табіїнів. (Nasr, 2008, с. 167–169).

Стосовно ідеології послідовників цього аскетично-містичного спрямування в ісламі – на відміну від чільних сунізму і шіїзму – її квінтесенція полягає в здачі свого еґо Богові, що впливає зі зречення матеріальних

благ, боротьби з прихованими душевними пороками, духовного виховання особистості в пізнанні Бога та беззаперечному служінні Йому. Формування цього напрямку було зумовлено реакцією на (тодішній) матеріалізм, що посилювався після успішних арабських завоювань і спотворений варіант шаріату, який – на думку перших суфіїв – був орієнтованим на користь самозбагачення еліт тодішнього мусульманського суспільства.

Соціальна та ідеологічна відкритість і гнучкість суфізму спираються на переконання, що любити здатний кожен – інакше Бог не творив би нас, щоб бути нами ж пізнаваним.

Джалаледдін Румі, який жив набагато пізніше – в епоху утворення тарикатів (суфійських братств) – як і представники попередніх поколінь суфіїв, стверджував, що у людини є все для пізнання абсолютної істини, а отже, і для здобуття нею незліченних багатств, чия духовна вага і цінність нічим не поступаються своїм матеріальним аналогам. Шлях до такого роду скарбниць лежить через вищий прояв війни, з яким коли-небудь мала справу людина – через джихад із самим собою. Але оплата за вхід до умовної вищезгаданої скарбниці – повернення людини до її первісного стану рівноваги зі всесвітом, тобто усунення покрову індивідуального я (зокрема, через боротьбу зі своєю ж гординою), через яку вона і бачить реальність після розриву своєї духовного зв'язку з Богом.

Суфії вважають, що розум неспроможний осягнути Творця, звідси і оспівування стану екстазу, порівнюваного тим же Румі зі сп'янінням, як єдиного істинного стану виходу за межі свідомості, в якому можливе злиття та розчинення людської природи в божественній. Щодо самого скарбу, це результат духовної самовдосконалення, який отримує віруючий завдяки згаданим на початку тези практикам.

Це набуття якогось “застиглого раю” і навіть не пошук Ішка (Любові, що передбачає зникнення для віруючого всього, окрім Бога), а звільнення себе від перепон, виставлених его в спробі захистити себе від Любові.

“Whoso recognises and confesses його own defects,  
Is hastening in the way that leads to Perfection!  
*But he advances not towards the Almighty  
Who fancies himself to be perfect!*”  
(Rumi in F. Hadland Davis, 2022, с. 93)

## ЛІТЕРАТУРА

- Anjum, T. (2006). *Sufism in history and its relationship with power. Islamic Studies*, 45, 221–268.
- Chittick, W. C. (2005). *The Sufi doctrine of Rumi*. World Wisdom, Inc.
- Davis, F. H. (2002). *Mevlana Jalaluddin Rumi*. Kanon.
- Lings, M. (1983). *What Is Sufism?* Suhail Academy.
- Nasr, S. H. (2008). *The garden of truth: the vision and promise of sufism, Islam's mystical tradition*. HarperOne.



## ПЕРЕКЛАД ЯК ЗАСІБ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

**Битько А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Миронова Н. В.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

У сучасному світі спостерігається тенденція до розширення та поглиблення міжнародних контактів у різних сферах економічного, суспільно-політичного, соціального і культурного життя, що визначає необхідність звернення до дослідження проблем формування міжкультурної комунікації. Динаміка сучасного світу, що енергійно змінюється, визначає настільки ж рухливий характер змін у різноманітних взаєминах між країнами і культурами народів, що їх населяють. Зміст та результати міжкультурних контактів багато в чому визначаються здатністю їх учасників розуміти один одного і досягати згоди. Вагомим фактором у досягненні успішної міжнародної взаємодії є переклад, адже він постає перед нами в ролі своєрідного провідника між мовними кодами різних етносів, що допомагає нам переносити реалії вихідного тексту за допомогою лексичного складу мови перекладу з одного мовленнєвого та культурного середовища до іншого. Тому метою дослідження став аналіз міжкультурних аспектів перекладу як особливого виду міжмовної та міжкультурної комунікації.

У процесі перекладу відбувається взаємодія не лише двох і більше мов, але й культур, які мають загальну і національну специфіку. Своєрідність національних мовних картин світу і множинність культур не повинно ставати перешкодою для взаєморозуміння народів і, у свою чергу, має долатися в ході перекладу. Як зазначає Венуті, “переклад – це процес, який передбачає пошук подібності між мовою та культурою, особливо схожими повідомленнями та формальними техніками, але він робить це тому, що постійно стикається з відмінностями. Він ніколи не може бути мінімальним і ніколи не повинен прагнути усунути ці відмінності цілком” (Venuti). Тому основним завданням перекладу у контексті міжнародної комунікативної діяльності є здійснення повної та адекватної передачі змісту тексту оригіналу, що формується шляхом злиття реалії мовного, соціального і культурного простору усіх учасників комунікації.

Репрезентативну одиницю міжкультурної комунікації слід пов’язувати з комунікативними значеннями, які відображають культуру етнічної групи, мовою якої відбувається комунікація. Згідно з цією концепцією, культура не є статичною системою, а постійно перебуває у “використанні”, генеруючи різні значення, витісняючи та переосілюючи одні й водночас запозичуючи інші, а також передаючи свої власні мовні традиції своїм нащадкам та іншим культурам. З цієї точки зору, важливим елементом теорії міжкультурної комунікації є культурно-специфічний елемент, який представляє міжособистісну динаміку взаємодії між носіями різних культур,

певною мірою співвідноситься з одиницями та категоріями ідіоетнічних мов і тому є предметом лінгвістичних досліджень (Донець).

Проблема перекладу лінгвокультурних реалій є однією з найважливіших, а також потребує великих зусиль під час перекладу та дослідження національно-культурної специфіки мови і мовленнєвої діяльності (М'язова). Якщо мовне і культурне розмаїття сьогодні визначене як багатство цивілізації, то саме переклад працює над його збереженням. Переклад виступає своєрідним засобом захисту для мов і культур різних країн, слугуючи рушійною силою їхнього саморозвитку і водночас захищаючи їх від надмірного впливу іноземних мов.

Комунікаційні процеси неминуче включають певні одиниці комунікації, які можуть значно відрізнятись в багатьох світових культурах, оскільки різні специфічні мовленнєві моделі можуть використовуватися в одній ситуації в різних суспільствах (Куликова). Так, приміром, один і той самий фрагмент дійсності може бути представлений в різних мовах, але з власними варіаціями його мовної репрезентації, що відображає різні ракурси та властивості пізнання світу крізь призму тієї чи іншої мови. Наприклад, українською мовою ми маємо слово “підсніжник”, французькою мовою назва цієї квітки звучить як “perce-neige”, а англійською знаходимо “snowdrop”.

Окрім вияву певного національного або мовного світогляду, міжкультурна комунікація має низку особливостей, що відрізняють її від монокультурної комунікації. Зокрема, до особливостей цієї категорії належать назви об'єктів і процесів, характерних для дійсності, тобто для життя конкретної лінгвокультурної спільноти (назви історичних та архітектурних пам'яток, міфологічних персонажів, імена національних героїв і відомих особистостей, приказки, прислів'я тощо). Тому в процесі перекладу необхідно враховувати культурні та мовні особливості іншомовного тексту, що може призвести до зіткнення культур. Щоб досягти взаєморозуміння, комуніканти повинні мати спільну когнітивну базу (Venuti). З цієї причини перекладачам необхідно знати національну ідентичність іноземної мови та національні особливості її носіїв. Під національною ідентичністю розуміють стійкий набір цінностей, установок і поведінкових норм, характерних для даної культури. Варто пам'ятати, що чим більше подібності між системами та культурами двох мов, тим ефективнішим буде переклад при міжкультурній комунікації.

Отже, переклад дає можливість формувати та збагачувати власну культуру шляхом запозичення та усвідомлення здобутків культурного, художньо-естетичного, політичного та економічного розвитку інших народів у процесі міжмовної комунікації. Розвиток наукових знань у цій галузі та формування нових ідей можливі лише через детальне вивчення та переосмислення особливостей інших мовних систем в історичній перспективі.

## ЛІТЕРАТУРА

Донець, П. Н. (2001). *Основи загальної культури міжкультурної комунікації: науковий статус, понятійний апарат, мовний та немовний аспекти, питання етики та дидактики*, с. 379–386.

- Куликова, Л. А., Тарасенко, Т. В. (2017). *Діалог культур у теорії міжкультурної комунікації та практиці викладання іноземних мов*, 42–46.
- М'язова, І. Ю. (2006). Особливості тлумачення поняття “міжкультурна комунікація”. *Філософські проблеми гуманітарних наук*, 108–113.
- Venuti, L. (2012). *A theory of translation*.

## ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИКИ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ У СФЕРІ АРХІТЕКТУРИ

**Бібікова А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Беля В. В.**

*Кандидат філософських наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Архітектурно-будівельна термінологія є окремим пластом лексичної системи, що обслуговує певну групу людей. Для мовознавця вона є цікавим предметом дослідження, оскільки часто її терміни мають метафоричність і полісемію, про що неодноразово зазначалося в роботах, присвячених цій темі.

Термін архітектурної сфери (архітектурний термін) інтерпретується нами як така функціонально спеціалізована мовна (семіотична) одиниця, що вживається в галузі архітектури; має визначення у словниках архітектурних термінів; однозначно розуміється всіма фахівцями зазначеної науково-професійної галузі (Запольських, Мосіна, 2022, с. 52). Термінологія архітектури є активною з точки зору розвитку свого словникового складу. Будь-яка терміносистема, в т.ч. архітектурна лексика, як відображає стан цієї галузі наукового та технічного знання певного періоду, а також є інструментом її розвитку. Детермінуючими рисами лексичних одиниць архітектурної термінології можна назвати відсутність емоційних та суб'єктивних конотацій, лаконічність репрезентації та узагальненість (Запольських, Мосіна, 2022, с. 52).

Формування та збагачення термінології відбувається за рахунок не лише зовнішніх засобів номінації (запозичення), а й завдяки внутрішнім номінативним засобам термінотворення, одним із яких є семантичний спосіб утворення термінів (лексико-семантичний спосіб, семантична деривація) (Дудик, 2005, с. 43). І хоча цей спосіб був продуктивнішим на початковій стадії розвитку виробничо-технічної галузі та її термінології (у ремісничо-промисловий період), він зберігає свою актуальність і зараз. Незалежно від шляхів збагачення термінологічної системи лексики архітектури слід пам'ятати, що термін повинен бути системним, мати тенденцію до однозначності в межах свого термінологічного поля, характеризуватися стилістичною нейтральністю, семантичною точністю, не мати синонімів і мати спеціальне визначення (дефініцію).

Терміносфера архітектури в китайській мові належить до технічного підвиду науково-професійної мови для спеціальних цілей. Характерною рисою ряду архітектурних термінів є те, що вони є результатом процесу термінологізації загальноживаних слів. Наприклад, загальноживана лексема 房子 в архітектурній терміносфері китайської мови вживається як термінологічна одиниця, що репрезентує спеціальне фахове поняття: 住宅封闭式房屋 *zhùzhái fēngbì shì fángwū* житлові будинки закритого типу; 住宅平房型房屋 *zhùzhái píngfáng xíng fángwū* житлові будинки типу бунгало; 低层住宅 *dīcéng zhùzhái* малоповерхові будинки і т. ін. (Колодко, 2004). Кожен термін-словосполучення наділений дефініцією, що відображає суттєві категорійні ознаки термінованого денотата. Слід зауважити, що в одного й того самого елемента наведених вище термінологічних словосполучень лексеми-ідентифікатори в дефініціях можуть відрізнятися.

Специфічною ознакою терміносфери архітектури в китайській мові є різноструктурність та різноманіття дериваційних одиниць та моделей термінолексики, що формують її склад. Частиномовна приналежність похідних і непохідних термінологічних одиниць архітектурного сегмента китайської термінологічної картини світу дуже різноманітна: відзначається наявність одиниць усіх самостійних частин мови. Максимально частотним є використання термінів-іменників, наприклад: 混凝土 *hùnníngtǔ* бетон, 振动压机 *zhèndòng yājī* вібропреси та ін. (Колодко, 2004).

Характерною ознакою китайської архітектурної термінології постає значна кількість термінів, запозичених із найрізноманітніших гносеологічних сфер. Зокрема, в тематико-когнітивному модулі “Будівельні матеріали” активно функціонують терміни з геологічної терміносфери: 金刚石 *jīngāngshí* алмаз, 重晶石 *zhòngjīngshí* барит та ін. (Юенчжень, 2013).

Тематико-когнітивний модуль архітектурної терміносфери “Машини, механізми, обладнання” включає переважно складні терміни та терміни-словосполучення: 混凝土泵车 *hùnníngtǔ bèngchē* бетононасоси, 混凝土搅拌机 *hùnníngtǔ jiǎobànchē* вакуумні самоскиди та ін. (Юенчжень, 2013).

Таким чином, специфічною ознакою терміносфери архітектури сучасної китайської мови є різноструктурність та різноманіття дериваційних одиниць та моделей термінолексики, що формує її склад. Частинна приналежність похідних і непохідних терміноодиночок архітектурного сегмента термінологічної картини світу в китайській мові дуже різноманітна: відзначається наявність одиниць усіх знаменних частин мови.

## ЛІТЕРАТУРА

- Дудик, П. С. (2005). *Стилістика української мови*.  
Запольських, С. П., & Мосіна, Е. О. (2022). Англomовна термінологія архітектури і будівництва та проблеми її перекладу з англійської мови на українську. *Нова філологія*, 86, 48–53.  
Колодко, С. А. (2004). *Китайсько-український словник: 80 000 слів*.  
Юечжень, Х. (2013). *Новий українсько-китайський словник*.

## СИСТЕМА ВІЙСЬКОВОЇ ЛЕКСИКИ ТА КОМУНІКАЦІЇ В КИТАЇ: РОЗВИТОК КИТАЙСЬКОЇ ВІЙСЬКОВОЇ ЛЕКСИКИ ВІД ДАВНІХ ЧАСІВ ДО СУЧАСНОСТІ

**Білозерцев З. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Беля В. В.**

*Кандидат філософських наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Система військової лексики та комунікації в Китаї є складною та досить різноманітною, включаючи багато термінів, що використовуються в різних сферах військового життя. Ці терміни можуть бути як загальними, так і спеціальними, залежно від конкретного контексту.

Один з прикладів використання військової лексики та комунікації в Китаї – це термінологія традиційних китайських бойових мистецтв, що відображається, зокрема, у процесі навчання та викладання, де використовуються такі поняття, як 气 *qì* життєва енергія та 阴阳 *yīn yáng* принцип взаємодії протилежностей. Такі терміни відображають основні принципи традиційних китайських бойових мистецтв та їх використання у військовій стратегії. Наприклад, вислів 沉着应战 *chénzhuó yìngzhàn* означає “бути спокійним та реагувати на ситуацію”, а 以退为进 *yǐtuìwéijìn* означає “відступаючи, здобути перемогу”.

Історично китайська військова лексика включає терміни та фрази, які були розвинуті протягом тисячоліть, від доби стародавньої Китайської імперії до сучасних часів. Розвиток лексики був пов'язаний з розвитком військової технології та техніки, тактики та стратегії ведення війни. Одним з прикладів стародавньої військової лексики є термін 枪 *qiāng*, який походить з періоду Династії Шан. Цей термін використовувався для позначення дерев'яної палиці, що мала наконечник з бронзи або каменю. З часом, замість дерев'яної палиці з'явилися залізні та сталеві копії, які також отримали назву 枪 *qiāng*. Інший приклад подібного терміна китайської військової лексики – 兽猴 *shòuhóu*, що в перекладі означає “мавпа”. Цей термін використовувався для позначення маневру, який був схожий на танцюючу мавпу.

Зараз китайська військова лексика продовжує розвиватися. Вона включає в себе терміни та фрази, пов'язані з сучасною військовою технологією, тактикою та стратегією. Однак, як зазначив професор Лі Цзіхуа, експерт з китайської військової лексики, “сьогоднішня військова лексика, яка використовується в Китаї, також має в собі культурні та соціальні аспекти, що відображають відносини між людьми та владою, між різними військовими одиницями та між собою. Наприклад, термін 上官 *shàngguān* вживається для позначення командира або начальника, що відображає військову ієрархію та підкреслює важливість влади. Інший приклад – термін 战争 *zhànzhēng*, що означає “війна”. Цей термін використовується не тільки в військовому контексті, але й у політичному та економічному. Він відображає

важливість війни як інструменту розв'язання конфліктів, а також як частину національного ідентитету.

Загальною рисою військової лексики в Китаї є поєднання військових термінів з концептуальними поняттями, що відображають культурно-історичний досвід нації. Наприклад, термін 东风 *dōngfēng* означає “Східний вітер” і використовується для позначення планування військової операції, яка має на меті здійснення швидкого та вирішального удару на ворога. Це також є прямим посиланням на стратегію, в якій керівник повинен використовувати природні сили, щоб отримати перевагу над супротивником.

Отже, китайська військова лексика має багату історію та різноманітну термінологію, що розвивалася протягом століть. Вона відображає важливі аспекти культури та соціальних відносин, що існують в Китаї, а також відображає розвиток військової технології і тактики.

## ЛІТЕРАТУРА

- Hu, Y. (2019). A Study on the Current Situation of Chinese Military Vocabulary and Its Translation. *English Language Teaching*, 12(5), 15–26.
- Li, Z. (2013). The History and Development of Chinese Military Terminology. *Asian Social Science*, 9(16), 134–139. Doi: 10.5539/ass.v9n16p134
- Kuo, C. C. (2017). Chinese military terms in English translation: A corpus-based analysis of “weaponized” and “militarized” metaphors. *Discourse, Context & Media*, 20, 1–9. Doi: 10.1016/j.dcm.2017.02.003
- Shi, Y. (2018). Comparative Study of Chinese and Western Military Terminology. *Journal of Language Teaching and Research*, 9(1), 41–46.
- Zhang, Y. (2018). The Historical Origin and Cultural Significance of Wushu. *International Journal of Social Science and Humanity*, 8(6), 195–199. Doi: 10.18178/ijssh.2018.v8.955
- Zhang, X. & Gu, H. (2015). The Features of the Chinese Military Terminology and Translation. *Journal of Language Teaching and Research*, 6(6), 1172–1178.

## СИНТЕТИЧНІ Й АНАЛІТИЧНІ СЛОВОТВІРНІ ТЕРМІНИ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

**Бобрик Ю. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Мунтян О. О.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Українська мова є синтетичною мовою з елементами аналітизму. У ній завжди формуються утворення аналітичного типу, тому що сполучення слів є найпрозорішим способом вираження додаткових значень. Синтетизм української мови проявляється в прагненні її до однослівних нерозчленованих

номінацій, що й забезпечують засоби словотворення. Тяжіння української мови до однослівних номінацій породжує зростання кількості складних слів, які за будовою залишаються аналітичними (співвідносними зі словосполученнями), а за формою – аналітичні як юкстапозити, або синтетичні як композити й складноскорочені слова.

Синтетизм – типологічна ознака мовної структури, що виявляється в об'єднанні в межах одного слова кількох морфем (лексичних, словотвірних, словозмінних). У морфології синтаксичні словоформи звичайно утворюються поєднанням основи слова з флексією, як граматичним формантом. Синтетизм у словотворі стосується явищ універбації – вираження одним словом значень, передаваних в аналітичних формах сполуками слів.

Аналітизм – типологічна ознака мовної структури, що виявляється у роздільному вираженні основного (лексичного) і додаткового (морфологічного, синтаксичного, словотвірного) значень слова. Аналітизм засвідчують такі показники, як морфологічна незмінність і наявність аналітичних (складних форм). Аналітизм протиставляється синтетизму як топологічній ознаці протилежного типу. Ступінь аналітизму визначається за середньою кількістю морфем у слові. Аналітичні форми складаються з основного (повнозначного) і допоміжного (службового) слова.

Отже, можемо впевнено стверджувати, що до аналітичних термінів відносяться одиниці, які виражають внутрішній цілісний зміст поняття з допомогою двох або більше слів компонентів з роздільним написанням, а до синтетичних – ті, які виражають цілісний зміст певного поняття одним словом.

Звернемо увагу на більш детальний розгляд аналітичних термінів, оскільки їх кількість більша у словотвірній термінології ніж синтаксичних термінів.

В українській мові витворилися три різновиди аналітичних форм: морфологічні, синтаксичні і словотвірні. Морфологічні аналітичні форми утворюють єдину словоформу. Утворення аналітичного типу постійно формуються. Дослідники пояснюють, що такі утворення є найпрозорішим засобом вираження додаткових значень, зокрема словотвірних.

У словотвірній номінації виразниками аналітизму є складні слова, які виникають на ґрунті словосполучень, але порівняно з ними є цілісно оформленими номінативними одиницями. У межах сучасних термінологій складні терміни переважають. Порівняно з однослівними термінами аналітичні терміни виявляють здатність до конкретизації значень завдяки залежним словам.

Складні слова, мотивовані словосполученнями, утворюються способами абрєвіації (складноскорочені слова), основоскладанням (композити) та словоскладанням (юкстапозити).

Аналітичні терміни виконують номінативну функцію на рівні з однослівними термінолексемами. Такі словосполучення, схоже до однослівних термінів, входять у наукове мовлення в готовому вигляді, не переформовуються щоразу, а зберігаються готовими в запасі термінів



цієї галузі. Декілька компонентні терміни містять у собі властивості як терміна (відсутність експресії, тенденція до моносемії у середині їхнього термінологічного поля, стилістична нейтральність, чітка дефініція), так і словосполуки. Аналітичний термін подібний до вільного словосполучення, але вільне словосполучення має номінативну функцію, а термін-словосполучення – номінативно-дефінітивну, оскільки позначає певне, чітко закріплене за ним поняття.

Аналітизм виявляється в семантиці, структурі й у формі вираження словотвірних одиниць. Складні слова є аналітичними за змістом, оскільки мотивовані словосполученнями і співвідносні з ними, але мають різну форму вираження: аналітичну (юкстапозити) та синтетичну (комполити, складноскорочені аббревіатури).

На прикладі нової лексики спостерігаємо: паралельне існування аналітичних і синтетичних конструкцій (словосполучень, складних слів і простих афіксальних утворень).

Підсумовуючи наведений матеріал зазначимо, що словотвірні терміни можна поділити за структурою на такі номінативні типи:

- 1) синтетичні (однослівні);
- 2) аналітичні (об'єднують у своєму складі кілька слів).

## **ЛІТЕРАТУРА**

- Вихованець, І. & Городенська, К. (2004) *Теоретична морфологія української мови. Академічна граматики української мови*. Пульсари.
- Клименко, Н. (1998) *Основи морфеміки сучасної української мови*. Наукова думка.
- Українська мова: Енциклопедія* (2004). Українська енциклопедія імені М. П. Бажана.

## **КУЛЬТУРА МИСЛЕННЯ ЯК УКРАЇНСЬКИЙ ВИКЛИК “МАТРИЦІ ІДЕОЛОГІЙ”**

**Богуцька В. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Комісар Л. П.**

*Кандидат філософських наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Культура мислення – це призма світосприйняття, через яку людина дивиться на світ, це набір навичок осмислення та аналізу навколишнього середовища. Така культура притаманна (в ідеалі) як кожному індивіду, так і суспільству в цілому, тож її можна розглядати як критерій духовного розвитку нації. Культура мислення в історії людства піддавалася трансформації одночасно із змінами систем цінностей історичних типів суспільств, фактично протягом кожної наступної епохи, отже “проблема

мислення є центральною для філософії, оскільки вона сама постає наукою про мислення” (Гальченко, 2017, с. 25).

В сучасному інформаційному суспільстві все більше набуває популярності критичне ставлення до мислення, попри те, що “в умовах глобалізації та виникнення віртуального світу свідомість (мислення) більше спирається на емоційне, а не логічне (інтелектуальне) осягнення знань, логічне мислення замінюється візуально-емоційним (емоційно-міфологічним)” (Гальченко, 2018, с. 35). На жаль, в ХХІ столітті симулятивна віртуальна комунікація стала ерзацом реального спілкування, дефіцит якого так гостро відчуває сучасна людина. “Наразі культура мислення обумовлена розвитком цивілізації та соціуму, переповнена суперечностями і явищами духовного дискомфорту, особливо у випадку застосування раціонально-гуманістичного аналізу” (Гальченко, 2018, с. 37). Саме такий аналіз, на нашу думку, є передумовою набуття сучасною людиною навичок критичності у мисленні, що сприятиме, так би мовити, імунітету проти маніпуляцій на рівні пропаганди та ідеології.

В той час як культура мислення змінюється одночасно з розвитком суспільства, “матриця ідеологій” залишається відносно сталою. Виникнення самого поняття ідеології (1796 р. – Дестют де Трасі) було пов’язано з вимогою отримати набір ідей для вирішення проблем суспільства, а одним із завдань цих систем (матриць) ідеологій була потреба в суспільній організації. “Антирелігійні за змістом, вони були покликані ствердити новітні реалії суспільного життя, абсолютно інші ідеї, де людство і народ уособлювали б собою “нове божество”. Обов’язкова умова “матриці ідеологій” – це сумнозвісна “жертвовність сакрального”: чим більше страждає нація, народ, тим більше величі. Відповідно, має бути рух до щастя через оновлювальні катастрофи, “палінгенесі” (Єрмоленко, 2018, с. 131). В будь-якій матриці ідеології присутні такі поняття як “маска зла”, “не вір очам своїм”, “істина насправді прихована від тебе” тощо (Єрмоленко, 2018, с. 132). Отже те, що в ідеологічних нарративах називають стражданням і злом, може насправді виявитися добром – згодом, після подолання всіх випробувань, адже в матриці ідеології “людина є частиною чогось більшого – нації, раси, класу чи людства” (Єрмоленко, 2018, с. 132). Таким чином сакральне “божество” для ідеологій існує не “над”, а “навколо” нас: воно охоплює та тримає в собі, сполучає, існує після твоєї смерті, воно є колективним, а не індивідуальним” (Єрмоленко, 2018, с. 133). Зрозуміло, що вказана “матриця ідеологій” була присутні у всіх течіях ідеологій ХІХ-ХХ століть (від расизму до фашизму, від сіонізму до комунізму).

Виховання культури мислення як українського виклику “матриці ідеологій” формується бурхливим сьогоденням, адже перед нами стоїть загроза знищення народу, нації, держави, – постає питання існування посутніх цінностей людського буття. Ми думаємо, що цінність життя необхідно виборювати, відстоюючи своє національно гідність, своє право на існування і свій спосіб мислення. Зокрема, внесок українців в боротьбу з “матрицею ідеологій” може бути представлений на прикладі промови О. Матвійчук 10 грудня 2022 р. на врученні Нобелівської премії миру. “Від того, як ми боремося сьогодні, залежить якою буде Україна в майбутньому.

Аби у поствоєнній країні ми могли будувати не хиткі конструкції, а стійкі демократичні інститути. Цінності – це те, що визначає нашу поведінку не тоді, коли легко, а тоді, коли нам важко. Ми не маємо стати дзеркалом держави-агресора. Це не війна двох держав, це війна двох систем – авторитаризму і демократії. Ми боремося за можливість будувати державу, в якій права кожної людини захищені, влада підзвітна, суди незалежні, а поліція не б'є мирні студентські демонстрації на центральній площі столиці. Ми маємо подолати травму війни і пов'язані із нею ризики на шляху до європейської родини та утвердити вибір українського народу, визначений Революцією Гідності” (Матвійчук, 2022). Отже, культура мислення сучасного українця дійсно кидає потужний виклик як пропагандистським наративам держави-агресора, так і сучасній “матриці ідеологій”.

### ЛІТЕРАТУРА

- Гальченко, М. С. (2017). Мислення як ресурс творення соціокультурної реальності. *Нова парадигма*, 132, 25–32.
- Гальченко, М. С. (2018). Культура мислення як фактор зміни соціокультурної реальності. *Наукове пізнання: методологія та технологія. Філософія*, 1 (40), 33–38.
- Єрмоленко, В. А. (2018). *Плинні ідеології: ідеї та політика в Європі XIX–XX століть*. ДУХ І ЛІТЕРА.
- Матвійчук, О. (2022). “*Правосуддя не має чекати*”. Перша українська промова на врученні Нобелівської премії миру.  
<https://nv.ua/ukr/world/countries/nobelivska-premiya-miru-promova-oleksandri-matviychuk-z-centru-gromadyanskih-svobod-ostanni-novini-50290023.html>

### БАГАТОЗНАЧНІ (ПОЛІСЕМІЧНІ) СЛОВА В ЯПОНСЬКІЙ МОВІ

**Бойко Ю. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Щербань Н. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Дослідивши питання багатозначності в японській мові можна зробити висновки, що полісемія – це певна семантична єдність, що існує між значеннями слова і на основі загальних семантичних асоціацій, відомих як метафоричні, метонімічні та інші перенесення. Іншими словами, між значеннями полісемічного слова існує певний семантичний зв'язок, що базується на загальних семантичних елементах. Проте полісемією здебільшого кваліфікують лише лексичну багатозначність, тоді як термін багатозначність не має такого обмеження.

У загальнолітературній мові полісемія сприймається як закономірність, як органічна властивість мови, натомість у термінології – як небажане,

не властиве їй явище, оскільки “невід’ємною частиною нормативної термінології має бути однозначність” як одна з визначальних терміна на відміну від загальнозживаного слова.

Причинами появи лексичної багатозначності за С. В. Кійко (1999) є безмежність зовнішнього світу та обмеженість словникового складу; принцип економії; взаємозв’язок самих предметів і явищ, який відображається в свідомості людини у вигляді “пучків знань” (с. 20). За характером організації (залежності, мотивації) лексико-семантичних варіантів у багатозначному слові виділяються три основні типи полісемії: радіальна полісемія, ланцюжкова полісемія та радіально-ланцюжкова полісемія.

Полісемія, яка реалізується в тексті за одночасного вживання різних семем однієї лексики та у взаємодії з синонімією, антонімією, фразеологією й словотвором, виконує цілий комплекс комунікативно-прагматичних функцій. Дослідники виділяють такі функції, як підвищення експресивності висловлення, створення комічного ефекту, відтворення забутих зв’язків між значеннями, оформлення мовленнєвої характеристики персонажів і авторського мовлення.

Оглянувши полісемію термінів, як об’єкт наукового дослідження можна зробити такі висновки, що під визначенням полісемії прийнято розуміти здатність терміну мати одночасно декілька значень, що інколи призводить до незрозумілого перекладу чи не розуміння побудови речення.

Японська мова схильна до наявності багатозначності, як у спеціальній термінології, так і в літературній мові, що можна безпосередньо простежити на сторінках творів японських авторів. У японській мові серед полісемічних термінів можуть зустрічатись такі різновиди полісемії: ланцюжковий при послідовному творенні значень полісеманта; радіальний при творенні кількох значень від одного головного значення та комбінований.

Тема полісемії в наукових колах є багато дослідженою, що можна простежити по кількості наукових статей та розвідок. Вивчення цієї теми є дуже важливим оскільки дивлячись на питання використання полісемії в японській мові бачимо, що багатозначність присутня серед іменників, дієслів та прикметників, які досить часто зустрічаються у граматиці.

Загалом в японській мові можна вживати одне і те саме слово у різних значеннях, що збагачує мову та розширює варіанти для оратора, оскільки він має змогу підібрати у своєму реченні саме те слово, яке на його думку буде влучним за ситуацією. Проте багатозначність може зумовити труднощі для початків, хто лише починає вивчати мову і для перекладачів, тому в такому випадку потрібно ретельно перевіряти значення слів за лексичними словниками.

## ЛІТЕРАТУРА

Апресян, Ю. Д. (1974). *Лексична семантика: Синонімічні зв’язки мови*. Наука.

Кійко, С. В. (1999). *Полісемія дієслів сучасної німецької мови: автореф.*

Комарницька, Т. К., Комісаров, К. Ю. (2012) *Сучасна японська літературна мова: теоретичний курс: в 2 т.* Т. 1. Видавничий дім Дмитра Бураго.

- Кочерган, М. П. (2003). *Загальне мовознавство: Підручник*. Видавничий центр “Академія”.
- Солдатова, Л. П. (2007). *Розмежування явищ повної лексичної омонімії та полісемії (словниковий та функціонально-стилістичний аспекти)*. [Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 “Українська сова”].
- Тараненко, О. О. (2004). *Полісемія*. В В. М. Русанівський (Ред.), Українська мова: енциклопеді (2-ге вид.). Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана.

## **ВІДОБРАЖЕННЯ КОНЦЕПТУ “ЧАС” В МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ КИТАЙЦІВ**

**Бойко Я. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Самаркіна А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Проблема концептуалізації таких базових категорій людського буття, як час і простір привертає увагу лінгвістів давно і не втратила своєї актуальності й донині. Процес дослідження вербалізації концептів “Простір” і “Час” у різних мовах світу також є новим напрямком, який характеризується багатьма підходами. Однією з найпродуктивніших теорій є Теорія Концептуальної Метафори (Conceptual Metaphor Theory). Ця теорія була запропонована Джорджем Лакоффом та Марком Джонсоном в 1980-х роках. Автори вважають, що метафора не є просто літературним прийомом, але є фундаментальною для нашого способу мислення і сприйняття світу. Вони стверджують, що ми використовуємо метафори не тільки у мовленні, але й у нашому мисленні та сприйнятті. Згідно з теорією, метафора використовується для передачі змісту одного поняття через інше. Наприклад, метафора “життя-подорож” передає зміст поняття “життя” через інше поняття “подорож”. Під впливом даної теорії все більше вчених схиляються до думки про визначення терміна “час” як метафоричного, оскільки в більшості мов світу термін “час” концептуалізується на основі просторових метафор: розміру, кількості, положення, форми, руху тощо (Boroditsky, 2001).

Говорячи про китайські лінгвістичні дослідження, які присвячені процесу концептуалізації термінів “простір” і “час”, то вони здебільшого пов’язані з вивченням лінгвістичної об’єктивації термінів. Водночас китайська фразеологія ще не привернула уваги ні китайських, ні європейських лінгвістів з точки зору концептуальної репрезентації. В цій роботі проаналізовано терміни 空间 *kōngjiān* – простір, 时间 *shíjiān* – час і 时空 *shíkōng* – час-простір крізь призму метафор у складі китайських фразеологізмів 成语 *Chéngyǔ* – чен’юй як найбільш репрезентативного дослідницького матеріалу з концептуальної точки зору. Чен’юй часто використовуються у китайському

мовленні та літературі, і вони є важливою частиною китайської культури. Для повного та всебічного вивчення концептів “простір”, “час” та об’єданого концепту “час-простір”, як результат традиційних китайських уявлень у сучасній китайській мові, слід застосувати метод дослідження концепту як метафоричної структури, актуалізованої в метафоричних моделях. Даний метод передбачає використання метафор як інструменту аналізу концептів, які підтримуються в мові та культурі. Цей метод розглядає мовленнєві метафори як спосіб вираження та опису понять, які важливі для людей у різних культурах. Дослідження таких метафоричних моделей доцільно здійснювати передусім у процесі дослідження фразеологічних одиниць сучасної китайської мови, серед різновидів яких ми маємо виокремити 成语 *Chéngyǔ* – чен’юй, завдяки здатності метафоризувати явища навколишньої дійсності, що існують у просторі та часі. Для українських фразеологізмів найбільш широко представленою групою є відношення до часу з точки зору його цінності, наприклад: час — гроші; лови момент; куй залізо, поки гаряче; не тим час дорогий, що довгий, а тим, що короткий тощо. Китайські ж фразеологізми більше розглядають поняття “час” з погляду його тривалості, наприклад: 弹指之间 *Tánzhǐ zhī jiān* – в одну мить, 转眼之间 *Zhuǎnyǎn zhī jiān* – в мить ока, 成年累月 *Chéng nián lěiyuè* – з року в рік.

Спіраючись на думку вітчизняного дослідника в галузі когнітивної лінгвістики Ольги Петрівни Воробйової, ми можемо визначити метод реконструкції концептуальних метафор, як провідний, у дослідженні концептів “простору”, “часу” і “часу-простору”. О. П. Воробйова відома своїми дослідженнями в галузі когнітивної лінгвістики, зокрема в області когнітивної ономастики, когнітивної граматики, когнітивного аналізу мовленнєвої дії. Отже, як зазначає професорка, основні етапи концептуального дослідження крізь призму метафори включають (Воробйова, 2011, с. 2):

- 1) визначення змісту цільової концептосфери, тобто концептуальних референтів (відповідь на запитання, що описується?);
- 2) виведення складових концептосфери джерела, тобто концептуальних корелятів (відповідь на запитання як, крізь яку призму описується?);
- 3) визначення характеру перехресного відображення (відповідь на виділене під час опису питання?);
- 4) визначення кола концептуальних метафор (відповідь на запитання, які образи задіяні?);
- 5) визначення обсягу концептуальних метафор (відповідь на запитання, які референти охоплюються одним образом?)

Підеумовуючи, хочу додати що використання метафор у концептуальному дослідженні є важливим інструментом, який дозволяє розкрити глибинний зміст та значення концептів. За допомогою метафор можна показати різні аспекти концепту, що дозволяє краще зрозуміти його сутність.

## ЛІТЕРАТУРА

Воробйова, О. П. (2011). *Когнітологія як експерієнційний міф: Методики концептуального аналізу тексту*. У А. І. Анісімова (Ред.), *Актуальні*

*проблеми філологічної науки та педагогічної практики* (с. 2–3).  
Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара.  
Boroditsky, L. (2001). Does Language Shape Thought? Mandarin and English Speakers' Conceptions of Time. *Cognitive Psychology*, 43(1), 1–22.

## **ФУНКЦІЇ ВЖИВАННЯ СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ В ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПАХ**

**Бондар К. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Черхав О. О.**

*Доктор філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Публічні виступи є не лише способом донесення інформації до публіки, але й методом впливу, який призводить до зміни або підсилення думки слухачів, або формування певних переконань (Бараняк, 1970). Для досягнення даної цілі, оратори в своїх промовах часто використовують стилістичні засоби, залежно від настроїв публіки, тематики виступу та конкретних дій, які мають бути виконані після прослуховування доповіді.

Більш детально розглянемо функції стилістичних засобів в публічних виступах на прикладі андестейтменту. Андестейтмент (з англ. “understatement”) – стилістичний прийом, що ґрунтується на описі або характеристиці явища або події, навмисно надаючи йому меншого значення або вартості, ніж є насправді (Neuhaus, 2016).

Даний стилістичний засіб широко використовувався в публічних промовах таких відомих діячів, як Лоуренс Оутс, Дональд Трамп, Мехбуба Муфті, та Вінстон Черчилль. Як зазначає Соґа (2021), андестейтмент допомагає встановити контакт між мовцем та слухачем, виділити основну думку у виступі та змусити реципієнта задуматись над проблемою, піднятою оратором.

Лоуренс Оутс, офіцер британської армії та дослідник Антарктики зазначив: “I think that the holocaust was very sad” (Ultius). Таке формулювання було використане з метою прагматичного впливу на слухача та зіставлення реальної ситуації та її результатів в минулому з висловом мовця.

Варто також зазначити використання стилістичного засобу у своїх промовах Дональдом Трампом, який під час дебатів з Джо Байденом сказав: “I’ve been congratulated by the heads of many countries on what we’ve been able to do”. В даному висловлюванні чітко простежується функція надання більш ввічливого та менш прямого характеру сказаному. В наслідок цього, думка оратора набуває меншої гостроти та конкретики, ніж вона б мала за відсутності андестейтменту (Соґа, 2021).



Іншим політиком, промови якої відзначались вживанням андестейтменту є індійський політичний діяч Мехбуба Муфті. Як зазначає Pandita (2016), “balm to the wounds of the militants” є одним з прикладів використання зазначеного стилістичного засобу з метою привернення уваги аудиторії до нагальних проблем суспільства.

Андестейтмент має також функцію підсилення або послаблення емоційного стану реципієнтів. “Попрацювали нехлюйськи” – таким був коментар Вінстона Черчілля, коли він з делегацією прибули до Лондона на місце, де було знищено будівлю під час німецьких бомбардувань. В такий спосіб, політичний діяч змушує слухачів переконатись, що не все так погано, надати оптимізму та гумору в час, коли населення мало лише негативні настрої та страх (Зінзівер, 2022). Вінстон Черчілль, в одній зі своїх промов зазначив: “Business carried on as usual during alterations on the map of Europe” (Country Life, 2016). Дане висловлювання фіксує увагу слухача не на факті війни та знищення, а на тому, що навіть у важкі часи, бізнес продовжує діяти. Як результат, піднімається дух населення і суспільство починає активніше працювати на відбудову країни (Сога, 2021).

Дослідивши використання андестейтменту у публічних промовах, можна зробити висновок, що даний стилістичний засіб підкреслює важливість піднятого питання, спонукає реципієнтів до роздумів та прийняття позиції оратора. Окрім того, засіб також може набувати гумористичного характеру для підняття настрою публіки та мотивації до активних дій.

## ЛІТЕРАТУРА

- Бараняк, М. М. (1970). *Функції пареміологічних одиниць у промовах і виступах політиків Німеччини*. Бібліотека Житомирського Державного Університету
- Сога, Л. В. (2021). *Стилістичні прийоми як основні елементи збагачення англійської мови*. Університет Григорія Сковороди в Переяславі.
- Neuhaus, L. (2016). *On the relation of irony, understatement, and Litotes. Pragmatics & Cognition*.  
<https://www.jbe-platform.com/content/journals/10.1075/pc.23.1.06neu>
- Country Life January 8, & Country Life. (2015). *6 famous rhetorical devices used by Winston Churchill*.  
<https://www.countrylife.co.uk/out-and-about/theatre-film-music/6-famous-rhetorical-devices-used-winston-churchill-67765>
- Зінзівер, Г. (2022). *Хто такий Вінстон Черчілль? Український інтерес*.  
<https://uain.press/blogs/1121290-1121290>
- Pandita, K. N. (2016). *Antics of political understatement. Indian Defence Review*.  
<http://www.indiandefencereview.com/spotlights/antics-of-political-understatement/>
- Ultius. (n.d.). *Understatement*.  
<https://www.ultius.com/glossary/literature/rhetorical-devices/understatement.html>

## СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ

**Бондар У. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Мелько Х. Б.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

У сучасному світі розвиток інформаційних технологій набуває експоненційного характеру. За деякими прогнозами технічний прогрес розвивається настільки стрімко, що звичайна людина не може встежити за тим, як змінюється світ та інформаційний простір навколо неї. З цього випливає, що багато спеціальностей доводиться адаптувати під сучасні умови – так само, як поява машинної праці змінила процес створення товарів споживання та викликала потребу у перекваліфікації робітників. Звідси виходить, що в сучасних реаліях фахівцю-перекладачеві необхідно окрім перекладацьких компетенцій також опанувати компетенції, необхідні для ефективної роботи в межах інформаційного суспільства. Машинні засоби можуть і значно полегшують процес перекладу. Майбутній розвиток хмарних технологій дозволить розвивати такий напрямок перекладацької діяльності, як колективний переклад. Розвиток нейромереж, цілком імовірно, дозволить у майбутньому обмежити роль перекладача до редакції тексту та перевірки когерентності перекладеного матеріалу (Juan, Yahayan).

Попри прогрес серед сучасних технологій перекладу, існують певні обмеження. Відсутність достатніх мовних ресурсів для багатьох мов і доменів було визначено як одну з головних перешкод на шляху подальшого розвитку автоматизованого перекладу. Мова відображає постійну еволюцію суспільства, тому людям усе ще легше встигати, ніж машинам. Н. Келлі, авторка книги “Found in Translation”, зазначає: “Професійні перекладачі дбають про те, щоб повідомлення викликало резонанс серед іноземної аудиторії, як це було задумано автором оригіналу. Машинам поки бракує здатності це робити. Вона не має почуття гумору або здібності вибирати” (Kelly, Zetzsche).

В англomовному світі виділяють три типи комп’ютеризованих підходів до процесу перекладу:

- машинні допоміжні засоби (machine aids cover);
- системи машинного перекладу (machine-aided translation systems);
- системами автоматизованого перекладу (machine translation systems)

(Blatt, Freigang, Schmitz, & Thome).

У. П. Агву додає ще один тип сучасних інформаційних технологій при перекладі – переклад з комп’ютерною підтримкою, більш відомий як “CAT” – Computer-assisted Translation (Agwu).

CAT на практиці є складним процесом, що охоплює спеціальні інструменти та технології, адаптовані до потреб перекладача, який бере участь у всьому процесі, а не лише на етапі редагування. Комп’ютер стає робочою

станцією, де перекладач має доступ до різноманітних текстів, інструментів і програм: одномовних і двомовних словників, паралельних текстів, текстів, перекладених різними вихідними та цільовими мовами. Кожен перекладач може створити особисте робоче середовище та трансформувати його відповідно до потреб конкретного завдання.

Перекладачам доступний широкий спектр електронних інструментів і ресурсів, які допомагають їм виконувати різноманітні завдання, пов'язані з перекладом, однак САТ-інструменти зазвичай вважаються інструментами, розробленими спеціально для завдання перекладу, а не інструментами, призначеними для загальних програм (наприклад, текстові процесори, засоби перевірки орфографії, електронна пошта, робочий процес і керування проектами). Інструменти, які відносяться до САТ, включають системи пам'яті перекладів, системи керування термінологією, засоби локалізації тощо. Таким чином, САТ надає перекладачу гнучкість на місці та свободу пересування разом із миттєвим доступом до спектру актуальної інформації. Результат – величезна економія часу.

Розглянемо декілька сучасних інформаційних технологій при перекладі.

*Електронні словники, глосарії та термінологічні бази даних (Electronic Dictionaries, Glossaries and Terminology connotations).* Електронні словники доступні в кількох формах: у вигляді програмного забезпечення, яке можна встановити на комп'ютер, у вигляді компакт-дисків і, найголовніше, через Інтернет (Wu).

*Двомовні тексти в Інтернеті (On-line Bilingual Texts).* Двомовний корпус зазвичай складається з вихідного тексту та його перекладу, попередньо виконаного перекладачем. Цей тип документа, який зберігається в електронному вигляді, називається двотекстовим. Він полегшує подальші переклади, підтримуючи готові рішення для фіксованих виразів, таким чином автоматизуючи частину процесу. Зростання ринку перекладів призвело до підвищення інтересу компаній і міжнародних організацій до колекцій текстів або корпусів різними мовами, які систематично зберігаються в Інтернеті та доступні для негайного ознайомлення (Fantinuoli).

*Програми пам'яті перекладів (Translation Memories).* Представляють одне з найважливіших застосувань он-лайн двомовних текстів, починаючи з початку 1980-х років із системою TSS ALPS, пізніше Alrnet. Програми пам'яті перекладів засновані на накопиченні та зберіганні знань, які переробляються відповідно до потреб, автоматизації використання термінології та доступу до словників. Пам'ять перекладів може використовуватися двома способами: в інтерактивному режимі та в автоматичному режимі (Brashi).

Використання сучасних інформаційних технологій під час перекладу розглянуто в роботі “Лінгвостилістичні засоби репрезентації мовної особистості в романі В. Тевіса “The Queen’s ambit” та їх переклад українською мовою”. Для українського перекладу “Хід королеви” 2021 року було застосовано низку сучасних інформаційних технологій, як допоміжні, оскільки художній переклад на сьогодні поки ще неможливо перекласти повністю автоматично без участі живої людини.

Отже, сучасні інформаційні технології перекладу на сьогодні виступають додатковим інструментом для перекладача, оскільки поки що не існує жодної технології, яка б була повністю автоматизована і відтворювала адекватний переклад.

## ЛІТЕРАТУРА

- Agwu, U. P. (2016). Modern Technology in Translation: Contributions and Limits. *World Applied Sciences Journal*, 34 (8), 1118–1123.
- Blatt, A., Freigang, K., Schmitz, K. & Thome, G. (1985). Computer und Übersetzen. Geor Olms Verlag.
- Brashi, A. (2021) An adaptive methodology to overcome localization translation challenges. *International Journal of English Linguistics*. 11 (4), 105–121.
- Fantinuoli, C. (2021). Conference interpreting and new technologies. *The Routledge Handbook of Conference Interpreting*. 508–522.
- Juan, L., Yahayan, N. (2019). Research on application of computer-aided translation to translation teaching. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*. 8 (4), 795–804.
- Kelly, N., Zetzsche, J., (2012). *Found in Translation: How Language Shapes Our Lives and Transforms the World*. TarcherPerigee
- Wu, H. (2021). Multimedia interaction-based computer-aided translation technology in applied English teaching. *Mobile Information Systems*. 1–10.

## ПЕРЕКЛАД ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ВИРАЗІВ ПОЛІТИЧНОЇ ТА ОСВІТНЬОЇ ТЕМАТИКИ, ЩО НАВЕДЕНІ У ТРАКТАТІ “ЛУНЬ-ЮЙ”

**Бохан О. Ю.**

Київський національний лінгвістичний університет  
Науковий керівник: **Щербаков Я. І.**  
Кандидат філологічних наук  
Київський національний лінгвістичний університет

Фразеологічні вирази, відомі ще як ідіоми – стійкі нерозкладні словосполучення, значення яких не впливає зі значень їхніх компонентів, є неподільними за змістом. Вчений Ш. Ши (1980) вважає, що “кожне стійке словосполучення або фраза, які використовувалися протягом тривалого часу та мають закріплене конструктивне оформлення та компонентний склад зі специфічним значенням, і використовуються у реченні як слова, які називають ідіомами” (Ши, 1980).

Фразеологічні вирази з трактату “Лунь-юй”, який є одним з найбільш важливих текстів в давній китайській філософії, виникли у конкретному політичному та освітньому контексті. Ці вирази містять в собі значення, яке відображає традиції та цінності китайської культури, а також історичні події, пов’язані з життям та діяльністю Конфуція та його послідовників.

Фразеологічні вирази з “Лунь-юй” є не тільки важливою частиною китайської культурної спадщини, але й відображають політичну та освітню думку (Chen, 1983). Цей трактат містить багато порад та рекомендацій для управлінців, які мали забезпечувати стабільність і процвітання держави. Багато фразеологізмів з “Лунь-юй” мають етичний та моральний зміст, оскільки вони наголошують на важливості розуміння своїх обов’язків, дисципліни та самоконтролю для досягнення мети.

Наприклад: ідіоми з освітньої тематики: “聞一知十” *wényīzhīshí* – почув небагато, зрозумів усе. Походить з виразу: “Хуей почув одне, а знає десять, Ци почув одне, а знає два” (<http://jw.beijing.gov.cn>, 2015). Ця ідіома означає, що почувши одне, можна зробити багато висновків. Ідіома часто використовується для опису розумної людини, яка здатна зробити багато висновків з невеликої кількості інформації завдяки своїй спостережливості, досвіду та здатності до логічного мислення. В українській мові еквівалентна приказці: “Мудрій голові досить два слова”. Наступний приклад: “不耻下问” *bùchǐ xiàwèn* – не соромитися ставити запитання. Походить з виразу: “Старанний та любить вчитися, не соромиться ставити запитання – ось хто називається освіченою людиною” (<http://jw.beijing.gov.cn>, 2015). Тобто, запитати поради у того, хто менш освічений або займає нижчу позицію – не вважається ганьбою.

Ідіоми з політичної тематики: “分崩离析” *fēnbēng líxī* – розпад, розвалюватися. Означає розпад, який виникає, коли єдина структура розпадається. Ця ідіома використовується для опису політичної ситуації, де різні сили або партії борються одна з одною, руйнуючи колись єдину та стійку систему (*Confucius Publishing Home Page*, б. д.). Наступна ідіома: “欲速不达” *yù sù bùdá* – бажання швидкого успіху не допомагає досягненню мети. Ця ідіома наголошує на тому, що спроба досягти результату шляхом поспіху та необдуманих дій може завдати шкоди та заважати досягненню бажаної мети (出自“论语”的30 个成语, 2015). Ідіома використовується для опису політичної ситуації, коли політики або лідери намагаються розв’язати складні проблеми за короткий проміжок часу, не приділяючи належної уваги аналізу ситуації та здійсненню належних підготовчих робіт. Вона наголошує на важливості розумного та обдуманого підходу у вирішенні складних проблем та досягнення мети. В українській мові еквівалентна приказці: “Поспішиш – людей насмішиш”.

Зробивши аналіз фразеологічних виразів з “Лунь-юй”, можна зробити висновок, що вони є важливим елементом китайської культурної спадщини та мають політичний та освітній контекст.

Ці вирази стали символом китайської культури та ідентичності, що допомагає людям зрозуміти філософію та етику китайської культури, а також надають цінні настанови для досягнення успіху та гармонії в житті. Вони мають важливе значення та застосування, тому можуть бути корисні для кожної людини, незалежно від її культурної, етнічної та соціальної приналежності. Усі ці фактори підкреслюють важливість фразеологічних виразів з трактату “Лунь-юй” в культурному житті Китаю та у всьому світі.

## ЛІТЕРАТУРА

- Chen, Y. (1983). *Chinese Idioms and Their English Equivalents*. The Commercial Press.
- Confucius Publishing Home Page. (б. д.). Confucius Publishing Home Page. <https://www.confucius.org>
- 出自“论语”的30个成语. (2015). 北京市教育委员会. [http://jw.beijing.gov.cn/language/ywsh/201612/t20161219\\_1056478.html](http://jw.beijing.gov.cn/language/ywsh/201612/t20161219_1056478.html)
- 史, 式. (1980). 汉语成语研究. 四川人民出版社.

## МОДАЛЬНІ ЧАСТКИ 吧 ТА 啦 ЯК МАРКЕРИ ФУНКЦІЇ ВПЛИВУ У КИТАЙСЬКОМОВНИХ ТЕКСТАХ КОМЕРЦІЙНОЇ РЕКЛАМИ

**Ващенко Д. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Шевченко К. В.**

*Кандидат педагогічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Сучасна реклама є дієвим інструментом впливу на адресата, адже може змінювати його купівельну поведінку. Текст рекламного повідомлення має експресивно-сугестивне спрямування та реалізує ефект впливу за допомогою вербальних і невербальних засобів (Вечоринська & Снісаренко, 2020, с. 109).

Теоретичну базу дослідження становлять матеріали дослідницьких робіт таких науковців як Сюй Цзіннін (徐, 2008, с. 80), Р. Цзюань та У Реджина (Wu, 2004, с. 26).

Актуальність нашого дослідження зумовлено недостатнім висвітленням пріоритетності використання модальних часток китайської мови в якості маркерів реалізації маніпулятивного значення рекламного тексту. Проаналізувавши практичний матеріал обсягом в 10 сторінок та кількістю в 35 рекламних текстів вдалося визначити, що модальні частки 吧 та 啦 найбільш частіше зустрічаються в рекламних повідомленнях, які спрямовані безпосередньо до споживача.

Проаналізувавши теоретичні джерела та тексти китайської реклами комерційного характеру, ми дійшли висновку, що модальні частки, які притаманні розмовній мові допомагають зробити рекламне повідомлення менш формальним, покращують властивий рекламі комунікативний потенціал і змушують аудиторію реклами невідомо входити в рекламну ситуацію.

Одними з найбільш часто вживаних модальних часток в рекламному дискурсі виявилися 吧 та 啦, оскільки є одними з найбільш яскравих маркерів маніпуляції спонування до дії, які можуть зберегти ілюзію незалежності вибору та дій.

Частці 吧 притаманна семантична роздвоєність, вона може вказувати на достовірність та імперативність. В рекламних слоганах модальна частка

吧 зазвичай фігурує в якості показника імперативності, спонування, або ж заохочення до дії. Основна ціль використання цієї частки полягає в заохоченні співрозмовника здійснити певну лінію поведінки при цьому залишаючи йому простір для вибору. Наприклад, 可口可乐 – 喝可口可乐了吧! “Coca-Cola – пийте Coca-Cola!”

Модальна частка 吧 як і інші модальні частки може підсилювати наявну модальність речення, створену за допомогою інших модальних засобів (дієслів, прислівників тощо). Наприклад, 让发光时代带您走向光明吧! “Нехай світлий вік поведе вас до світла!” Сигналами імперативної (наказової) модальності в цих рекламних слоганах китайською мовою є каузативне дієслово 让, що означає “дозвіл на виконання тієї чи іншої дії”, та модальна частка 吧, яка додатково акцентує на запропонованій дії, до того ж стоячи в кінці спонукального речення виконує і функцію пом’якшення тону заклику, наказу, що на думку деяких науковців є однією з прагматичних стратегій збереження так званого обличчя співрозмовника, задля досягнення успішної соціальної взаємодії (Brown & Levinson, 1978).

Трохи рідше частка 吧 використовується в рекламних текстах зі значенням вираження достовірності, що має викликати довіру у потенційного споживача. Наприклад, 甜蜜奶茶吧 “Солодкий молочний чай”.

Модальна частка 啦- є зрощенням двох часток 了+啊. Вживається в кінці речення для позначення зміни стану з сильною емоцією, або ж, щоб повідомити про початок дії, що викликає сильні емоції (Chu, 2002). Найчастіше використовується в рекламних текстах задля передачі позитивного настрою захоплення мовця з метою, привернення уваги, “зараження” емоційно-піднесеним станом та появи симпатії у реципієнта. Наприклад, 暑假班招生啦 “Відкрито набір на літні курси”. Модальна частка 啦 в даному випадку передає відтінок захоплення та піднесення від інформації, що стосується набуття нового стану, тобто відкриття набору на літні курси.

Також варто відзначити феномен використання модальних часток при створенні логотипів брендів, комерційних продуктів, зокрема інтернет-платформ, мобільних додатків. Наприклад, такі як “买吧”, “买啦你”. Ці назви засновані на структурній схемі дієслово + модальна частка. Маркетологи номінально виклали ідею мотивації та спілкування з клієнтами, до того ж семантика відразу розкриває призначення продукту, сервісу.

У нашому дослідженні ми висвітлили роль модальних часток у рекламному дискурсі, зокрема їх важливість для скорочення психологічної дистанції та встановлення контакту через емоційний зв’язок з аудиторією, а також для підкреслення наданої інформації. Вважаємо доцільним продовжити дослідження взаємодії різнорівневих вербальних маркерів рекламного впливу.

## ЛІТЕРАТУРА

Вечоринська, Т. В., Снісаренко, А. В. (2020). Лінгвокогнітивні особливості китайськомовних рекламних текстів косметичних засобів. *Вісник мариупольського державного університету*, 22, 108–113.



- Brown, P., & Levinson, S. (1978). Universals in Language Usage: Politeness Phenomena. In E. Goody (Ed.), *Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction* (pp. 56–310). Cambridge University Press.
- Chu, C. C. (2002). Relevance theory, discourse markers and the Mandarin utterance-final particle *a/ya*. *Journal of the Chinese Language Teachers Association*, 37(1), 1–42.
- Wu, R.-J. R. (2004). *Stance in Talk: A conversation analysis of Mandarin final particles*. John Benjamins Publishing.
- 徐, 晶凝. (2007). 现代汉语语话情态研究. 昆仑出版社.

## ОСОБОВІ НАЗВИ ЯК ТВІРНА БАЗА ФЕМІНІТИВІВ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

**Венгльовська Л. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Мунтян О. О.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Форми на зразок “поетеса, журналістка” зараз починають дедалі активніше використовувати у різних сферах життя, хоча фемінітиви ще не так давно сприймалися здебільшого як елементи побутового мовлення. Розширити вжиток фемінітивів усіма силами незалежна Україна намагається уже сьогодні, а ще кілька десятків років тому тогочасною владою обмежувалось їхнє вживання. Тепер же чинним Українським правописом творення фемінітивів унормовувалося, до того ж офіційно дозволене уживання форм іменників жіночого роду на позначення професій у кадровій документації через зміни у класифікаторі професій. Усе це було зроблено для того, аби мовні засоби не відставали від зросту суспільного значення жінок у сучасному світі.

Українські першоджерела варті уваги і стануть у нагоді для того, аби розв’язати поставлені перед нами проблеми та завдання. Саме вони розкривають погляди та здобутки, а також у певній мірі допомагають усвідомити статус лексем-фемінітивів, процеси їхнього творення і те, як їх використовувати, зробити аналіз їхньої твірної бази.

Як відомо, фемінітиви починали своє формування ще в період праїндоевропейської мови, а це означає, що вони мають індоєвропейське походження. Саме слова, що були утворені саме в цей період, стали твірною базою для творення нових слів у праслов’янській, а згодом і в давньоукраїнській мові. Первинними вважаються фемінітиви індоєвропейського походження. Вони являють собою слова зі значенням спорідненості за спільним походженням (власне родинні зв’язки) і також спорідненості, засновані на шлюбі (свояцтво), тобто загальні назви жінок за родинними стосунками – це найдавніший семантичний розряд фемінітивів, який став базою для творення нових слів.

Для позначення дружин та дочок представників певних професій фемінітиви утворювалися за допомогою давніх суфіксів *-ьн(а)* *-овьн(а)* *-евьн(а)*, які у сучасному словотвірному типі відображені з суфіксом *-івн(а)*. Наприклад: *дочка мірошника – мірошниківна, титаря – титарівна, царя – царіна, писаря – писарівна, попа – попівна, дяка – дяківна, лісника – лісниківна, коваля – ковалівна*. У староукраїнській мові суфікс *-івн(а)* став високопродуктивним для того, щоб ідентифікувати назви жінок без означуваного слова дочка за різними ознаками батьків. Така традиція називання за різними ознаками батьків успадкувалася від праслов'янської мови. В сучасній українській мові іменування дочки за належністю батькам обумовлюють антропоніми, а суфікс *-івн(а)* слугує для формування жіночих імен по батькові (*Павлівна, Романівна, Олександрівна*), тому такий словотвірний тип не утворює слова на позначення жінок за професією батьків чи станом. Традиція іменувати жінок за різними ознаками батьків занепала і відійшла в минуле із розвитком нових соціальних відносин.

Суфіксальний спосіб використовували здебільшого аби позначити дружин представників тієї чи іншої професії, а саме за допомогою суфікса *-иха-* (*дружина гончаря – гончариха, дружина коваля – ковалиха, дружина ткача – ткачиха*). Однак фемінітиви, утворені із застосуванням суфіксу *-их-*, *-и-*, в сучасній українській мові звучать дуже грубо, особливо коли вони формуються від прізвищ та для позначення професій і посад (*антекарша, лікарша*), тому використовуються інші суфікси, які не надають стилістичного забарвлення словам.

Якщо все зрозуміло з ткачихою та ковалихою, то дружина попа могла бути як *попада*, так і *попиха*. Більше того, таку жінку могли звати ще й матушкою, тож унікальність мови на цьому не закінчується. Якщо в значенні є різниця, то у мові пропонуються різні найменування, і останнє слово це підтверджує. Наприклад, якщо маємо слово *матушка* – це більше про соціальну роль та статус, тоді як суфікс *-иха-* – це про дружину. Бачимо, що творення слів на іменування дружини священника – цікавий випадок. В цьому випадку важливою є не назва, а явище чутливості нашої мови до фемінітивів, адже дзеркало суспільства – це мова. Ось *попада* – це лише дружина попа, а *матушка* – вже соціальна роль. Здавна люди для конкретної передачі стилістичного забарвлення слів уміло користувалися словотвірними засобами.

Із розвитком української мови відбувався і розвиток фемінітивної підсистеми. Семантичних розрядів слів значно побільшало, адже жінки з часом розширювали коло своєї діяльності. З'явилися найменування осіб за діяльністю, майновим станом, віковими ознаками, заняттями, поведінкою, діями тощо. Кількість іменників на позначення жіночої статі в українській мові стрімко зростає у XVI – XVII століттях, проте вони стають продуктивнішими лише у XIX столітті. Спершу фемінітиви повільніше проникали в писемні джерела та, відповідно, і в словники, оскільки їх активно вживали передусім в повсякденному мовленні. На початку XX століття ситуація зазнає змін. Велика кількість фемінітивів з'явилися у словниках на хвилі опанування жінками все більшої кількості нових професій.

Таким чином, весь історичний період охоплюють тенденції до розвитку фемінітивної системи української мови. Невіддільною частиною сучасної української мови є номінації на позначення жінок за професією, родом діяльності та соціальним статусом, і вони становлять велику підсистему.

### **ЛІТЕРАТУРА**

- Брус, М. П. (2019) *Фемінітиви в українській мові: генеза, еволюція, функціонування*. Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.
- Брус, М. П. (2021) Найменування жінок по батькові в історії української мови. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія, 1(45)*, 89–90.

## **РОЛЬ ПИВА У НІМЕЦЬКІЙ КУЛІНАРНІЙ КУЛЬТУРІ**

**Власюк Ю. Д.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Гамзюк М. В.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Зафіксовані в національній мові особливості кулінарної культури народу є невід’ємною складовою мовної картини світу. Якщо спробувати відшукати німецькій кулінарній культурі три найважливіші слова, то це будуть хліб, ковбаса і пиво.

Звичайно кулінарні традиції істотно відрізняються в різних регіонах Німеччини, яка, по суті, стала національною державою лише в ХХ столітті. Але саме пиво широко представлене у всіх німецьких землях. У Німеччині налічується понад 1300 пивоварень, які виробляють широкий асортимент пива. Проте своїми традиціями приготування і вживання пива найбільш відома Баварія. Саме в Баварії в 1516 році була ухвалена найбільш відома версія німецького закону про чистоту пива, яка, майже незмінною, проіснувала до наших днів. Цей закон і понині стоїть на сторожі якості німецького пива. Висока якість цього напою робить його відомим у всьому світі.

Серед німецьких традицій вживання пива найбільшою популярністю у світі користується “Октоберфест” – традиційний фестиваль, який щорічно проходить у Мюнхені. Зазвичай він триває приблизно два тижні, починаючи з кінця вересня й закінчуючи на початку жовтня. Фестиваль “Октоберфест” – це в першу чергу свято баварської культури та спадщини, що включає традиційні страви, музику та, звичайно, пиво. Його витоки сягають 1810 року, коли кронпринц Людвіг Баварський одружився з принцесою Терезою Саксонсько-Гільдбургхаузенською. Фестиваль був настільки успішним, що став щорічним і згодом перетворився на сучасний “Октоберфест”.

Крім їжі та напоїв, “Октоберфест” також включає паради, традиційний баварський одяг і живу музику. Фестиваль є важливою частиною німецької культури та приваблює відвідувачів з усього світу, які приїжджають, щоб відчутти унікальну атмосферу та традиції цієї історичної події.

Тема культури пива міцно увійшла в німецьку словесність і відображена в численних приказках та прислів'ях. Ці прислів'я яскраво змальовують ставлення німецького народу до різних ситуацій та обставин, пов'язаних із вживанням цього напою. В якості прикладу можна навести наступні прислів'я, багато з яких мають гумористичний і жартівливий зміст.

*“Bier auf Wein, das lass sein. Wein auf Bier, das rat' ich dir”*. Це прислів'я не рекомендує пити пиво після вина, але припускає, що випити вино після пива не так проблематично.

*“Bier ist der Beweis, dass Gott uns liebt und will, dass wir glücklich sind”*. Це жартівливе прислів'я говорить про те, що пиво – це дар Божий, а насолода ним – це спосіб відчутти щастя.

*“Wer Bier trinkt, schläft gut. Wer gut schläft, sündigt nicht. Wer nicht sündigt, kommt in den Himmel”*. Це прислів'я жартівливо пов'язує вживання пива з потраплянням на небеса, припускаючи, що насолода хорошим пивом може бути шляхом до спасіння душі.

Тема пива знайшла своє відображення у висловах знаменитих німців. Так Мартін Лютер, який був відомим реформатором і автором Біблії, що 500 років тому оприлюднив свої революційні тези у Віттенберзі, був великим любителем пива. Прихильники пива люблять цитувати його вислови: *“Gott selbst hat dem Menschen im Getreide die beiden Grundformen der Nahrung gegeben, Brot und Bier”* und *“Wer kein Bier hat, hat nichts zu trinken”*.

З пивом пов'язано чимало ідіоматичних виразів, які безсумнівно насичують мовну картину Німеччини образним і емоційним контекстом. Якщо в німця виникають сумніви в компетенції співрозмовника, то він може сказати: *“Das ist nicht dein Bier”*. Якщо німецький співрозмовник хоче вказати, що якась річ або тема йому не цікава, то він може заявити: *“Das ist nicht mein Bier”*. Якщо німець каже: *“Ein Bierchen in Ehren kann niemand verwehren”*, то він хоче підкреслити, що випити келих пива на честь певної події зовсім не осудливо. Якщо покущеві нав'язливо пропонується купити товар, який вийшов з моди і є неактуальним, то німець прокоментує це фразою: *“Anbieten wie sauer Bier”*.

Значний внесок в лінгвістичний компонент кулінарної культури без сумніву робить сучасна реклама. На фоні величезного різноманіття високоякісних сортів пива і пивних торгових марок виробникам надзвичайно важливо виділити власний продукт серед конкурентів і здійснити емоційну прив'язку споживача саме до своєї продукції. Це досягається використанням рекламних слоганів, які міцно вкарбовуються в свідомість споживача і підкріплюються відповідним образним і звуковим рядом. Наприклад, такий виробник пива як компанія *“Krombacher”* в своїй рекламі робить наголос на натуральності і природності своїх продуктів. Серед слоганів її реклами: *“Mit Felsquellwasser gebraut”*, *“Reicher Genuss entspringt der Natur”*, *“Eine Perle der Natur”*.

Таким чином, можна констатувати, що в німецькій мовній картині світу лінгвістичний контент, пов'язаний з пивом, є відображенням своєрідності національної свідомості німецької нації.

## ЛІТЕРАТУРА

Herzog, A. (2013). *Idiomatische Redewendungen von A-Z: ein Übungsbuch für Anfänger und Fortgeschrittene*. Langenscheidt bei Klett.

## ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРИСЛІВ'Я ТА ПРИКАЗОК В АРАБСЬКІЙ МОВІ

**Вовк Є. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Кононенко В. Г.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Прислів'я і приказки – невід'ємна складова будь-якої мови. Вони не лише позначають унікальні одиниці мови, але й займають важливе місце у фольклорі, поезії, прозі та повсякденному житті кожного народу. Прислів'я і приказки широко використовують у розмовній мові і мають такі характеристики як лаконічність, семантична цілісність і відтворюваність (Юсків, 2013, с. 68). Ці риси дають можливість відслідкувати розвиток народу, мови, а також зрозуміти його менталітет та цінності.

В арабській мові прислів'я та приказки займають особливе місце, адже їх активне використання в усній мові сягає ще періоду Джамілії, тобто періоду розквіту усної поезії серед кочових та осілих арабських племен. Особливість розвитку арабської усної поезії полягала у дослівному запам'ятовуванні усних форм. Кочове життя арабів не сприяло розвитку таких форм мистецтва як архітектура, скульптура, живопис, театр. Проте їх спосіб життя створив умови задля зародження особливого мистецтва – мистецтва слова. Тому, мова для арабів є не лише засобом передачі інформації, натомість вважається невід'ємною характерною рисою людини, а також показником її інтелектуального розвитку. Прикладами такого твердження виступають наступні прислів'я: "فضل العالم على الجاهل كفضل البدر على النجوم", що перекладається як "Перевага вченого над невігласом рівносила перевазі повного місяця над зірками", або ж "زينة الشخص عقله", що українською звучить як "Прикраса людини – її розум".

Оскільки у доісламський період араби не мали власної писемності, то саме прислів'я і приказки виступали засобом збереження і передачі людського досвіду, відомостей про історію, культуру народу, його традиції і звичай. (Гриценко, 2011, с. 35) У прислів'ях і приказках якнайкраще зображені побутові проблеми, настрої та прагнення арабів, адже частотність вживання окремих прислів'їв і приказок відображає загальну думку і менталітет народу, що їх використовує. Тобто, досліджуючи прислів'я і приказки арабської

мови, ми можемо прослідкувати прояв важливих комунікативних функцій арабських прислів'їв і приказок, що безумовно посилило їх значення для арабської культурно-мовної традиції.

Якщо період усної поезії створив передумови для розвитку мистецтва арабського слова, то вирішальне значення для формування арабських прислів'їв і приказок мало поширення Ісламу. В свою чергу, Іслам відкоригував значення мистецтва серед мусульман. Заборона на зображення живих істот вплинула на розвиток мистецтва, а саме живопису та скульптури. Натомість, на нашу думку, саме цей факт сприяв активному розвитку словесної майстерності, адже такі форми мистецтва як риторика, красномовство і паремії були не лише дозволеними формами вияву арабського художнього мовлення, але й формою, освяченою самим Кораном. До того ж, серед мусульман було поширене дослівне запам'ятовування величезних коранічних текстів, що в майбутньому, і призвело до поширеного вживання окремих висловів у повсякденному спілкуванні. Коран написаний римованою прозою, а викладення кожної думки короткими фразами з однаковою римою істотно полегшувало засвоєння і поширення коранічних текстів. Згодом, коранічні цитати стали загальновідомим і загальноживаними, оскільки вони не тільки передають певні емоції, а й мають повчальний характер.

У побуті араби часто використовують прислів'я і приказки, адже саме вони збагачують арабську мову, підкреслюючи мудрість мовця. Для нас важливість дослідження арабських прислів'їв і приказок, їх використання полягає у тому, що завдяки цим сталим виразам ми можемо скласти найбільш конкретне уявлення про світосприйняття, зрозуміти національний характер арабів. Адже надбання прислів'їв і приказок арабів складаються не з випадкових влучних широкоживаних висловів. Навпаки, вони формують багаторівневу стійку систему розподілу прислів'їв і приказок за тематичними групами, що сформувалися внаслідок багатовікової історії арабів, їх правил, звичаїв, способу мислення, беручи до уваги різні покоління людей.

Отже, проаналізувавши найважливіші етапи розвитку арабського словесного мистецтва у вигляді прислів'їв та приказок, ми можемо зробити висновок, що спадщина арабів змінювалася і вдосконалювалася з плином часу і впливом зовнішніх чинників. У нашій роботі ми розглянули особливості функціонування прислів'їв і приказок в арабській мові та виокремили два вагомні періоди їх формування. Прислів'я та приказки якнайповніше ілюструють усі етапи розвитку свідомості нації та пов'язані з ними історичні події.

## **ЛІТЕРАТУРА**

- Гриценко, Я. В. (2011). Когнітивний вимір арабських пареміологічних одиниць. *Сходознавство*, 55–56.
- Юсків, Б. М. (2013). *Паремійна картина світу: проблематика досліджень*.

## ЕТАПИ РОЗВИТКУ ЛІНГВОСЕМІОТИКИ

**Волгіна О. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Кравченко Н. К.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Лінгвосеміотику розглядають як розділ лінгвістики та семіотики, що вивчає спільні та відмінні риси між мовою та іншими прийнятими у суспільстві знаковими системами передання інформації. Об'єктом дослідження лінгвосеміотики вважають знакову систему, утворену одиницями та категоріями мови. Співвідношення мовних знаків, специфіка мовних одиниць, оформлення їх у текст або дискурс становлять предмет дослідження лінгвосеміотики (Бацевич, 2016).

Засади вивчення природнього походження мови та її розвитку можна прослідкувати з античних часів. У середньовіччі, в епоху відродження мали місце схоластичні дискусії щодо сутності мови між реалістами, концептуалістами, терміністами та іншими представниками наукових течій того часу. Проте, історичним початком розвитку лінгвосеміотики як частини лінгвістики та семіотики вважають появу її засад у працях Чарльза Сандерса Пірса на межі XIX – XX століть, у яких вчений закріпив термін “семіотика” та виклав його основні положення. За Ч.С. Пірсом, існують категорії первинності, вторинності та третинності семіотики, що оперують відповідними їм поняттями монад, діад та триад, які формують явище інтерпретанти (Маменко, 2020).

У XX столітті дослідження семіотики продовжили закордонні та вітчизняні вчені. Значно вплинули на розвиток лінгвосеміотики ідеї американського філософа Чарльза Морріса, структуралістів Фердинанда де Соссюра, Луї Єльмслева та ін. Теоретичні аспекти лінгвосеміотики було опрацьовано та проаналізовано А. Сеше, К. Бюлером, Р. Якобсоном, А. Мартіне, А. Греймасом, Р. Бартом, Я. Мукаржовським, Ж. Лаканом, Ю. Лотманом, та ін., у яких лінгвосеміотичний аналіз позначено як процес розгляду структурних одиниць мови, який включає дослідження різних рис мовних знаків, а саме, їх двобічність, системність, інформативність та узагальненість стосовно позначуваного (Лісовий, 2010). Аналізу підлягають також довільність мовних знаків стосовно референтів, їх відтворюваність у живанні, комбінаторність та мотивованість іншими мовними знаками у межах системи мови.

В Україні окремі ідеї лінгвосеміотики отримали розвиток у працях Н. Андрійчук, С. Єрмоленка, Н. Кравченко, Г. Почепцова, О. Селіванової, О. Холода та ін. Аналіз праць доводить, що у сучасній науці лінгвосеміотику розглядають як багатовекторний напрям досліджень у галузі лінгвістики, що вирішує проблеми мови як антропного, функціонально-комунікативного, когнітивного та етнокультурно-зорієнтованого феномена. Виходячи



із семіотичних функцій мовних знаків, загальноприйнятою вважають класифікацію на знаки, що мають диференціовальну функцію, функцію ототожнення, граматичні морфеми, що є моделями синтаксичних та семантичних зв'язків, та повні знаки, що мають рівнозначний вплив диференціовальної та ототожнювальної функції.

Сучасна лінгвістика визнає варіативну знакову природу мовних одиниць, їх поділ на слова (лексеми), що є номінативними знаками мови, речення як комунікативні знаки мови, словосполучення та морфеми, що є структурними одиницями мови (Холод, 2013). Функціональним елементом застосування лінгвосеміотики у практиці є використання лінгвосеміотичного аналізу одиниць мови. Загальна структура такого аналізу включає визначення предмету аналізу як вторинної моделюючої системи, а його змісту як певного енергетичного явища, що інтегрує у собі певні сфери мови та сфери свідомості; виокремлення у структурі змісту предмету аналізу його предметного, оцінюючого, гедоністичного, концептуального, ідейного та архетипічного рівнів; визначення образу та образоутворюючого знаку як одиниці аналізу та інтерпретації процесів утворення змісту предмета дослідження як вторинної моделюючої системи; вивчення процесів трансформації змісту предмета дослідження з одного рівня на інший та наявність надзмістовних характеристик предмета дослідження.

#### **ЛІТЕРАТУРА**

- Бацевич, Ф. С. (2016). Лінгвосеміотика. *Енциклопедія Сучасної України*, Т. 17. <https://esu.com.ua/article-55510>.
- Лісовий, В. С. (2010). Знак і значення. *Енциклопедія сучасної України*, Т. 10. <https://esu.com.ua/article-16376>
- Маменко, Т. В. (2020). Семіотичні категорії Пірса. *Мультиверсум. Філософський альманах*, 2(172), 123–126.
- Холод, О. М. (2013). Соціальні комунікації як поняття в науковій галузі “соціальні комунікації”. *Психолінгвістика*, 12, 286–293.

#### **БЕЗЕКВІВАЛЕНТНІ ЗАСОБИ ВВІЧЛИВОГО ЗВЕРТАННЯ У КИТАЙСЬКОМУ ДІЛОВОМУ ДИСКУРСІ ТА СПОСОБИ ЇХНОЇ ПЕРЕДАЧІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ**

**Волкова В. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Шевченко К. В.**

*Кандидат педагогічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

У китайському діловому дискурсі існує багато ввічливих форм звертання, які не мають прямого еквівалента в українській мові. У китайському діловому дискурсі ввічливе звертання має велике значення і є важливою складовою

професійного етикету. Існує безліч ввічливих засобів звертання, які можуть бути незвичними для людей з інших країн, особливо при наявності суттєвих культурних відмінностей. Ефективна комунікація може бути складним завданням для учасників ділової комунікації, які планують співпрацювати з іноземними партнерами. Один з найважливіших аспектів культурної взаємодії – це правильне вживання ввічливих форм звертання, особливо в діловому дискурсі. Діловий дискурс китайської мови досліджували здебільшого китайські науковці, а саме Ван Фусян (王福祥), Чень Хуейфень (岑惠芬), Чжан Юнвен (张允文), Чень Бенюань (陈本源), Вей Веньяо (尉文珽), Ван Бінцінь (王秉钦), Ван Сунлін (王松林), Тан Гуанцай (唐光才) та інші.

На думку відомого китайського вченого Чень Жудуна (陈汝东), об'єднуючим ядром усіх наявних натеper трактувань поняття “дискурс” є взаємодія суб'єктів між собою і навколишньою дійсністю” (陈, 2006, с. 131).

Дослідження, що присвячено взаємозв'язку між дискурсивною лінгвістикою та перекладом проводилися науковцями Томом Хагеном та Чжан Юнвєнь, Лян Да (梁达). Значними є дослідження китайського лінгвіста Ван Фусяна у галузі ділового дискурсу (王, 1994).

У китайській культурі, ввічливе звертання є особливо важливим, оскільки воно відображає загальний рівень поваги і тактовної поведінки у спілкуванні. Китайські представники ділової сфери вважають ввічливе звертання частиною етикету і використовують його у діловому спілкуванні обов'язково.

У китайському діловому дискурсі існує дуже багато звертань, які неможна точно передати засобами української мови, тобто вони не мають відповідного еквіваленту. Способи їхньої передачі українською мовою є актуальною проблемою сучасної лінгвістики.

Зазначимо, що ми обрали для нашого дослідження декілька найпоширеніших мовних засобів ввічливого звертання в китайському діловому дискурсі, які не мають точного еквіваленту в українській мові та проаналізували їхню роль у ділових текстах й можливий варіант передачі, а саме:

“您” – форма звертання, що вказує на повагу до співрозмовника і використовується для звертання до старших за віком або посадою людей. Українською мовою можна передати як “Ви” з використанням ввічливих форм дієслова.

“阁下” – високоповажна форма звертання, яка використовується для звернення до людей, які мають високу посаду або вплив. Українською мовою можна передати як “ваша високоповажна особа”.

“先生” – форма звертання, яка використовується для звернення до чоловіків в певному віці. В українській мові можна передати як “пан”.

“小姐” – форма звертання, яка використовується для звернення до молодих жінок. В українській мові можна передати як “пані”.

“女士” – форма звертання, яка використовується для звернення до жінок. Українською мовою можна передати як “пані”.

Для передачі безеквівалентних засобів ввічливого звертання з китайської на українську мову можна використовувати ввічливі форми дієслів та звертання, що передають повагу до співрозмовника. Також можна використовувати відповідні посадові титули або статус особи, які зберігають відносини зі співрозмовником. Наприклад, для передачі форми звертання “您” можна використовувати відповідне ввічливе звертання та дієслова у формі ввічливого відмінка (наприклад, “Ви вважаєте”, “ви можете”). Для передачі форми звертання “阁下” можна використовувати відповідну посадову титулу або статус співрозмовника та відповідні ввічливі форми звертання (наприклад, “ваша високоповажна особа вважає”, “ваша високоповажна особа може”). Для передачі форми звертання “先生”, “小姐” та “女士” можна використовувати відповідні ввічливі звертання (наприклад, “пан вважає”, “пані можуть”, “пані вважають”).

Важливо також враховувати контекст, у якому використовуються ці форми звертання, оскільки вони можуть мати різний відтінок в залежності від ситуації. Наприклад, форма звертання “阁下” може вважатися занадто формальною в деяких ситуаціях, а форма звертання “先生” може бути відчутна як занадто проста для звернення до людей з високою посадою або статусом.

Отже, для правильної передачі безеквівалентних засобів ввічливого звертання в китайському діловому дискурсі українською мовою важливо використовувати відповідні ввічливі форми звертання та дієслів української мови, а також враховувати контекст і ситуацію, у яких вони вживаються для більш коректної передачі їхнього змісту.

## ЛІТЕРАТУРА

陈, 汝东. (2008). 论话语研究的现状与趋势. 浙江大学学报, 6, 130–137.  
王, 福祥. (1994). 话语语言学的兴起与发展. 外语 与 外语教学, 5, 17–23.

## СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КИТАЙСЬКОМОВОНОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ

**Волошин К. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Щербаков Я. І.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Китайські рекламні тексти мають свої стилістичні особливості, які допомагають їм привернути увагу споживачів та переконати їх купувати продукти або послуги. Є декілька основних характеристик китайськомовних рекламних текстів, які ми розглянемо нижче.

**1. Упор на метафори та аналогії.** Китайці люблять використовувати метафори та аналогії, щоб передати свої ідеї та почуття. Рекламні тексти

часто включають такі метафори та аналогії, щоб зрозуміти переваги продукту та залучити увагу.

**2. Використання піднесеного мовлення.** Китайці дуже поважають добре виражені думки та ідеї. Рекламні тексти використовують високий стиль мовлення, щоб продемонструвати високу якість продукту.

**3. Підкреслення культурних та історичних значень.** Китайська культура має дуже багату історію та традиції. Рекламні тексти можуть використовувати ці культурні та історичні значення, щоб залучити увагу споживачів та продемонструвати, як продукт відповідає культурним потребам та цінностям.

**4. Використання багатозвучних слів та фраз.** Китайська мова має дуже багатий набір слів та фраз, які можуть звучати дуже мелодійно та красиво. Рекламні тексти можуть використовувати такі слова та фрази, щоб привернути увагу споживачів та зробити текст більш придатним для запам'ятовування.

**5. Використання коротких речень та простих структур.** Китайська мова має дуже складну граматику, тому рекламні тексти зазвичай використовують прості структури та короткі речення, щоб зрозуміти їх легко та швидко.

**6. Використання символів та ідіом.** Китайська мова має багато символів та ідіом, які мають глибокий культурний зв'язок (Hu, 1995). Рекламні тексти часто використовують ці символи та ідіоми для створення певного настрою або емоційного зв'язку зі споживачами.

**7. Використання кольорів та символіки.** Китайці мають дуже багату культуру та традиції, які мають свої символи та кольори. Рекламні тексти можуть використовувати ці символи та кольори, щоб створити зв'язок з культурою та традиціями, а також для створення певного настрою або емоційного зв'язку зі споживачами.

Отже, китайськомовний рекламний текст має багато стилістичних особливостей, які відображають культурні та мовні особливості Китаю. Ці особливості містять у собі використання метафор, порівнянь та алегорій, відображення значення родини та групового товариства, використання цитат та прислів'їв, а також використання кольорів та символіки. Рекламні тексти можуть містити у собі відомих персонажів та місцеві елементи, такі як пейзажі та архітектура, щоб зробити рекламу більш привабливою для місцевих споживачів. Розуміння цих стилістичних особливостей може допомогти компаніям створювати ефективну та привабливу рекламу для китайськомовних аудиторій (Bai & Li, 2017).

## ЛІТЕРАТУРА

Bai, R., & Li, H. (2016). Advertising and Consumer Culture in China. *China Perspectives*, 3, 64–65.

<https://doi.org/10.4000/chinaperspectives.7425>

Hu, Y. (1995). *Modern Chinese*. Shanghai Educational Publishing House.

## **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЯПОНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ: ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ І ДІАХРОНІЧНИЙ АСПЕКТИ**

**Гавриленко А. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Кравець К. П.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Японські фразеологізми є невід’ємною частиною японської мови. Ці вислови відображають культуру та історію Японії і використовуються в повсякденних розмовах, літературі та засобах масової інформації, а також дають уявлення про японський спосіб мислення.

Основними способами перекладу фразеологічних одиниць – є фразеологічний еквівалент, фразеологічний аналог, калькування, описовий переклад, контекстуальна заміна.

Т. К. Комарницька зазначає про такі терміни на позначення фразеологічних одиниць:

– 成句 (seiku) на позначення фразеологізму;

– 四字熟語 (Yojijukugo): Це ідіоматичні вирази з чотирьох ієрогліфів, які походять з класичної китайської літератури. На цьому прикладі ми можемо використати фразеологічний еквівалентний метод перекладу: 自業自得 (Ji-gou ji-toku) – “Що робиш, те й отримувеш” дослівний переклад, а “Що посієш, те й пожнеш” еквівалент в українській мові.

– 慣用句 (“Kan'yōku”) загальноживані ідіоматичні вирази, які є унікальними для японської мови. Наприклад: 電話に出る (denwa ni deru), що означає “відповідати на дзвінки”

– 故事成語 (“Kojiseigo”) – ідіоматичні вирази, які походять з традиційних японських казок та легенд. Наприклад, 神出鬼没 (shinshutsukibotsu), що означає “з’являтися і зникати як привид”, який перекласти можна описовим методом.

– イディオム (idiomu) для позначення ідіом в японській мові. “Лезо меча, що висить над головою” (頭上の剣がっらい, Zujou no tsurugi ga tsurai), що є аналогом до англійської ідіоми “Дамоклів меч”, перекладається за допомогою пошуку аналогу.

– ことわざ (kotowaza) – короткі вислови (частіше всього прислів’я), які виражають універсальну істину або моральний урок. 蓼食う虫も好き好き – “Tade kuu mushi mo suki-suki”. Дослівний переклад: “Навіть жуки, які їдять спориш, мають свої уподобання”. Переносне значення: “Для різних людей – різні погляджування”, у цьому випадку краще використовувати контекстуальну заміну (с. 203) (2012).

З іншого боку, говорячи про японські ідіоми в цілому – це вирази, які не мають буквального значення, але використовуються для передачі певної ідеї або концепції.

Наприклад, “Краще запитати дорогу, ніж збитися зі шляху” (迷ったら聞け, Mayottara kike) – приказка, яка заохочує людей звертатися за допомогою чи порадою, коли вони загубилися або не впевнені.

– 虎穴に入らずんば虎子を得ず – “Koketsu ni irazunba koji wo ezu”. Дослівний переклад: “Якщо не ввійдеш у печеру тигра, то не ввіймаєш його тигреня”. Переносне значення: “Нічим не ризикуючи, нічого не здобудеш”.

Або взяти одне з найвідоміших японських прислів'їв – 七転び八起き (Nanakorobi yaoki) – ця ідіома перекладається як “сім разів впади, восьмий раз піднімись”. Воно виражає ідею, що навіть якщо ви стикаєтесь з невдачами або труднощами, ви повинні продовжувати вставати і ніколи не здаватися.

– 女心と秋の空 (Onna gokoro to aki no sora) – ця фраза означає “жіноче серце та осіннє небо”. Вона описує таємничу і постійно мінливу природу жіночих емоцій, які часто порівнюють з мінливими кольорами осіннього неба.

Отже, японська фразеологія є невід'ємною частиною японської мови та культури. Вони відображають цінності, вірування та звичаї японського суспільства і використовуються в повсякденному спілкуванні, літературі та ЗМІ. Вивчення цих виразів може поглибити розуміння японської культури та мови, а також дати уявлення про японський спосіб мислення.

## ЛІТЕРАТУРА

- Комарницька, Т. К., Комісаров, К. Ю. (2012). *Сучасна японська літературна мова: теоретичний курс: в 2 т. Т. 1*. Видавничий дім Дмитра Бураго.
- 岩波, 時田昌瑞香, ことわざ辞典, 刊行年 2001.
- Селіванова, О. О. (2006). *Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія*.

## ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНА СКЛАДОВА ФАХОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПЕРЕКЛАДАЧА

**Гемба О. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Василенко Д. В.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Сталий розвиток міжнародного бізнесу і торгівлі, засобів комунікації і туризму, а також глобалізація і розширення кордонів сприяють бурхливому зростанню міжкультурних контактів. Вищезазначені фактори впливають на збільшення інформативного обміну між представниками різних культур. Метою нашої розвідки є аналіз параметрів міжкультурного спілкування, мовного етикету, соціокультурних чинників, що потребує детального вивчення і позитивно сприяє якісній оптимізації професійних навичок і вмій майбутнього перекладача, його досвіду у опануванні культурно-мовного коду представників різних етнічних груп і субкультур, допомагає позбутися непорозуміння і частково блокування мовних каналів

комунікацій. Фахова компетентність перекладача, знання мовного етикету, вміння використовувати мовні засоби і переходити з одного культурного коду на інший, підвищує його конкурентноспроможність на ринку праці. Її можна розглядати як набір навичок культурних диференціацій в процесі міжнародного спілкування, оскільки в залежності від типу культури певного народу буде визначати поведінку партнерів під час перемовин.

Необхідною складовою вдалих міжнародних перемовин є володіння навичками мовного етикету. У багатьох народів світу його правила доволі однакові. До них відносяться правила вітання, прощання, поваги та толерантного ставлення до інших тощо. Проте, все-ж-таки, спостерігаються певні відмінності, які зумовлені строкатістю історичного розвитку тієї чи іншої нації, релігії, культурних традицій. (Шутова, 2013). На суто лінгвістичному рівні можна виокремити загальноприйняті вирази елементарного поважаного відношення до комунікативів. Наприклад, американці радше замість виразу “Thank you” скажуть: “I appreciate it”, також вони замінять фразу “Good bye” на “See you later”. (Шутова, 2013). Французи в свою чергу замінять “Merci” на “Merci profondement” або “Merci cordialement”. А всім відоме словосполучення “Au revoir” буде замінено на “À plus tard”. Фразаеологізми, в свою чергу, теж відіграють великий вплив на якість розмови. Вони відображають рівень багатогранної насиченості культури народу і їхнє часте використання вважається індикатором освідченості представників різних країн у своїй культурі, а також свідчить про інтелектуальну розвиненість особистості. (Шутова, 2013).

Іноді використання фразеологізмів може бути більш ввічливою формою звертання до співрозмовника, замість прямих фраз, що мають згрубіле значення. Наприклад англ. “Time is money”, фр. “Temps est l’argent” укр. “Час – це гроші” означає, що людина хоче поквалити свого співрозмовника, і тому вирішила використати більш м’яку форму зветання. По-суті, її імператив означає: “Давайте швидше!” Або фразеологізм англ. “East or West home is best” укр. “Моя хата з краю” означає бажання людини бути непричетним до тієї-чи-іншої справи. Використання такого фразеологізму дозволяє пом’якшити директивну фразу “Я не хочу брати участь в цьому” або “Я не хочу бути причетним до цього” (Шутова, 2013). Систему макрокультурних особливостей деяких національностей Анастасія Ольшевська (2018), розподіляє на групи за спільними параметрами. Наведемо кілька прикладів такої систематизації. **Відчуття часу.** Німці надзвичайно пунктуальні, а також люблять змістовність, детальність і ясність, уникаючи найменшого непорозуміння. Японці завжди прагнуть точно знати, де вони знаходяться і яким є становище. **Чіткість та наполегливість.** Фіни доброзичливі і стримані, проте чітко висловлюють свої наміри. Фінська мова набагато красномовніша за шведську, датську або норвезьку, але суть висловлювання завжди строго орієнтована на факти, стиснута і добре продумана. Шведи користуються своєю мовою в демократичній манері, їх слова та репліки сповнені особистою поваги. **Емоційність та переконливість.** У країнах Перської затоки гарний



менеджер – це гарний мусульманин. Властива арабській мові риторичність активно використовується мовцем для підкреслення своєї щирості. Підвищення голосу тут означає не гнів, а щирість почуттів і впевненість у своїй позиції. (Ольшевська, 2018).

Отже, міжкультурна комунікація сприяє об'єктивному розумінню феномену різниці культур, застосування мовних засобів, що характеризують культурно-мовний код різних етносів і субкультур необхідних для досягнення успішного міжкультурного контакту та покращення міжнародних відносин між країнами, і навіть попри наявність певних можливих непорозуміннь, конфлікти думок та суперечності, все-одно людство приходить до висновку, що звичайна повага та толерантність до чужинного, може призвести до нових відкриттів.

### **ЛІТЕРАТУРА**

- Ольшевська, А. (Ред.) (2018). *Сучасна ділова міжкультурна комунікація*. Тези І міжнародної науково-практичної конференції. ДВНЗ “Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди”.
- Шутова, М. О. (2013). Мовленнєвий етикет як система координат у міжособистісній і міжкультурній комунікації. *Вісник КНЛУ. Серія Філологія*, 16 (1), 134–142.

### **ФОНЕТИЧНІ ДІАЛЕКТИЗМИ В РОМАНІ-КОЛАЖІ Д. КЕШЕЛІ “РОДАКИ”**

**Герасименко Л. Г.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Заскалета В. П.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Роман-колаж зі стихій народного життя Дмитра Кешелі “Родаки” має багато шанувальників. Твір цікавий, мова багата, колоритна, соковита. За висловлюванням однієї читачки, твір феєричний. З перших рядків автор полонить читачів своєю розповіддю про дитинство хлопчика Митрика в закарпатському селі, про життя його родини в непростих обставинах. Проте, що дія відбувається на Закарпатті, свідчать не тільки географічні назви, а й мова дійових осіб. Всеохопність представлення закарпатського говору вражає: тут і лексичні протиставні діалектизми, і фонетичні, і морфологічні, і словотвірні, і синтаксичні, і фразеологічні. Очевидно, є в романі й акцентуаційні діалектизми, проте наголос у тексті не виставлений, а тому виявити такі особливості місцевого діалекту неможливо.

Територіальних діалектизмів особливо багато в мовленні персонажів старшого віку – переважно баби Фіскарешки та діда Наполійона, а також головної дійової особи – їхнього онука школяра Митрика. Предметом

цього дослідження є фонетичні протиставні діалектизми. Варто, однак, зауважити, що в друкованому тексті неможливо побачити абсолютні всі фонетичні особливості, оскільки текст передано графічно, а не фонетичною транскрипцією, проте частину таких особливостей можна виявити і в друкованому тексті.

У системі вокалізму зафіксовано такі особливості:

а) перехід (і) в (у) під впливом наступного (й): *американцюв* (с. 257), а також унаслідок асиміляції до (у) в наступному складі: *поцюлювати* (с. 10);

б) реалізація |і| як (е): на мою веру (с. 98);

в) реалізація |і| як (и) чи (й): *инак* (с. 37); *ніко* (с. 37); *ньит* (с. 37);

г) відхилення в чергуванні |о| з |і|: *радоість* (с. 58); *озьмемо* (с. 80); *родний* (с. 119);

г) опускання ненаголошеного (о) на межі слів, тобто явище афери: *все'дно* (с. 18);

д) реалізація фонему |е| в наголошеній позиції у звукові (и): *ци* (с. 21); *кониць* (с. 21); *солодинька* (с. 41); *чилядь* (с. 41);

е) реалізація фонему |и| в ненаголошеній позиції у звукові (е): *позераючи* (с. 90);

е) перехід фонему |е| в наголошеній позиції після задньоязикових у звук (а): *дашто* (с. 20);

ж) вставна фонема |е| на місці літературної фонему |о|: *огень* (с. 20);

з) вставна фонема |й| в позиції між голосними: *Наполійон* (с. 58); *фіялки* (с. 78); *по радійови* (с. 84); *ипійонський* (с. 274).

У системі консонантизму зафіксовано, зокрема, такі особливості:

а) ствердіння |с'| у суфіксі '-с'к-': *мацкаліско* (с. 14); *советскому* (с. 31);

б) ствердіння |ц'| у кінці слів у суфіксі '-ец': *конец* (с. 14) та в інших випадках: *в кендерици* (с. 31);

в) м'якість |р'| у кінці складу: *тварь* (с. 20); *царь* (с. 21); *Марько* (с. 22);

г) ствердіння |р| перед |а|: *растик* (с. 177);

г) спричинена ствердінням губних поява перед (а), що виникло з давнього носового (є), двофонемної сполуки губний з м'яким (н') унаслідок виділення колишньої м'якості (палатальності) губних в окрему артикуляцію (Бевзенко, 1980, с. 66): *імня* (с. 21);

д) збереження фонему |г| в прислівниках: *тогда* (с. 21); *нігде* (с. 57);

е) протетичні фонему |в| та |г| перед голосними: *вумний* (с. 27); *воко у воко* (с. 75); *гаркоголік* (с. 150);

е) тверда фонему |л| перед наступним приголосним: *далше* (с. 27);

ж) вторинна фонему |л'| після історично м'якої фонему |в|: *здоровля* (с. 41); *сливлянки* (с. 119);

з) перехід фонему |д| у фонему |й|: *двайцять* (с. 85);

и) заміна фонему |в| на |й| між голосними: *жиєте* (с. 153) і навпаки: *радувуться*;

і) дистантна дисиміляція: *гаркоголік* (с. 150);

ї) стягнення м'яких приголосних: *лечку* (с. 108);

й) явище метатези: *варохобу* (с. 86).

Отже, у романі Д. Кешелі “Родаки” репрезентовано протиставні особливості закарпатського говору на фонетичному рівні в системі вокалізму і в системі консонантизму. За допомогою діалектизмів автор відтворює місцевий колорит, характеризує мовлення персонажів, нерідко досягає комічного ефекту розповіді.

## **ЛІТЕРАТУРА**

Бевзенко, С. П. (1980). *Українська діалектологія*. Вища школа.

### **ДЖЕРЕЛО ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

Кешеля, Д. (2016). *Родаки : роман-колаж*. Академія.

## **ПОСТПРАВДА ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОГО МЕДІА ПРОСТОРУ**

**Гибало О. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Саволайнен І. П.**

*Кандидат філософських наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Поняття “постправда” введено у політичний дискурс зовсім нещодавно, але даний феномен не є новим і унікальним в людській історії. Це явище належить не стільки епістемологічній практиці, скільки політичній”. Поняття “постправда” або “фейкові новини” не додають концептуальних аргументів до теорії істини. Ці слова є скоріше симптомами давньої проблеми поширення брехні, яка в ХХ-ХХІ ст. набула нових втілень завдяки комунікативним технологіям. Поняття “постправда”, “політика постправди” залишаються дуже розмитими і часто використовуються в рамках ідеологічного та пропагандистського сегменту сучасних мас-медіа.

Політика постправди є політичні дії та мислення, “при яких об’єктивні факти є менш впливовими у формуванні громадської думки, ніж заклики до емоцій і особистих переконань”. Тобто, це політика, яка спирається на почуття та власні переконання, які насправді не мають під собою реальних підстав (фактів). При цьому об’єктивна істина не фальсифікується чи піддається сумніву, а просто відсувається або “відходить на другий план”.

Найбільш глибоке та оригінальне трактування природи “відхилення від істинності” в політичному дискурсі дає Ханна Арендт. Філософ розвиває епістемологічну традицію. У центрі її рефлексії знаходяться якості пізнавальної активності індивіда і при цьому вона описує природу “брехні” в політиці з урахуванням значущості комунікативних параметрів. Арендт категорично протиставляє істину і політику. Істина аполітична за своєю природою, адже незалежна від громадської думки, яка є суттю політики.

Протистояння “істини” та “брехні” Ханна Арендт описує як протистояння політичного та неполітичного. Сфера реальної політики бачиться їй “обмеженою”, де істина постійно схильна до “знищення”, оскільки реальна

політика “не включає в себе все існування людини і світу”, і в цьому просторі люди не можуть віднайти свою цілісність. Істину і способи її набуття треба шукати у неполітичній сфері (Melnyk, 2019). Категорія брехні/істини належить до екзистенційно необхідних розумових засобів орієнтації в навколишньому світі, тому Аренд вважає “екзистенційним” ядром комунікативного процесу політико-філософську рефлексію. Справжнє знання реальної природи конкретно-історичних подій (“фактів”), на думку Х. Арендт, може бути отримано тільки на основі “екзистенційних” розумових засобів, що виробляються в процесі критичної філософської рефлексії. Інші форми знання і засоби пізнання призводять до обмеженого пізнання фактів.

Вивчення політичної культури трансформується у дослідження “соціальної пам’яті”, “культурної прагматики” та “драматургії влади”, що представляє багатоплановий процес соціального конструювання та комплексу засобів символічного виробництва соціальної влади.

У сучасному суспільстві немає політичних рухів і когнітивних процесів, що їх супроводжують, без емоційно-чуттєвих презентацій, і немає процесу раціонального осмислення без емоційного фону. Важливою ланкою подібного процесу є політичний міфічний наратив як семантичний засіб зв’язку ідеологічних обґрунтувань та практик фонового повсякденного знання. Ідеологічні символи та обґрунтування минулого та майбутнього доповнюються символізацією тілесно-чутливого сприйняття політичного за допомогою використання героїчних та жертвних подій. Політичний міф репрезентує себе як драматичну розповідь про героїчну історію політичних чи неполітичних співтовариств, які прагнуть підтримки чи набуття політичної солідарності. Будь-який політичний міф вписує повсякденні епізоди діяльності людей у наратив драми колективного існування. Тому політичний міф завжди виступає не тільки як пояснення, а й “практичний аргумент”. Міф може драматично обґрунтовувати історію існуючих політичних суспільств, відсилаючи до минулого, сприймаючись як “традиція”, але він може застосовуватись до політичної взаємодії сьогодення чи відсилатися до майбутнього, перетворюючись на джерело соціальних реформ, революцій та гуманітарних катастроф (Мацієвський, Кашинський, 2017).

Термін “політика постправди” широко використовувався англійськими журналістами, коли писали про президентські вибори в США. Кандидат від республіканців Дональд Трамп неодноразово робив приголомшливі заяви про мігрантів, про заборону мусульманам в’їжджати в країну і так далі. Він заявляв, що Гіллари Клінтон була злочинцем, а Барак Обама народився поза США, але все було спростовано. Більше 70% заяв Дональда Трампа були оцінені проектом Politifact як брехня чи спотворення фактів. Тим не менш, за опитуваннями населення, Трамп вважався більш чесним і заслуговує на довіру, ніж його опонент, Гіллари Клінтон (Melnyk, 2019).

Протягом усього ХХ століття етнічне питання було не тільки одним із вирішальних у міжнародній та внутрішній політиці Європи та світу, а й причиною регулярних конфліктів і навіть воєн. Щоб виправдати порушення усіх можливих міжнародних норм і зобов’язань, Москва використала саме

етнічний фактор. Попри всю абсурдність та штучність своїх аргументів, російська пропаганда, на жаль, доволі ефективно апелює до “етнічних травм” минулого, намагаючись спровокувати ланцюгову реакцію, виправдати та легітимізувати власні агресивні дії.

### ЛІТЕРАТУРА

- Мацієвський, Ю. & Кашинський, О. (2017). Витоки популізму в Центрально-Східній Європі. *Ідеологія і політика*, 2(18), 15–37.
- Melnyk, A. (2019). Anticipation of the “Post-truth” era in Hannah Arendt’s essay “Truth and politics”. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, 45, 251–258.

### СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ НОВИН

**Гімбер В. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*  
Науковий керівник: **Алексієвець О. М.**  
*Кандидат філологічних наук, доцент,*  
*Київський національний лінгвістичний університет*

Відомо, що засоби масової інформації виступають одним з головних способів конструювання світогляду і ставлення громадськості до подій у країні та світі. Водночас, переклад є невід’ємною складовою частиною міжнародної комунікації і процесу поширення новин про події, що публікуються різними мовами на медіаресурсах. Тому гострою є потреба у дослідженнях особливостей перекладу новин загалом та англomовних, зокрема.

Відзначимо, що переклад трактується як результат перекладацької діяльності, презентований текстом перекладу у фіксованій чи нефіксованій формі, а також як цілеспрямована лінгвопсихоментальна діяльність особистості перекладача як рекреативної системи, що поєднує в одному перетворювальному процесі дві фази: інтерпретацію оригінального тексту та породження на її підставі тексту-перекладу (Селіванова, 2010, с. 541). Тобто, переклад – це багатогранний складний вид людської діяльності, у якому відбувається не просто заміна однієї мови іншою, але й стикаються різні культури, особистості, склади мислення, літератури, епохи, рівні розвитку і традиції (Рибенюк, 2012, с. 253).

Новинний текст – це медіатекст, призначений, передусім, для інформування аудиторії про соціально значущі події, що відбуваються в країні й світі. Переклад англomовних новинних текстів відзначається специфічними особливостями, які вимагають від перекладачів високої майстерності та професійності, зокрема: необхідність точного і швидкого перекладу для збереження актуальності новини для аудиторії й об’єктивності інформації; важливість глибокого знання термінології і

стилістики англійської мови для забезпечення точності та правильності перекладу; врахування фонових знань (культурних відмінностей країн, включаючи різницю в поглядах, цінностях та культурних традиціях тощо); привертання уваги до інформації шляхом ефективних технік відтворення заголовку новини; ін.

У процесі перекладу велике значення відіграють лексичні, граматичні, стилістичні та інші особливості мови. Не винятком є і переклад новинних текстів про війну в Україні, який, підкреслимо, став сьогодні особливо затребуваним у світі. Щодо лексичних одиниць, то у перекладознавстві виокремлюють такі способи їх перекладу (Карабан, 2004, с. 279):

– словникові відповідники: “перекладні еквіваленти” (ті, що мають відповідники: “*His Mi-8 helicopter is about as old as he is, and lacks heavy armour, or modern warning systems about incoming missiles*” (Guerin, 2023). *Armour* – броня. “Безеквівалентні одиниці” (ті, що ще не мають відповідників у цільовій мові): “*He’s renowned among fellow airmen in his brigade for executing difficult manoeuvres – a Ukrainian top gun in an ageing Soviet aircraft*” (Guerin, 2023). *Manoeuvres* – маневри; переклад неоднозначних слів (слова з кількома перекладними відповідниками у відповідності із кількістю їх значень): “*But Kyiv today is a city transformed from the shuttered, apprehensive place it was in the first few weeks after the invasion*” (Bowen, 2023). *Apprehensive* нараховує декілька значень – кмітливий, сприйнятливий, сповнений передчуття тривоги. “*The Russians have taken huge casualties*” (Bowen, 2023). *Casualties* – жертви, наслідки, втрати;

– транскодування: “*They took their big step into the unknown dressed to go to a festival, not to war*” (Bowen, 2023). *Festival* – фестиваль. “*His position was hit by a strike from Russian heavy artillery, a 203mm Pion*” (Bowen, 2023). *Artillery* – артилерія;

– калькування (дослівний переклад): “*Over the past year some of his fellow pilots have not made it back*” (Guerin, 2023). *Fellow pilots* – колеги- пілоти;

– контекстуальна заміна: “*For helicopter pilots in war-time Ukraine, there is little margin for error*” (Guerin, 2023). *There is little margin for error* – без права на помилку;

– смисловий розвиток (причинно-наслідкове відношення): “*Of course, there is some risk, he says after touching down*” (Guerin, 2023). *After touching down* – після приземлення;

– антонімічний переклад (формальна негативація): “*Ukraine war: Settling somewhere new is hard – but not impossible*” (Flicher, 2023). *Not impossible* – можливо;

– описовий переклад: “*Main battle tanks are the latest upgrade*” (Bowen, 2023). Основні бойові танки – остання модернізація.

Таким чином, посилаючись на наведені приклади, можна стверджувати, що лексика інформаційно-новинних текстів про війну в Україні досить різноманітна. При перекладі новинних текстів як прояву міжкультурної комунікації потрібно враховувати і чинники моделювання перекладу, і лексико- семантичні особливості мови перекладу для збереження їх суті.

## ЛІТЕРАТУРА

- Карабан, В. І. (2004). *Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми*. Нова книга.
- Рибенок, В. (2012). Сутність лексико-семантичних трансформацій. Наукові записки Національного університету “Острозька академія”. Серія: Філологічна, (24), 253-255.  
[http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf\\_2012\\_24\\_80](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2012_24_80)
- Селіванова, О. (2010). *Лінгвістична енциклопедія*. Довкілля-К.
- Bowen, J. (2023). *Ukraine war: The friends who fought Russia's invasion*.  
<https://www.bbc.com/news/world-europe-64733014>
- Flicher, S. (2023). *Ukraine war: “Settling somewhere new is hard – but not impossible”*.  
<https://www.bbc.com/news/av/uk-england-derbyshire-64736765>
- Guerin, O. (2023). *Ukraine war: The renowned airman fighting from a low-flying helicopter*.  
<https://www.bbc.com/news/world-europe-64779505>

## ПОЕЗІЯ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА У ПЕРЕКЛАДАХ ВІРИ РІЧ

**Гірна Л.**

*Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка*

**Погоріла А. І.**

*Кандидат педагогічних наук, доцент*

*Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка*

Віра (в оригіналі Faith Elizabeth Joan) Річ народилася й виховувалася в англійській родині. З десятирічного віку писала вірші, із п'ятнадцятирічного – публікувала їх. Україніану Віри Річ започатковано близько 70 років тому: 24 квітня 1956 р. вона, студентка Оксфордського університету святкувала своє 20-річчя. У цей день дівчину приголомшила незвична пропозиція: перекладати англійською мовою українську поезію. Висловив її аспірант Володимир Микула, якого часто зустрічала у студентському клубі “Звільніть Європу!”. Хоча про Україну юна англійка тоді майже нічого не знала, поталанило В. Микулі переконати її (в юності все видається легким, молодь беручка) у тому, що вона зможе швидко вивчити українську мову й познайомитися з українською історією та культурою. Так розпочалася діяльність молоденької англійки в галузі україністики. Переклала навіть своє ім'я – і ввійшла в літературу як Віра Юрївна Річ (батька звали George).

Тонка художня особистість, вона зуміла відчутти велич художнього слова України і збагнула, яку виняткову відповідальність бере на себе, намагаючись явити англословному світові духовне ество української нації. Віра Річ віддалася перекладацькій творчості з одержимістю. Із часом охопило її незбориме бажання перекладати твори, зокрема, Т. Шевченка,



І. Франка та Лесі Українки, бо усвідомила, що ці поети належать не тільки Україні, а й усьому людству, хоча кожне їхнє слово – про Україну. Розкошуючи українським словом, милуючись його живописною силою, намагалася проникнути в художній світ не визнаної світом нації та бодай частково відтворити цей світ засобами рідної англійської мови для читача зовсім іншої історії, зовсім іншого побуту, зовсім іншої ментальності. В Інституті славистики Лондонського університету (Віра продовжувала там навчання в Бедфордському коледжі, вивчаючи математику й українську мову – факультативно), цьому науковому осередкові україністики, мала повний доступ до українознавчої літератури.

На початку 60-х років у Великобританії, як і в усьому світі (передусім там, куди важка доля закинула українців), готувалися до Шевченкових ювілеїв 1961 та 1964 рр. Утворений 1960 р. Шевченківський ювілейний комітет Великобританії накреслив грандіозне завдання – опублікувати всі твори Т. Шевченка англійською мовою в нових перекладах. Том перший (у кількох книгах) мав би охопити всю віршову спадщину поета, том другий – прозу, том третій – драматичні твори, щоденник, листування. Незабаром переклади Шевченкових творів, що вийшли з-під пера Віри Річ, з'явилися у британській періодиці. Першим у весняному випуску “The Ukrainian Review” за 1959 р. опубліковано переклад поеми “Кавказ”. Поряд подано розвідку Віри Річ про цей непересічний твір. Протягом 1959 – 1969 рр. Віра Річ опублікувала переклади 51 Шевченкового твору (у тому числі дев'яти поем) та уривка з поеми “Княжна”. Шістнадцять творів – “Причинна”, “Неофіти”, “Холодний яр”, “Чигрине, Чигрине...”, “Маленькій Мар'яні” та ін. – перекладено вперше. Більшість перекладів (38) уміщено у збірці “Song out of Darkness” (“Пісня з темряви”), опублікованій у Лондоні 1961 р.

Відколи Віра Річ познайомилася з “Конкордансом” Шевченкової поезії, перекладачка почала замислюватися над тим, що окремі образи та вислови повторюються у творах Т. Шевченка, отже, при відтворенні їх англійською мовою доречно використовувати (очевидно, якщо це дозволяє контекст) одні й ті ж вислови чи фрази. Скажімо, у Шевченкових творах часто трапляється образ сокири як символ бунту, повстання. Мабуть, варто передавати цей образ одним і тим самим англійським словом. Тим часом у перекладі вірша “Я не нездужаю, нівроку...” маємо axe-shaft, (Річ, 2008, с. 457), а в перекладі “Бували війни й військовій сварі...” (поки що в машинописі) – a cleaver.

При перекладі Віра Річ зберегла бездоганну художню форму оригіналу, адекватно відтворила соціально-політичне звучання поеми, її соціально-загострені аспекти, зберегла тематичне і стильове розмаїття, поліфонію почуттів та ритміко-інтонаційне звучання першотвору, майстерно передала думки поета про неможливість знищити споконвічне прагнення народів до волі.

Здійснивши аналіз англійських перекладів віршів Т. Шевченка В. Річ, можемо зазначити, що не зважаючи на часові розбіжності які розділяють світогляди двох майстрів слова, маючи різні світоглядні позиції та соціальний статус, їх об'єднала поезія, яка пробуджує почуття створюючи в

уяві чіткі образи та спонукає до роздумів. Своєю перекладацькою роботою Віра Річ продемонструвала, що українська та англійська мова і мають певні типологічні відмінності, але вони здатні співіснувати у поетичних рядках, а перекладач може передати повноту перекладу вірша, коли переймається переживаннями автора та відчуває його настрій та думки.

## ЛІТЕРАТУРА

- Річ, В. (2008). *Шевченко Т. Вибрана поезія. Живопис. Графіка*. Мистецтво.  
Plytzkyi, O. (2001). A concordance to the poetic works of Taras Shevchenko.  
New York, Edmonton, Shevchenko Scientific Society; Canadian Institute  
Of Ukrainian Studies  
Shevchenko, T. (1961). *Song out of darkness: Select. poems*. The Mitre Press.

### ВІДТВОРЕННЯ ТОПОНІМІВ ЯК РІЗНОВИДУ ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ РЕАЛІЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ З ТУРЕЦЬКОЇ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ КЕМАЛЯ ІЛМАЗА “ЕЛЕФТЕРІЯ ЗІ СТАМБУЛА”)

**Глава Л. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Сіленко Н. В.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Протягом віків переклад виступає своєрідним містком, що забезпечує комунікацію між людьми. Кожен переклад – це відтворення культури, картини світу народу, її трансформація та перенесення до тексту мови перекладача. За допомогою перекладача література, яка є культурним надбанням одного народу отримує своє нове життя в мовах інших народів, що сприяє поширенню культурних та мовних традицій народу поза межами територіальних меж ареалу його проживання. Перекладач, пропускаючи художній твір через свою призму світосприйняття, фактично виступає творцем художнього твору зі збереженням сюжетної лінії, головних героїв, їхніх почуттів, і, найголовніше – відтворює реалії, введені у текст автором твору, тобто які він не має права змінювати, а повинен якомога точніше передати в мові перекладу задля збереження колориту.

Метою нашого дослідження є розкрити багатоаспектність терміну “реалія”, дослідити та проаналізувати перекладацькі стратегії при перекладі з турецької мови на українську топонімів на прикладі роману К. Ілмаза “Елефтерія зі Стамбула”.

На сьогоднішній день відсутнє уніфіковане визначення поняття терміну “реалії”, проте науковці у своїх розвідках пропонують визначення цьому

поняттю, наводять класифікації та розкривають функції реалій у художніх текстах. Зокрема, дослідженню реалій присвячено монографію української науковиці та перекладачки Р. Зорівчак. Останні праці українських учених, присвячені дослідженню реалій, їхній класифікації та ролі у міжкультурній комунікації належать Б. Ель Тахраві, В. Куліш, О. Гарах, Н. Середі, К. Кіяниці, А. Болдиревій, Ф. Гіматдінова-Чагач, І. Підгородецькій.

Крім того, до введення у науковий обіг терміну “реалія”, у якості його прототипу вченими широко використовувалося таке поняття як “культурно маркована лексика”.

У міжнародному дискурсі термін “реалія” також не має єдиного визначення. Для позначення цього явища вводять такі терміни як, наприклад, “culture-specific items” (К. Норд) та “реалія” (Ш. Ісаєва).

Ю. Найда та Ч. Тейбер, вивчаючи проблеми мовних та культурних розбіжностей, дотримуються думки про те, що під час перекладу елементів культури варто відповідати реаліям цільової аудиторії.

У теорії виокремлюють такі способи перекладу реалій як транскрипція (транслітерація), гіперонімічне перейменування, дескриптивна перифраза, комбінована реномація, калькування, міжмовна транспозиція на конотативному рівні, уподібнення, підбір ситуативного відповідника, контекстуальне тлумачення (Р. Зорівчак, 1989).

У романі К. Ілмаза “Елефтеріязі Стамбула” при перекладі лінгвокультурних реалій, а саме топонімів, застосовано комплексний підхід із використанням різних перекладацьких стратегій. Такий підхід дозволяє зберегти творчий задум автора та водночас “наблизити” читача до внутрішнього світу твору.

Наприклад, при перекладі такого речення як “*Anapafseos Caddesi Atina ve Antik Yunan uygarlığının ünlü Zeus Tapınağı'nın arkasında yer alan Anapafseos Caddesi her zaman mistik bir sessizlik ile son istirahatine gidenleri mezarlığa doğru yolcu eder*”, перекладач вдається до контекстуального тлумачення та транслітерації топонімів: “Вулиця Анапафсеос (Спокою), розташована позаду відомого храму Зевса – храму культури Афін та давньогрецької цивілізації, – завжди в містичній тиші супроводжує тих, хто вирушає в останню мандрівку, до самого цвинтаря”. Наступний приклад перекладу топонімів із використанням стратегії комбінованого підходу до перекладу реалій-топонімів зберігає творчий задум автора та розкриває сутність реалій-топонімів: *тур.*: *Proto Nekrotafeio'nun mermer mezar taşları temmuz sıcağında gözleri kamaştırıyor...* переклад укр.: “У липневу спеку мрамурові надгробки на першому афінському цвинтарі Прото Некротафіо засліплюють очі”). У романі використано і метод транслітерації, без його поєднання із іншими способами перекладу, оскільки згадані географічні назви є широковідомими для читача та не потребують додаткового пояснення: “*Yeniköy, Beyoğlu, Bebek* “*Her anlattın bana İstanbul'u, Beyoğlu'nu, Yeniköy'ü, Bebek'i, Boğaz'ı, oradaki evimi, babamı...*”, переклад укр.: “*Ти завжди розповідала про Стамбул і його райони: Бейоғлу, Єнікёй, Бебек, Босфор, наш дім у Стамбулі та батька...*”.

Отже, ми дійшли висновку, що тема нашого дослідження є достатньо актуальною не лише для українського перекладознавства, але і перебуває

в колі активних розвідок іноземних учених. Під час дослідження виявлено, що доцільним є використання комбінованого підходу у процесі перекладу реалій-топонімів (контектуальне тлумачення, транслітерація) із дотриманням перекладачем творчого задуму автора. Вибір стратегії перекладу залежить від перекладача, його досвіду і конкретної реалії-топоніму, що потребує високої лінгвістичної та лінгвокультурної компетентності.

## СПЕЦИФІКА НАЙМЕНУВАННЯ ПЕРСЬКИХ НАЗВ МІСЯЦІВ У КАЛЕНДАРЯХ МІСЯЧНОЇ І СОНЯЧНОЇ ХІДЖРИ

**Гойса Б. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Охріменко М. А.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Іран сьогодні має в розпорядженні три календарі: місячний (перс. هجری قمری) сонячний (перс. هجری شمسی) і григоріанський (перс. میلادی). Кожен з них використовується в певній сфері. Історично в Ірані використовуються два календарі: місячний і сонячний, аналізу яких присвячено пропоновану розвідку.

Спершу слід розглянути місячний календар (араб. التقويم الهجري), який є загально мусульманським календарем для визначення релігійних свят і подій. Історично на території сучасного Ірану цей календар з'явився після арабських завоювань. Отже назви місяців характерно є суто арабськими через релігійний консерватизм ісламу щодо вжитку арабської мови. Однак, вимову арабських місяців адаптовано до перської фонетики, зокрема й орфографічно, що складає основу нашого огляду (Abdollahy, 1977).

Таким чином, арабські емпатичні приголосні (ص, ض, ط, ظ, ق) в перській мові стають неемпатичними; так само і дзвінки зубні [ð] і [θ] втрачають свою дентальність і стають [z] і [s] відповідно; також арабський звук [ʕ] в перській мові нейтралізується. Коротке арабське /u/ в перській мові практично завжди стає коротким /o/ – позначається оголосом дамма. Таким чином, перший місяць محرم (араб. Muḥarram, “заборонений”) в перській мові стає \*moharram. Відсутність емпатичності можна спостерігати в таких назвах місяців: صفر (араб. Šafar, “жовтий”), стає \*šafar; رمضان (араб. Ramaḍān, “Рамадан” перс. Ramazān. Ситуація стає більш комплексною, коли мова заходить за складені назви: перська ортографія може дозволити пропустити арабський артикль в написанні. Наприклад, ذی القعدة (араб. dū l-ḥijja) в перській мові стає як ذیحجه; також араб. ذی القعدة (араб. dū l-qa'da) стає як ذیقعدة. У назві місяця Шабан (араб. ša'bān) звук [ʕ] нейтралізується і попередня голосна подовжується (International Journal of Humanities and Social Science, 2014).

Якщо специфіка найменування місяців мусульманського, місячного календаря в контексті перської мови обмежується виключно сферою мовленнєвої адаптації арабських запозичень, то сонячний календар є виключно перським, як за походженням, так і за найменуванням.

Історія перського календаря сягає ще часів Ахеменідської імперії, адаптувавши під свої потреби єгипетський календар. Календар став офіційним для імперії, зокрема через вплив зороастрійських жерців, які використовували “новий” календар з метою визначення релігійних свят і дат. Не дивно, що первинно назви сонячного календаря були авестійською мовою, мовою тогочасної іранської релігії. Іранці не називали місяці суто перською мовою, але запозичили назви з авестійської мови і, відповідно, адаптували під власну вимову (див. Таблицю 1) (Abdollahy, 1977).

Таблиця 1

### Іранські місяці

Авестійська назва	Перська назва	Авестійська назва	Перська назва
Frawašīnaṃ <i>Фраваші</i>	فَرَوَردین (Farvardīn)	Miθrahe <i>Мітра</i> (божество)	مهر (Mehr)
Ašahe Vahištahe <i>Найкраща істина</i>	اَرْدِیْبِهَشْت (Ordībehešt)	Arəṃ <i>Вода</i>	آبان (Ābān)
Haurvatātō <i>Цілісність</i>	خُرداد (Xordād)	Āθrō <i>Вогонь</i>	آذر (Āzar)
Tištryehe <i>Тіштрія</i> (божество)	تیر (Tīr)	Daθušō <i>Творець</i>	دی (Dey)
Amərətātātō <i>Безсмертя</i>	مُرداد (Mordād)	Waṇhəuš Manaṇhō <i>Благий помисел</i>	بِهْمَن (Bahman)
Xšaθrahe Wairyehe <i>Вибрана влада</i>	شَهْرِیَوَر (Šahrīvar)	Srəntayā Ārmatōiš <i>Святе благочестя</i>	اِسْفَنْد (Esfand)

Як ми бачимо у вищенаведеній таблиці, найменування місяців сонячного календаря тісно пов'язані з реаліями зороастрійської релігії. Можна розділити найменування місяців таким чином: язати духовного світу (*Ašahe Vahištahe, Haurvatātō, Amərətātātō, Xšaθrahe Wairyehe, Daθušō, Waṇhəuš Manaṇhō, Srəntayā Ārmatōiš*), язати матеріального світу (*Tištryehe, Miθrahe, Āθrō, Arəṃ*) і один місяць, що не підпадає під ці категорії (*Frawašīnaṃ*) (Heydari-Malayeri, M., 2004).

Цікава ситуація зустрічається в перській мові Афганістану (дарі), де іранський сонячний календар був введений тільки сто років тому (1922 р.). Перськомовні афганці замість зороастрійських назв місяців використовують арабські зодіакальні назви місяців. Наприклад, перс. فروردین і дар. حمل (Овен) або перс. خرداد і дар. جوزا (Близнюки).

У підсумку можна сказати, що назви місяців місячної і сонячної хіджр є запозиченнями з арабської і авестійської мов відповідно. В обох випадках безпосередньо через релігію. Лишень в Афганістані парсивани почали використовували зодіакальні назви, запозичені з арабської мови, щоби відокремити вже наявний місячний і новий сонячний календарі.

## ЛІТЕРАТУРА

- Eftekhar, S. H., Zafaranlou Kambuzya, A. K., Aghagolzade, F., Golfam, A. (2014). *Phonological Adaptation of Arabic Loan Words in Persian: Consonants. International Journal of Humanities and Social Science.*
- Abdollahy, R. (1977). *A History of Chronology and Calendars in Iran from Ancient to modern Times with Principles of Date. Y The Encyclopaedia Iranica. Conversion.* Durham University.  
[https://www.iranicaonline.org/articles/calendars.](https://www.iranicaonline.org/articles/calendars)
- Heydari-Malayeri, M. (2004). *A concise review of the Iranian calendar.* Paris Observatory.

## ІДЕОЛОГІЯ ЧУЧХЕ: ВИНИКНЕННЯ І СУЧАСНИЙ СТАН

**Головащенко М. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Пророченко Н. О.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Чучхе – це класичний далекосхідний філософський термін, який означає “будь-яка річ з точки зору суб’єкта” і широко використовувався корейськими середньовічними філософами. Само слово “чучхе” належить до категорії ханмунських слів. “Чу” означає “хазяїн”, а “чхе” – “тіло, сутність, субстанція, природа”. Таким чином, чучхе означає ситуацію, коли людина є господарем і самого себе, і всього навколишнього світу. Якщо зазирнути в корейські словники, то можна знайти трактування цього терміну як “основна частина” та “самобутність”.

Ідеї чучхе присутні у розповсюдженій в Північній і Південній Кореї релігії чхондогьо (“вчення Небесного Шляху”), слід зауважити, що в рамках цієї релігії термінологічна передача поняття “ідей чучхе” схожа в обох державах.

На теперішній час, чучхе або чучхеїзм є офіційною ідеологією північнокорейського режиму. Це вчення представляє собою суміш марксизму, націоналізму і конфуціанства.

Початком розвитку чучхеїзму у КНДР стало погіршення відносин з СРСР у середині 1950-х років та Китаєм у другій половині 1960-х років. Для тодішнього очільника північнокорейського режиму Кім Ір Сена сильним поштовхом, щоб якнайшвидше відмовитися від радянської моделі

управління та перейти на самостійний розвиток країни стала смерть Й. Сталіна. Її сприйняли як загрозу режиму влади Кім Ір Сена, оскільки на той час у Північній Кореї радянський вплив ще залишався сильним, а сам керівник був призначений Радянським Союзом як керівник тимчасового уряду Північної Кореї.

Термін чучхе (чучхеїзм) вперше офіційно прозвучав у промові Кім Ір Сена на “пропагандистсько-агітаційному” з’їзді Трудової партії Кореї, що відбувся 28 грудня 1955 р. Було сказано про необхідність “встановлення чучхе та викорінення догматизму та формалізму в ідеологічній роботі”. Натомість, Кім Ір Сен запровадив чучхе, щоб стати незалежним від імпортованого до Кореї марксизму, а також ідеологічно обґрунтувати свою безмежну владу. У інтерпретації Кім Ір Сена чучхе представляє собою не філософське вчення, а скоріше перелік постулатів, які були викладені в 1980 р. самим лідером.

Основні принципи чучхеїзму:

- Суб’єктом громадського руху виступають народні маси;
- Нація, яка має високе почуття національної гордості та революційної гідності, непереможна;
- На відміну від капіталістичної економіки, що прагне прибутку, головною метою соціалістичної самостійної економіки є задоволення потреб країни та населення;
- Природа – об’єкт праці людини та матеріальне джерело людського життя;
- Народ кожної країни зобов’язаний боротися не лише проти агресії, поневолення та за послідовний захист своєї самостійності, а й проти імперіалізму та домінаціонізму, які посягають на самостійність народів інших країн;
- Щоб встановити загальнонародну та вседержавну систему оборони, треба озброїти весь народ і перетворити всю країну на фортецю;
- Революція – це боротьба за реалізацію народними масами їх потреб у самостійності;
- Сидіти склавши руки, чекаючи, поки з’являться всі необхідні умови, рівнозначно відмові від революції;
- Щоб сформувані правильний погляд на революцію, потрібно обов’язково покласти в основу виховання почуття беззавітної відданості вождю.

З часом принципи чучхеїзму зазнали змін. Спочатку принципи чучхе застосовувалися в різних настановах щодо ідеологічної роботи. Із усуненням опозиційних фракцій всередині Трудової партії Кореї використання принципів чучхеїзму набуло загального характеру. Термін стали використовувати в політичній, економічній та військовій сферах, а принципи чучхеїзму перетворилися на керівництво до дій для всієї Північної Кореї.

Після остаточного встановлення режиму влади Кім Ір Сена та укорінення в північнокорейському суспільстві культу особистості, чучхе стали називати



“монолітною системою поглядів” або епохою опори на власні сили. Цей моноліт закликав до політичної та ідеологічної єдності всього суспільства. А в 1982 р. термін “чучхе” у вигляді поправки потрапив до Конституції та набув статусу офіційної ідеологічної платформи в Північній Кореї. Тепер, згідно з Конституцією, КНДР – суверенна соціалістична держава, яка у своїй діяльності керується ідеями чучхе. Відповідно до цих ідей всі питання внутрішнього життя повинні вирішуватися з позицій самостійності, з опорою на власні сили. У 1986 р. до пропаганди чучхеїзму було привнесене поняття “соціально-політичний організм”. Сенс якого полягав у зародженні в живому організмі, як у суб’єкті революції, трьох компонентів: Вождя, Партії та Народу. Пізніше це поняття було використано для обґрунтування ідеї “кровної спорідненості”, що стало підготовчим процесом для передачі влади у спадок.

Оскільки ідеї чучхе теоретично обґрунтовують існування режиму одноосібної влади Кім Ір Сена, принципи чучхеїзму можна розглядати як узаконену версію культу особистості. Протягом 1980-х років Кім Ір Сен випустив ще декілька статей про ідеї чучхе, які остаточно сформували та закріпили її як ідеологічну систему Північної Кореї. Проте основного тексту, який би хоч трошки пояснив суть вчення чучхе та його принципів, і досі немає.

Зазначимо, що з 8 липня 1997 року в Північній Кореї прийнято нове літочислення чучхе, початком якого є 1912 – рік народження Кім Ір Сена.

## **ЖАНРОВО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ІСПАНОМОВНИХ ЮРИДИЧНИХ ТЕКСТІВ**

**Голяченко Н. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Бокова П. М.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Специфіка функціональних стилів іноземної мови є однією з проблем, яка може викликати труднощі перекладу. Зокрема, це стосується офіційного стилю, який передбачає постійне використання термінів, оскільки вони є його основним матеріалом. Галузь юриспруденції, яка також обслуговується офіційним стилем мови, становить особливий інтерес як для теорії, так і для практики перекладу.

Труди перекладу в галузі права пов’язані, насамперед, з національно-культурною специфікою мови права, зумовленою особливостями розвитку різних правових систем. Це зумовлює термінологічні труднощі перекладу, які зводяться до відсутності в мові перекладу понять, що позначаються термінами, явищ синонімії та паронімії та нечіткості іншомовного розуміння терміна.

Найбільше проблем викликають невідповідності в правових системах різни країн (в нашому випадку – іспанської та української), оскільки правові реалії є специфічними у кожній державі.

Тема юридичної термінології сучасної іспанської мови та її перекладу на українську є недостатньо дослідженою.

Юридичний переклад є одним із видів спеціального перекладу, метою якого є передача письмових або усних правових текстів іншою мовою. Юридичний переклад, як і будь-який інший вид спеціального перекладу, має низку характеристик, про які перекладач юридичного тексту повинен знати, оскільки помилки в перекладі можуть призвести до конфліктів між сторонами правового дискурсу, судових позовів або припинення співробітництва.

Юридичні документи характеризуються лаконічністю, точністю та ясністю викладу для запобігання шахрайству та матеріальним збиткам.

Правові реалії національних правових систем визначають чітко виражену національну специфіку мови права (тобто професійного спілкування). Звідси інтерес до перекладу в галузі юриспруденції, яка є однією зі сфер діяльності офіційно-комерційної мови. Таким чином, у разі перекладу правових текстів з іспанської мови на українську, необхідно враховувати різницю між правовими системами Іспанії та України.

Для кращого розуміння особливостей перекладу специфічної термінології слід проаналізувати саме поняття “термін”, його використання в офіційно-діловому стилі мови, зокрема в юридичних текстах, а також розглянути загальні характеристики цих текстів.

Крім того, необхідно ознайомитися з класифікацією юридичних термінів, їхніми семантичними особливостями та способами їх перекладу.

Терміни позначають чітко визначені поняття, предмети і явища, зазвичай включені в лексику або інтернаціональну. Терміни є поліфункціональними одиницями національної мови, вони виконують низку важливих завдань, переважно у сфері професійного спілкування, офіційно-ділового спілкування. Юридичні терміни забезпечують функціонування галузі юриспруденції, виконуючи зазначені функції саме в рамках юридичного дискурсу та його видів.

## ЛІТЕРАТУРА

- Іщенко, Н., Гончарова, В. (2021) Юридичний переклад як складова юридичного дискурсу. *Актуальні питання гуманітарних наук*.
- Клименко, І. М., Зоренко, І. С. (2016) Юридичний текст в аспекті перекладу. Філологічні студії. *Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*.  
[http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt\\_2016\\_14\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt_2016_14_11)
- Коптілов, В. В. (2003) *Теорія і практика перекладу*.
- Білозерська, Л. П. (2010). *Термінологія та переклад: навчальний посібник*. Нова книга.

## **ЗАСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ “АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ” У КИТАЙСЬКОМОВНИХ НАУКОВИХ СТАТТЯХ**

**Горлатова В. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Шевченко К. В.**

*Кандидат педагогічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Академічна доброчесність є важливою складовою наукового дослідження, яка полягає в тому, що дослідник повинен дотримуватися етичних норм і правил, зокрема, у плані відкритості, чесності та прозорості дослідження.

Значимо, що дослідження засобів вербалізації концепту “Академічна доброчесність” у китайськомовних наукових статтях може допомогти виявити специфічні проблеми та тенденції, які існують в китайськомовному науковому середовищі та запропонувати рекомендації та заходи для поліпшення якості та достовірності китайськомовних наукових статей науковцям України, які є фахівцями в галузі Китаєзнавства.

Багато китайських науковців приділяють увагу поняттю “академічна доброчесність”, тому складно назвати конкретного дослідника, який би займався виключно цією темою. Але серед науковців, які займаються проблемами наукової етики в Китаї, можна виділити таких відомих дослідників, як Лі Цзюнь, професор філософського факультету Китайської академії наук, який вивчає проблеми етики науки та академічної доброчесності; Чжан Шілін, професор Шанхайського університету, який займається етикою науки та вивчає проблеми доброчесності в науці; Фан Цзюнь, професор інституту права Китайської академії наук, який спеціалізується на вивченні етики та доброчесності в академічному середовищі (Yang, 2017, с. 157).

Новизна дослідження полягає в тому, що воно спрямоване на дослідження специфіки вербалізації концепту “Академічна доброчесність” у китайськомовних наукових статтях. На сьогоднішній день, дослідження з академічної доброчесності здебільшого зосереджені на англomовних наукових текстах, тоді як у Китаї іноді можуть бути відмінності в трактуванні та застосуванні етичних норм.

Аналіз оригінальних текстів китайських академічних статей дозволив визначити, що основними засобами вербалізації концепту “Академічна доброчесність” “学术懿行” у китайськомовних наукових статтях часто виступають спеціальні терміни, що пов’язані з поняттями: “Академічна доброчесність” та “дослідницька (академічна) етика”. Ми вважаємо, що це може допомогти всім зацікавленим науковцям початківцям зрозуміти сутність цього концепту, ядром якого, на наш погляд, виступає “Академічна етика”, у китайських наукових статтях “学术伦理”.

Значимо, що у багатьох китайськомовних статтях поняття академічної доброчесності пов’язують з достовірністю 确实性 та об’єктивністю客

观性отриманих результатів дослідження, тому можемо зазначити, що описання методів дослідження також слугує одним із компонентів цього концепту, бо забезпечує якість дослідження та підвищує рівень довіри до результатів.

Щоб забезпечити високу якість дослідження та довіреність результатів, у наукових статтях, концепт “Академічна доброчесність вербалізується за допомогою детального опису методів дослідження “研究方法论”. Це означає, що дослідники мають вказати, як саме вони зібрали та обробили дані, які методи вони використовували, і яким чином вони досягли результатів власного наукового пошуку.

Новизна та унікальність, на думку китайських вчених, виступають компонентами концепту “Академічна доброчесність” найчастіше у текстах наукових статей вербалізуються за допомогою 新奇та унікальність 独特.

Методологія дослідження засобів вербалізація концепту “академічна доброчесність” у китайськомовних наукових текстах може включати різні підходи та методи. Наприклад, аналіз текстів дослідження можна провести на основі аналізу кількох китайськомовних наукових текстів, що містять концепт “Академічна доброчесність” (Huang, 2015, с. 44) Аналіз можна провести з використанням методів лінгвістичного аналізу, таких як контент-аналіз, дискурс-аналіз, лексичний аналіз тощо.

Етичні аспекти дослідження засобів вербалізації концепту “Академічна доброчесність” у китайськомовних наукових статтях включають дотримання наукової доброчесності та забезпечення конфіденційності даних. Дотримання наукової доброчесності передбачає неупереджений та об’єктивний підхід до дослідження (Chen, 2018, с. 13). Аналіз літератури з теми дослідження та оригінальних текстів китайських наукових статей, дозволив нам виділити ядро концепту “Академічна етика”, та компоненти достовірність, об’єктивність, опис методів дослідження, новизна та унікальність.

## ЛІТЕРАТУРА

- Chen, M. (2018). Exploring the Conceptualization of Academic Integrity in Chinese Higher Education: A Critical Review of Literature. *International Journal for Educational Integrity*, 14(1), 1–16.
- Huang, H. (2015). Academic Integrity in China: Current situation, comparative analysis and countermeasures. *Journal of Southwest University Science Edition*, 41(4), 43–50.
- Yang, R. (2017). The Significance and Development of Academic Integrity in China. *Open Journal of Social Sciences*, 5(7), 155–160.

## ГУМОРИСТИЧНИЙ ФЕНОМЕН ІДІОЛЕКТУ В АНГЛОМОВНИХ СТЕНДАПАХ

Городнича В. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: Козяревич-Зозуля Л. В.

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Стендап (*stand up*) – різновид комедійного мистецтва, у якому комік виголошує текст свого виступу перед живою аудиторією. Мовний матеріал стендапу – авторські монологи, короткі жарти, кумедні історії та діалог із глядачами (Савіна, 2021). Зухвала, епатажна манера мовлення стендап-коміків є облігаторною жанровою складовою цієї форми сценічних виступів. Набір тем для стендап-гумористів не обмежений нічим, окрім бажань публіки, активно обговорюються “неполіткоректні” аспекти (секс, расизм тощо), ці “незручні” проблеми подаються коміками із незмінним цинізмом (Савіна, 2021).

У стендап-комедії безпосередня взаємодія артиста та аудиторії має вирішальне значення для успішності шоу. Глядачі мають певні очікування щодо коміка: для того, щоб він постійно їх смішив. Щоб бути успішним і популярним стендап-комік повинен справляти безперервний мовленнєвий вплив на аудиторію та вміти керувати увагою глядачів. Тому ідіолект коміка відіграє суттєву роль у жанрі комедійного стендапу. Розглянемо закономірності ідіолекту таких сучасних стендап-коміків, як Джордж Карлін та Елен Дедженерес. Ці гумористи не є новачками у професії, їх мовленнєві звички достатньо сформовані.

Роботи згаданих авторів належать до однієї жанрової категорії, а саме – стендап-комедії. У текстах присутня характерна для стендапу тематика: міркування про сучасні суспільні проблеми, не оминаючи провокаційні теми (релігія, політика, психологічні проблеми та вади людей тощо). Цей тематичний реєстр забезпечує відносну однорідність мовного матеріалу.

Проаналізуємо мовні фрагменти виступів американських стендап-коміків щодо насиченості сигналами акцентування. Так, у стендап-виступі Елен Дедженерес спостерігаємо такі закономірності ідіолекту: “*I have something to say that’s so dull, so tedious, it’ll make you wish you didn’t have ears*” (Degeneres, 2017). Тут варто відзначити актуалізацію автором прислівника-інтенсифікатора *so* в поєднанні із ще одним прийомом акцентування – синонімічним повтором: *dull* (нудний) – *tedious* (нецікавий, набридливий).

Визначимо особливості ідіолектних виявів у мовленні іншого американського стендап-коміка Джорджа Карліна: “*Why on earth would you want to iron a waffle* (Carlin, 2017)?” У наведеному прикладі особливим акцентом позначене питальне слово *Why* (навіщо), яке посилене експресивним елементом – сполукою *on earth* (заради Бога).

Розглянувши особливості мовлення стендап-коміків як професійної групи, можна відзначити, що індивідуальні мовленнєві характеристики коміків є різними. Найбільш насиченим сигналами акцентування є мовлення Елен Дедженерес. Це свідчить про те, що жінка-гуморист більшою мірою, порівняно з іншими коміками, внутрішньо передбачала нерозуміння чи відсутність належної уваги до своїх текстів з боку аудиторії. Можливо, причиною цього є те, що Е. Дедженерес розпочинала свою кар'єру з виступів у маленьких клубах без підтримки продюсерів, їй довелося поборотися, щоб завоювати гідне місце на сцені. Мовленнєва поведінка Елен Дедженерес свідчить про те, що вона звикла бачити у своїй аудиторії свого роду опонентів, чію увагу потрібно активно завойовувати.

Найменшу кількість сигналів акцентування використовує Джордж Карлін. Під час виступів він говорить у швидкому темпі і, здається, навіть не переймається тим, чи слухають його. Отже, на відміну від інших стендап-коміків, Джордж Карлін витрачає менше мовних зусиль, щоб отримати увагу аудиторії. Його мовленнєву поведінку, порівняно з іншими коміками, можна охарактеризувати як менш активну.

Прагматична особливість взаємодії адресанта (коміка) та реципієнта (аудиторії) під час здійснення сценічної діяльності в жанрі стендап полягає в необхідності артиста утримувати увагу безпосередньої аудиторії протягом тривалого часового проміжку. Відтак, мовлення стендап-коміків насичене мовленнєвими сигналами, що мобілізують увагу адресата, а саме сигналами акцентування. Мовлення згаданих стендап-коміків вирізняється тяжінням до активної актуалізації сигналів акцентування, представлених різними механізмами: прислівниками-інтенсифікаторами, повторами, гіперболами тощо. Стендап-коміки набагато частіше актуалізують сигнали акцентування для впливу на аудиторію, порівняно з представниками інших творчих професій (актори, письменники). Цей факт засвідчує, що мовленнєва поведінка стендап-коміків є набагато активнішою, ніж у представників інших професійних груп, пов'язаних зі створенням креативного контенту.

Отже, ідіолект стендап-коміків варіюється, відображаючи специфіку умов формування мовленнєвих навичок кожного конкретного адресанта. Так, зокрема, в артистів, чії мовленнєві навички та вподобання формувалися в умовах раннього визнання таланту, стабільного успіху в публіці, у зрілому віці виявляється менш активна мовленнєва поведінка. Інші ж стендап-коміки, змушені протягом власної кар'єри долати труднощі та змагатися за увагу та симпатії глядачів, відзначаються значно активнішою мовленнєвою поведінкою, що знаходить своє вираження в інтенсивній актуалізації сигналів акцентування.

## ЛІТЕРАТУРА

Савіна, Ю. (2021). Відтворення під час перекладу інконгруентності як засобу створення “чорного гумору” у жанрі стендап-комедії (на прикладі монологів Джорджа Карліна). *Проблеми гуманітарних наук:*

- збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка, 46, 111–118.*
- Carlin, G. (2017). *Brain Droopings*.  
<https://avalonlibrary.net/ebooks/George%20Carlin%20-%20Brain%20Droopings.pdf> (Дата звернення: 01.03.2023).
- Degeneres, E. (2017). *The Funny Thing Is...*  
[https://www.academia.edu/22359078/\\_autobiography\\_Ellen\\_Degeneres\\_The\\_Funny\\_Thing\\_is](https://www.academia.edu/22359078/_autobiography_Ellen_Degeneres_The_Funny_Thing_is) (Дата звернення: 01.03.2023).

## **АНГЛОМОВНІ ДИСКУРСИВНІ МАРКЕРИ**

**Городня Д. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Волкова Л. М.**

*Кандидат філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

У спілкуванні мова є невід’ємною частиною, яка не може бути відокремлена від життя людини, тому що вона використовується для взаємодії мовців один з одним. Розуміння дискурсу через призму міжособистісного спілкування набуває неабиякого значення, внаслідок якого зростає зацікавленість до слів, які формують його смислову структуру, а саме – до дискурсивних маркерів. Дискурс розуміється як інтегральний феномен, як мисленнєво-комунікативну діяльність, яка характеризується діалогічністю.

Діалогічний дискурс є матеріалом дослідження, який дає змогу пролити світло на деталі та семантичні особливості англомовних дискурсивних маркерів: *actually, in fact, anyway*. У цьому контексті важливого значення набуває переклад зазначених маркерів на українську мову, оскільки, залежно від прагматичного наповнення ситуації, англомовні дискурсивні маркери перекладаються на українську мову досить різноманітними шляхами.

Визначальною ознакою і, відповідно, основним принципом виділення зазначених дискурсивних маркерів є поліфункціональність (Fraser, 1990), (службові слова володіють здатністю виконувати різні інформативні функції в реченні). Вони мають неабиякий вплив на узгодженість та послідовність в центрі дискурсу та допомагають інтерпретувати висловлення належним чином; такі слова мають значення дискурсивних маркерів.

Основною функцією таких маркерів є забезпечення зв’язності тексту, а особливо рисою їх – віддзеркалення процесу взаємодії мовця і слухача, інтерпретації та сприйняття конкретної інформації.

Серед дискурсивних маркерів особливу складність для опису становлять частки, суть яких доцільно визначив американський лінгвіст Роберт Лонгакер, “розсіпані по тексту, немов спеції, надаючи йому смаку і аромату” (Chomsky, 1965).



Л. М. Волкова (2012) розглядає частки як значущі одиниці мови і як дискурсивні маркери в мовленні. Особливості часток полягають в тому, що основною функцією їх граматичного класу є співвіднесення двох частин інформації в тексті. Найважливішим тут є те, що одна частина інформації виражається реченням, до якого вона додається, тоді як інша частина інформації виражається імпліцитно.

Тож суперечливість дискурсивних маркерів полягає в тому, що на рівні речення службове слово може функціонувати на рівні змісту, а на рівні дискурсу – як дискурсивний маркер, котрий має прагматичне значення.

Під час перекладу дискурсивних слів можна зіткнутися з цілою низкою викликів. Наприклад, дискурсивний маркер “actually” може мати прагматичне значення – презентація неочікуваної для мовця інформації:

*Liz Gilbert* : Your name is Luca Spaghetti?

*Luca Spaghetti*: Yes, that’s what our family is called. We invented it. I’m serious. Listen to me. You want to know your problem? Americans! You work too hard. You get burned out. Then you come home and spend the whole weekend... in your pajamas in front of the TV.

*Liz Gilbert*: That’s not far off, **actually** (Gilbert, 2006).

Переклад на українську: “**До речі**, боюсь, що це не за горами”.

У даному випадку дискурсивний маркер “actually” використовується, щоб підкреслити контраст неочікуваної ситуації, яка може бути втілена в реальність.

Наступним прикладом може слугувати наведений нижче фрагмент з роману “The Queen’s Gambit”:

I’m told, Elizabeth, that you turned 13 just last month.

**Actually**, I’m fift—... Yes, that’s right, I’m 13.

Such a wonderful age (Tevis, 1983).

У вищенаведеному прикладі спостерігаємо, що дискурсивний маркер набуває значення протиставлення (або уточнення) інформації, яка вже існує. Переклад на українську: “**Взагалі-то**, мені 15...”

Як бачимо, дискурс – це мова, занурена в життя (Karas, 2008). Дискурсивні маркери можуть повністю зливатися з контекстом, тому важливість чіткого розуміння функцій та значень маркерів в англomовному дискурсі є основною складовою правильного перекладу.

Слід також зазначити, що дискурсивні маркери характеризуються певними особливостями та являють собою мовленнєві прагматичні одиниці в діалогічному дискурсі. Завдяки дискурсивним маркерам комунікантам вдається легше сприймати, розуміти та запам’ятовувати текст. Дискурсивні маркери ніби оживляють та структурують мовлення, надають йому більш логічного сенсу.

## ЛІТЕРАТУРА

Карась, А. Семіотична перспектива інтерпретації реальності як дійсності.

*Філософська думка*, 5, 16–29.

Chomsky, N. (1965). *Aspects of the Theory of Syntax*. MIT Press.

- Fraser, B. (1990). An approach to discourse markers. *Journal of Pragmatics*, 14, 383–395.
- Gilbert, E. (2006). *Eat, Pray, Love: One Woman's Search for Everything Across Italy, India and Indonesia*. Viking.
- Tevis, W. (1983). *The Queen's Gambit*. A Dell Book.
- Volkova, L. M. (2012). *Function Words in Language and Speech: Secrets of Felicitous Communication*. Osvita Ukrainy.

## СТРУКТУРА НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ЛЕКСИКИ В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

**Гребеник Д. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Валігура О. Р.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Китайська мова є однією з найбільш поширених мов у світі, що робить науково-технічну лексику в цій мові важливою для спілкування та обміну інформацією між Китаєм та іншими країнами світу. Починаючи із середини минулого століття виникла необхідність у глибшому лінгвістичному та теоретичному осмисленні термінології сучасної китайської мови. Питання термінології стали одним із найактуальніших напрямів сучасних лінгвістичних досліджень китайських учених. Це спричинено зростанням значущості термінології в мові та недостатньою вивченістю процесів формування, розвитку та функціонування термінів у сучасній китайській мові. Термінологічний пласт лексики став більш динамічним елементом китайської мови, що вимагав, у свою чергу, детальнішого й аналітичного вивчення термінів. Вивчення закономірностей утворення термінів у китайській мові, їхньої структури та семантики стало одним із найважливіших завдань сучасного Китаєзнавства (Чжан, Цзян & Чжен, 2019).

Китайська мова стає дедалі більш інформативно насиченою мовою, постійно з'являються нові терміни і термінологічні звороти. Сучасний розвиток науки і техніки, комп'ютеризація всіх галузей людської діяльності, активна інтеграція Китаю в систему світової економіки спричинили радикальну перебудову понятійного апарату багатьох наукових дисциплін і виникнення нових галузей знання. Науково-технічна лексика є важливим елементом в освітніх програмах Китаю, що допомагає студентам зрозуміти нові інформаційні технології та інші складні наукові поняття.

Науково-технічна лексика в китайській мові - це спеціальний набір слів і термінів, які використовуються для опису наукових, технічних та інженерних понять. Це включає в себе терміни, що описують принципи фізики, хімії, біології, комп'ютерних наук, інформаційних технологій, електроніки та інших сфер знань (Вей, 2018). У китайській мові науково-технічна лексика

постійно розвивається і змінюється відповідно до нових наукових та технологічних досягнень. Багато з термінів запозичені з інших мов, таких як англійська, французька та німецька, але існують також власні китайські терміни для опису певних наукових та технічних понять. Ця лексика є важливою для спілкування в галузях науки та інженерії в китайськомовному світі (Чжан, Цзян & Чжен, 2019).

Історичний розвиток науково-технічної лексики в китайській мові почався у XIX столітті, під впливом відкриттів західних науковців та технологічного розвитку. За останні два століття китайська мова активно запозичувала терміни з інших мов світу, зокрема з англійської, французької та німецької.

Спеціалізована термінологія забезпечує найменування об'єктів, явищ і процесів, що виникають у нових галузях знань і сферах діяльності людини. Умови науково-технічного розвитку суспільства, розвитку економіки та розширення міжнародних зв'язків Китаю, приводять до виникнення нових технічних термінів, а також до їх запозичення з інших мов світу, що обумовлює актуальність даного дослідження, а саме англійські запозичення: 电脑 (diànnǎo) – комп'ютер, 网络 (wǎngluò) – мережа, 手机 (shǒujī) – мобільний телефон, французькі запозичення: 餐厅 (cāntīng) – ресторан, 巧克力 (qiǎokèlì) – шоколад, 香槟 (xiāngbīn) – шампанське, німецькі запозичення: 马达 (mǎdá) – двигун, 汽车 (qìchē) – автомобіль, 啤酒 (píjiǔ) – пиво (Лю, 2020).

Метою роботи є дослідити структуру науково-технічної лексики в сучасній китайській мові. Науково-технічна лексика в сучасній китайській мові має складну структуру, що відрізняється від звичайної мовної лексики. Структура науково-технічної лексики в сучасній китайській мові включає основу, індекс та суфікс. Основа в науково-технічній лексиці зазвичай є китайським словом, що відповідає певному поняттю або терміну. Індекс в науково-технічній лексиці вказує на конкретний аспект поняття або термін. Суфікс в науково-технічній лексиці вказує на частину мови, до якої належить термін, або також на його морфологічну форму. Культурні та мовні особливості китайської науково-технічної лексики полягають у відмінній від західних мов структурі китайської мови, зокрема у знаковій системі письма та тоні. Ці особливості впливають на структуру та формування науково-технічної лексики в китайській мові. Науково-технічна лексика в китайській мові має велику кількість складних термінів, які складаються з декількох слів. Складність структури науково-технічної лексики в китайській мові пов'язана зі спробою передати складні наукові та технічні поняття за допомогою мовних засобів (Чжан, Цзян & Чжен, 2019).

Особливості структури науково-технічної лексики в китайській мові відображають традиції та особливості культури китайського народу. Розвиток науково-технічної лексики в китайській мові пов'язаний з розвитком науки та техніки в Китаї та в світі. Важливість вивчення науково-технічної лексики в китайській мові полягає в тому, що ця лексика є ключовим елементом

комунікації та обміну інформацією в галузі науки, техніки та інженерії. Вивчення даної лексики є необхідним для розвитку наукових та технологічних знань, а також сприяє збільшенню можливостей для міжнародного співробітництва. Для дослідження структури та функціонування науково-технічної лексики в китайській мові використовуються різні методи.

Отже, дослідження структури та функцій науково-технічної лексики в китайській мові допоможе перекладачам краще зрозуміти її структуру та відтворити науково-технічну інформацію з китайської та інших мов.

## ЛІТЕРАТУРА

- Чжан, Х., Цзян М., & Ю, Чж. (2019). Структура та функції науково-технічної лексики в китайській мові. *Журнал китайської академії наук*, 57(2), 65–71.
- Вей, Цз. (2018). Семантична структура науково-технічних термінів в китайській мові. *Китайська мова та культура*, 2, 69–76.
- Лю, Цз. (2020). Методи дослідження китайської науково-технічної лексики. У Лі Сян (Ред.), *Методи дослідження китайської мови* (с. 167–179). Видавництво Нанкінського університету.

## ІНШОМОВНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ У СУЧАСНІЙ АРАБСЬКІЙ МОВІ: ТИПОЛОГІЯ Й ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ

**Гребінник Т. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Рибалкін В. С.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Арабська мова (АМ) має багату історію запозичення слів; отримані в результаті нього лексичні одиниці відіграють значну роль у її формуванні. При запозиченні слова засвоюються, залишаючись такими, якими вони є в мові-джерелі, або адаптуються, зазнаючи певних фонологічних і морфологічних змін. Водночас подібне потрактування є надто загальним, оскільки не вказує, що саме переноситься до мови-реципієнта, адже це можуть бути лексеми, морфологічні, синтаксичні та семантичні моделі. При запозиченні слова до мови-реципієнта відбувається його адаптація – явище, коли запозичені слова зазнають певних фонологічних, морфологічних, синтаксичних або орфографічних змін. Наприклад, англійське *virus* при інтеграції в АМ було фонологічно змінено на арабське *faurus*, тобто англійське /v/ змінюється на /f/ в АМ, що пов'язано з відсутністю такої фонемі в арабській мові (Bucasa, 2015, p.1).

Запозичення функціонують в АМ протягом багатьох століть, ще з доісламської доби, коли донорами АМ виступали сусідні мови, такі як

арамейська та геез (ефіопська). Докази контактів між арабською та арамейською мовами охоплюють період з середини першого тисячоліття до нашої ери, коли арамейські діалекти поширилися зі своєї первісної батьківщини навколо Верхнього Євфрату до Сирії та Месопотамії, до кінця шостого століття нашої ери, зосередившись в південному Лівані та північно-західній Аравії. Інтерференція між арамейською та різними формами АМ, найімовірніше, відбувалася не одне тисячоліття до ісламського завоювання (Al-Jallad, 2020, p. 37-55). Протягом перших двох століть ісламу в Сирії та Месопотамії селяни продовжували розмовляти арамейською мовою. Деякі арабські діалекти, переважно в Північній Африці, насправді є нащадками ідіомів, якими розмовляли в прикордонних регіонах між Сирією та Аравією (Retsö, 2006, p 178-182). Приклади запозичень з арамейської мови: *tuffāḥ* – яблуко, *ʿinab* – виноград, *gūḥ* – дух. Південноаравійські запозичення потрапляли до АМ кількома каналами: з Ємену, наприклад арабське *baʿīr* – верблюдо, чи з Ефіопії: *ǧilbāb* – джильбаб, *ǧebena* – кавник, *qahwa* – кава (Zammit, 2009, p. 295–297).

За часів коли ісламський світ був центром інтелектуальної та наукової діяльності (золота доба ісламу), активно перекладалися роботи античних вчених. Таким чином в АМ увійшли слова з грецької (*ʿisfīḡ* – губка, *biṭrīq* – пінгвін, *qāmūs* – словник) та латини (*ʿabṭīl* – квітень, *qintār* – кантар, *balāṭ* – суд). У цей період АМ також запозичила з перської терміни, що стосуються ремесел, образотворчого мистецтва та управління: *šītranǧ* – шахи, *ḥurasān* – цемент, *ʿanjār* – якір; і санскриту, варто зазначити, що ці слова позначають товари, які експортувалися з Індії, і їхні назви в європейських мовах походять від арабських термінів. До АМ ці слова потрапили через перську: цукор – *sukkar*, лимон – *laymūn*, мускус – *misk* (Bucasa, 2015, p. 44–47).

За Османської імперії АМ запозичила багато слів з турецької. Більшість турецьких запозичень в АМ припадає на такі сфери: адміністрація та уряд, армія, ремесла, господарство, одяг, їжа та посуд. Наприклад: *damǧa* – штамп, *bašma* – відбиток, *yūsufī* – мандарини (Procházka, 2009, p. 589–594).

Внаслідок колоніального панування в арабських країнах в якості другої мови використовувалися англійська (Ірак, Єгипет, Судан, Ємен), французька (Сирія, Ліван, країни Магрибу), італійська (Лівія). Це не могло не позначитись на поповненні лексичного складу АМ. Унаслідок того, що з плином часу зʼявлялися все нові й нові явища та предмети, виникла потреба в їхній номінації. До лексичного складу АМ увійшли такі запозичення з англійської мови як: *barlamān* – парламент, *film* – фільм, *ǧrām* – грам; з французької: *mitrū* – метро, *ǧākitta* – піджак, *mūda* – мода; з італійської: *līra* – ліра, *būrša* – біржа, *bank* – банк (Стацюк, 2014, с. 141–152).

Отже, до АМ входить велика кількість лексики з інших мов – арамейської, перської, турецької, англійської, французької, італійської та ін. Запозичення функціонують в АМ в різних галузях: наука, культура, політика, побут, технології. Процес поповнення лексики АМ від іншомовних донорів відіграє значну роль у її збагаченні. Він є безперервним, тому кількість нових слів постійно зростає, а їх використання носіями АМ підтверджує, що запозичені слова відіграють важливу роль у мовленні.

## ЛІТЕРАТУРА

- Bucasa, N. M. (2015). *The adaptation of loanwords in classical arabic: the governing factors*.
- Al-Jallad, Ahmad. (2020). *Pre-Islamic Arabic*. In Christopher Lucas & Stefano Manfredi (eds.), *Arabic and contact-induced change* (p. 37–55). Language Science Press.
- Procházka, Stephan. (2009). “*Turkish Loanwords*”. *Encyclopedia of Arabic Language and Linguistics*. Vol. 4, Leiden: Brill (p. 589–594).
- Retsö, Jan (2006). *Aramaic/Syriac Loanwords*. *Encyclopedia of Arabic Language and Linguistics*. ed. K. Versteegh n& amp; al., Leiden (2006). Vol. 1 (p. 178–182).
- Zammit, M. R. (2009). *South Arabian loanwords*. In K. Versteegh (Eds.), *Encyclopedia of Arabic Language and Linguistics* (p. 295–297). Brill.
- Стацюк, Р. В. (2014). Проблеми перекладу військово-технічної термінології сучасної арабської літературної мови. *Сходознавство*, (68), с. 141–152.

## ПЕРЕКЛАД КУЛЬТУРНИХ РЕАЛІЙ, ЯК СПОСІБ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

**Григурко О. П.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Галич О. Б.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Протягом тисячоліть формуються традиції та звичаї, які передаються з покоління в покоління. Кожна держава відрізняється своєю унікальністю, своєю специфікою розвитку. Тому не дивно, що для кожного народу притаманні спеціальні слова, дослівний переклад яких не можливо знайти у іншій культурі. Такі слова називають – реалії. Реалії передають колорит та самобутність кожного народу. Їхня семантична структура містить інформацію про культурний світогляд та специфічні особливості певного народу чи країни. У вітчизняному та зарубіжному перекладознавстві реалії становлять значну частину мовознавчих досліджень етнічної самобутності. Науковець С. Ковганюк дає таке визначення реаліям – “це назви предметів і явищ матеріальної і духовної культури певного народу, які в перекладі залишаються незмінними”. (Ковганюк, 1989, с. 244) В. В. Коптілов дає таке визначення реаліям – “слова, що позначають предмети та явища, невідомі мові перекладу”. (Коптілов, 2003, с. 27)

Поняття “культурно маркована лексика” належить до безеквівалентної лексики. Безеквівалентна лексика присутня в усіх мовах. На думку М. Кочергана, лише 6–7% від загальної кількості активно вживаних слів складає саме ця “неперекладна” лексика. (Кочерган, 1999, с. 42–45) Науковиця А. В. Волошина у своїй праці зазначає, що безеквівалентна лексика зумовлена

життєдіяльністю певного лінгвокультурного колективу та відбиває розбіжності між лінгвістично-понятійними кодами. Поява безеквівалентної лексики пояснюється також екстралінгвальними факторами. Науковиця вважає, що “кожен етнос у процесі своєї життєдіяльності “олюднює” навколишнє середовище та вносить у нього специфічні риси. З плином часу виникають етнічно значущі предмети реалії. У лексиці вони фіксуються словами-реаліями. (Волошина, 2000, с. 56–64) Отож, зі сказаного вище ми знаємо, що реалії властиві кожній окремій нації та етноспільноті, це слова або вирази, що позначають предмети, поняття, ситуації, яких не існує в практичному досвіді людей, що говорять на іншій мові.

Відома українська дослідниця Р. П. Зорівчак класифікувала реалії за історико-семантичним і структурним принципом:

– власне реалії при існуючих референтах: укр. “*коломийка*”, “*яворівка*”, “*перевбудова*”, англ. “*baby-sitter*”, “*Halloween*”, “*gifted child*”.

– історичні реалії: укр. “*медведиця*” (група жінок, які переодягались та ходили по селі під час косовиці), “*тарниця*” (дерев’яне сідло), англ. “*the Blackand Tans*” (англійські каральні закони в Ірландії), англ. “*priest’s hole*” (пристанище священника підчас переслідування католиків).

До структурної класифікації реалій Р. Зорівчак відносить:

– реалії-одночлени: укр. “*вечорниці*”, “*кобзарювати*”, англ. “*sheriff*”, “*threepence*”.

– реалії-полічлени номінативного характеру: укр. “*курна хата*”, “*братська могила*”, “*троїстна музика*”, “*разовий хліб*”, англ. “*banana split*”, “*Sussex pudding*”, “*ticket day*”, “*toffee apple*”, “*soap opera*”.

– реалії-фразеологізми: укр. “*дбати про скриню*”, “*стати під вінок*”, “*на панщині бути*”, англ. “*to enter at the Stationers’ hall*”, “*to reach the woolsack*”.

Також науковиця виділяє приховані реалії – це слова, які мають еквівалент в мові-реципієнта, але значення із перекладеною різне. Також приховані реалії мають різне стилістичне забарвлення та культуролігичну розбіжність. Наприклад, укр. “*рушник*” буде мати значення не лише ужиткової речі у будинку, але й атрибут звичаю та обряду. (Р. П. Зорівчак, 1989а, с. 32–48) Але, на сьогоднішній день існує багато класифікацій реалій, котрі ґрунтуються на тих чи інших принципах.

В процесі перекладу перекладач має справу з двома мовами (текстом оригіналу і текстом перекладу). Досліджуючи переклад як один з основних способів здійснення міжкультурної комунікації, необхідно звернути увагу на взаємозв’язок двох основних аспектів міжкультурної комунікації, які впливають на процес перекладу, а саме – мови і культури. У контексті міжкультурної комунікації визначають такі функції культури: 1) інформативна, яка забезпечує історичну спадкоємність і передачу соціального досвіду людства; 2) комунікативна, яка забезпечує здатність передавати і зберігати культурні цінності. (Ільчишин, 2007, с. 20–24) Слід зазначити, що мова і культура виступають основними носіями комунікативної функції.

Труднощі з якими зустрічається перекладач при перекладі реалій полягають у відсутності еквіваленту у мові-реципієнта, через відсутність референту



для позначення об'єкту-реалії. При перекладі потрібно передати не лише семантичне значення реалії, але й конотативне значення, тобто національний та історичний колорит. Р.Зорівчак на основі зіставленого перекладу прози виділила наступні методи перекладу реалій: транскрипцію (транслітерацію), гіперонімічне перейменування, дескриптивну перифразу, комбіновану реномацію, калькування, міжмовну транспозицію на конотативному рівні, метод уподібнення, віднайдення ситуативного відповідника, контекстуальне розтлумачення реалій. (Р. П. Зорівчак, 1989б, с. 93)

Один із найбільш підходящих методів передачі реалій при якому зберігається зміст та колорит самої реалії – шляхом створення нового слова. Такими новими словами можуть бути кальки та напівкальки. Калька – це спосіб запозичення при якому створюється новий фразеологізм або словосполучення шляхом буквального перекладу іншомовного елементу. При цьому реалія зберігає семантичне значення, але інколи з втратою колориту. Наприклад, англ. *“skyscraper”*, укр. *“хмарочос”*, замість *“висока будівля”*, щоб зберегти західний колорит. Перекладаючи слова-реалії потрібно звернути увагу на низку факторів, які зможуть допомогти обрати правильний метод перекладу. Адже переклад буде залежати від характеру тексту, значимості реалії в контексті, характеру реалії та її місця в лексичній системі мови (складоутворення, літературних та мовних традицій) та від читача перекладу. Також метод перекладу залежить від жанрових особливостей літератури. В художній літературі вибір залежить від характеру тексту. Наприклад, при перекладі прози реалію можна транскрибувати, а пояснення слова дати у виносках. Але такий вибір не можливий при перекладі драматичного твору. (Карабан, 2003, с.217) Із вище сказаного ми можемо зробити висновок, що переклад культурно маркованої лексики, до складу якої входять реалії, вимагає визначення способів їхнього перекладу, які допомагають зберегти та передати національно-культурну інформацію певної нації.

Проблема дослідження прийомів перекладу культурно маркованої лексики і досі залишається невирішеною. Це пов'язано з різними поглядами та підходами перекладознавців до класифікації культурно маркованої лексики, тлумачення поняття “реалія”, визначення способів перекладу реалій.

## ЛІТЕРАТУРА

- Волошина, А. В. (2000). Безеквівалентна лексика близькоспоріднених мов: проблема семантичної структури. *Наукові записки*, (Випуск XXVI), 56–64.
- Зорівчак, Р. П. (2010). Зачарована магією художнього слова України. *Дзвін*, 3 (785), 120–123
- Зорівчак, Р. П. (1989). *Реалія і переклад (на матеріалі англomовних перекладів української прози)*. Видавництво Львівського університету.
- Ільчишин, Н. М. (2007). Культурологічний підхід до вивчення іноземної мови. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”*, 20–24.

- Карабан, В. І. (2003). *Теорія і практика перекладу з української мови на англійську*. Нова Книга.
- Ковганюк, С. П. (1989). *Практика перекладу* (2-ге вид.). Дніпро.
- Коптілов, В. В. (2003). *Теорія і практика перекладу*. Юніверс.
- Кочерган, М. П. (1999). До питання про безеквівалентну лексику і лакуни та способи їх компенсації. *Збірник статей за доповідями Міжнародної наукової конференції з проблем зіставної семантики 23–25 вересня 1999 р.*, 42–45.

## **ФРАЗЕОФОРМУЛИ ЯК ІНДИКАТОРИ ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ**

**Гриневич Б. М.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Капранов Я. В.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

У сучасній лінгвістиці увага дослідників актуалізується на понятті фразеоформула художнього дискурсу, яка дає змогу розкрити внутрішній світ автора того чи іншого художнього тексту. Це пояснюється тим, що на сьогодні *фразеоформулу* можна визначити як стійкий мовний зворот, сконструйований певним носієм мови тієї чи іншої лінгвокультури, що має стилістичне забарвлення його творця. Тому серед основних функцій фразеоформул можна виокремити такі: стилістичні й естетичні, що робить їх менш актуальними для інших типів дискурсу. Завдяки фразеоформулам можна детально розглядати індивідуальні стилі різних авторів, знаходити їх спільні та відмінні ознаки. Це дає змогу збагатити не лише художній текст, а й художній дискурс.

Утім, постає таке питання: чи є фразеоформули абсолютними індикаторами художнього дискурсу? Розгляд фразеоформул природньо вписується до художнього дискурсу, але їх наявність можна спостерігати і в інших типах дискурсів, наприклад, науковий, політичний, тощо. Це засвідчує про те, що фразеоформули, насамперед, характеризуються ознаками індивідуальності. Наявність їх у науковому дискурсі дає можливість відокремитися та зробити певний наголос на важливих елементах тексту.

Проте художній текст без фразеоформул уявити дуже важко, навіть якщо читач їх може й не помітити. Тому фіксація фразеоформул у художньому дискурсі збагачує його. Можна сказати, що фразеоформули та художній дискурс мають, симбіотичний зв'язок.

Як висновок, можна констатувати, що на сьогодні фразеоформули залишаються частиною художнього тексту, а відтак і дають змогу заглибитися в художній простір, реконструювати свідомість і внутрішній світ автора.

## ЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ІМПЕРАТИВНОЇ СЕМАНТИКИ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

**Гринь Д. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Валігура О. Р.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Поняття імперативу існує не лише у лінгвістиці, воно зустрічається у філософії, психології, економіці, юриспруденції, соціології та інших сферах. У лінгвістиці імператив виражає бажання мовця, яке залежно від певної ситуації набуває модальних відтінків наказу, вимоги, прохання, поради, побажання тощо, і є мовленнєвим актом, за допомогою якого мовець повідомляє адресату про свою волю та спонукає його до виконання або не виконання певних дій. Імператив зустрічається практично у всіх мовах, адже комунікація між людьми не існує без спонукальних фраз (Вінтонів & Бортун, 2020).

Таким чином, імператив – адресоване волевиявлення, суб'єктом якого є конкретна або узагальнена особа. В імперативному висловленні вона завичай залишається невираженою (Любимова, 2016).

Імператив є граматиалізованим засобом вираження спонукання. Категорія імперативності тісно взаємодіє з категорією модальності. Субполе імперативності є однією зі складових складної структури функціонально-семантичного поля модальності, що має ядро та периферію.

Для вираження імперативної семантики в сучасній китайській мові можна використовувати такі мовні засоби, як модальні частки, спонукальні дієслова, заперечні прислівники, модальні модифікатори для вираження наказу. Крім того, інтонація є фонетичним засобом реалізації імперативності. Ядром субполя є:

1) спонукальні (каузативні) дієслова.

Виражають дії, які стимулюють виконання інших дій, а також дозволяють, допускають або перешкоджають їх виконанню. З-поміж усіх слів цієї групи можна виділити такі дієслова, як 请 qǐng – “запрошувати”, “просити”; 要 yào / 要求 yāoqiú – “вимагати”, “хотіти”; 求 qiú – “просити”, “благати”; 劝 quàn – “радити”, “просити”; 原 yuán – “просити”, “хотіти”; 允许 yǔnxǔ / 容许 róngxǔ / 准许 zhǔnxǔ – “дозволяти”; 禁止 jìnzhǐ – “забороняти”; 宁 níng / 宁愿 níngyuàn / 宁可 níngkě / 宁肯 níngkěn – “хотіти”. Широковживаними є 让 ràng / 叫 jiào / 令 lìng – “змушувати”; 使 shǐ – “викликати”, “зробити так, що...” (реалізують семантику дозволу, пропозиції, прохання з елементами наказу) (Любимова, 2017).

2) раперечні прислівники 别 bié, 不 bù тощо, зокрема й у сполучі з модальними модифікаторами необхідності (виражають семантику заборони). Заперечний прислівник 不 bù – “не” також зустрічається у словосполученнях 不要 búyào – “не треба”, “не можна”, 不必 búbì – “не треба”, 不需 bùxū – “не треба”.

3) синтаксична конструкція з прийменником 把 bǎ / 将 jiāng (виражає наказ, прохання тощо, концентрує увагу на об'єкті) (Любимова, 2016).

4) модальна частка 吧 (罢) ba (виражає пораду, прохання, заборону, іноді наказ чи дозвіл) (Любимова, 2016).

Периферією субполя імперативності є:

1) модальні частки на позначення семантичних варіантів імперативності

Серед усіх модальних часток до периферії субполя імперативності можна віднести: 啊 a (виражає наказ, попередження); 了 le (виражає наказ для початку нової дії); 吧 ou (виражає нагадування з елементами наказу); 呢 ne / 呐 na (виражає пом'якшений наказ з елементами поради); 煞 sha (виражає наказ з елементами підганяння), 看 kan (виражає пораду), 罢了 bale (就是了 jiùshìle) (виражає наказ з елементами нетерпіння).

2) ідіоматичні вирази 最好 zuì hǎo / 顶好 dǐng hǎo – “краще б” та прислівники 不妨 bù fǎng / 无妨 wú fǎng – “не завадило б” (виражає пораду).

3) форма риторичного запитання з 难道 nándào, 何必 / 何苦 hébì/ hékǔ, 何不 hébù, 做什么 zuò shénme, 干嘛 gàn ma – “немає жодної необхідності”, “для чого?” (виражає пораду або наказ в пом'якшеній формі).

4) модальні модифікатори необхідності такі, як 得 děi, 应该 yīnggāi, 应当 yīngdāng, 必须 bìxū, 必要 bìyào тощо (виражають наказ чи пораду).

5) редуплікація дієслова (виражає семантику пом'якшувального спонування до короткочасної дії у формі ввічливого запрошення, пропозиції або поради).

6) граматична комбінація “дієслово + аспектуальне слово 着 zhe” (виражає спонування до постійної, неодноразової дії).

Спонукальна інтонація також виражає імперативну семантику. Прикладом є поступове збільшення звуку (крещендо) в кінці фрази, що виражає модальність наказу з елементами підганяння, а також поступове зменшення звуку (дімінуендо) в кінці фрази, яку реалізовує модальність прохання та поради.

Отже, спонукати до дії через наказ, прохання, побажання, заклик або ж пораду можна за допомогою багатьох лінгвістичних засобів. Імператив допомагає виражати волевиявлення, а також регулювати поведінку адресата.

## ЛІТЕРАТУРА

Вінтонів, Т. М., & Бортун, К. О. (2020). *Структурно-семантичні типи та функції імперативних висловлень у публіцистичному й офіційно-діловому стилях*. Авторитет.

Любимова, Ю. С. (2016). *Функціонально-семантичне поле модальності в сучасній китайській мові*: [Дис. канд. філол. наук, Київський національний університет ім. Т. Шевченка]. Репозитарій Київського національного університету ім. Т. Шевченка.

[http://scc.knu.ua/upload/iblock/fdc/dis\\_Lyubymova%20Iu.S..pdf](http://scc.knu.ua/upload/iblock/fdc/dis_Lyubymova%20Iu.S..pdf)

Любимова, Ю. С. (2017). Спонукальні дієслова як домінанта реалізації семантики імперативності в сучасній китайській мові. *Південний архів (філологічні науки)*, 71, 100–103.

## СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ІЗ КОМПОНЕНТОМ РОЗУМ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОЇ ТУРЕЦЬКОЇ МОВИ)

**Гриценко А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Тімкова Т. М.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Фразеологізми є надзвичайно важливими стилістичними засобами спілкування, відіграють важливу роль у розумінні культури та менталітету певного народу або соціуму. Саме фразеологічні одиниці вважаються найвиразнішою, тобто найбільш експресивно-забарвленими засобами впливу на читача або слухача. Визначення фразеологічної одиниці та вивчення їх специфіки, диференційних ознак і досі залишаються предметом теоретичного дослідження багатьох науковців.

Праці з такого розділу мовознавства, як фразеологія здійснило вже багато зарубіжних та вітчизняних науковців: Н. Амосова, О. Потебня, Ш. Баллі, І. Срезневський, Д. Ужченко, В. Ужченко, І. Покровська, Г. Халимонекно тощо. Серед турецьких мовознавців вагомих внесок у фразеологічну науку зробили А. Аксой, М. Хенгірмен, Ф. Алкаїш, Х. Зюльфікар, Л. Шубаси Узун.

Фразеологічні одиниці із компонентом “розум” є недостатньо розглянутими в аспекті сучасної лінгвістики. Розум постає як сила, цінність, дана Богом, важливий засіб спілкування, підтримки соціального порядку та досягнення успіху в будь-якій справі. Слово “розум” зазвичай використовують для позначення здатності до міркування, аналізу, розуміння, ухвалення рішень і розв’язання проблем. Воно також може бути пов’язане зі знаннями, інтелектом, мудрістю і кмітливістю.

Семантика слова “розум” може відрізнятися залежно від контексту, в якому воно використовується. Наприклад, у контексті освіти та розумової діяльності, “розум” може бути пов’язаний зі знаннями, інтелектуальними здібностями та розумінням. У контексті міжособистісних стосунків, “розум” може бути пов’язаний з емоційним інтелектом і здатністю до емпатії.

На сьогоднішній день в турецькій мові налічується велика кількість фразеологізмів з даним компонентом, які передають як позитивні, так і негативні аспекти. Наприклад, з позитивної сторони розум висвітлюють в таких ФО турецької мови: *akıl var, izan (veya mantık veya yakin) var* (букв. є розум, є й логіка), *akıl yürütmek* (букв. вести розум) – здатність широко мислити; *aklı ermek* (букв. досягати розуму) – вміти розуміти, осмислювати, дорослішати в інтелектуальному плані (мати голову на плечах); *aklını devşirmek* (букв. збирати розум) – діяти мудро, дивлячись на свої помилки у справах, що завдають шкоди (робити крок назад, щоб зробити два вперед); *aklını kullanmak* (букв. використовувати розум) – діяти після ретельного осмислення чогось (робити з розумом).

Для позначення негативних конотацій використовують наступні фразеологічні одиниці: “*akıl terelelli (olmak), akli bir (veya beş) karış yukarıda (veya havada) olmak* – кажуть про легковажну, несерйозну, безвідповідальну людину; *aklı dağılmak* – неможливість зібратися з думками та зосередитися на предметі (голова не в своїй тарілці); *aklına şaşayım (veya şaşarım)* – вживається у значенні “це нерозумно”, коли йдеться про нерозумну поведінку чи думку; *aklına turp sıkayım* – вживається в тому сенсі, що ваша думка або поведінка не є мудрою, ви помиляєтесь, *aklının terazisi bozulmak* – втратити здоровий глузд, *aklını peynir ekmekle yemek* – робити нерозумні, заплутані, божевільні речі”.

Крім цього, ряд фразеологічних одиниць позначає фізичну дію, таку як, прийти до тями або втратити свідомість, адекватне мислення: “*aklı başına gelmek, aklına mukayyet olmak* – прийти до тями; *aklı başından gitmek, aklının ayarını bozmak, aklını oynatmak, akli zıvanadan çıkmak* – втратити здоровий глузд, збожеволіти, з’їхати з глузду”.

Отже, фразеологічні одиниці з компонентом “розум”, що мають різну семантику, є цікавим предметом для подальшого дослідження та аналізу. Створення певної класифікації даних фразеологізмів є доволі перспективною працею. Дослідження даних фразеологічних одиниць допоможуть краще зрозуміти, як ми використовуємо термін “розум” в мові та як він відображається в нашому мисленні та культурі.

## ЛІТЕРАТУРА

- Словник української мови (1970–1980). Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. Наукова думка, АН УРСР.  
Aksoy, A. (2007). Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü. İstanbul: İnkılap Kitabevi.  
Türk Dil Kurumu Sözlükleri.  
<https://sozluk.gov.tr/>

## ПЕРЕКЛАД АНГЛОМОВНИХ КРИПТОВАЛЮТНИХ ТЕРМІНОСПОЛУЧЕНЬ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Гула О. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Никитченко К. П.

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Останнє десятиліття відзначається бурхливим розвитком технологій в абсолютно різних сферах, і галузь економіки, а саме – криптовалютна мережа демонструє, що ще колись нікому невідома віртуальна грошова одиниця заповнить світ і створить величезний попит серед людей усіх соціальних категорій. Внаслідок цього, економічна сфера світу і кола мовознавців постали перед новим викликом, оскільки нова ніша породила

неймовірну кількість нової термінології, яку потрібно було дослідити та розтлумачити. Крім того, варто відзначити, що українські лінгвісти та відповідно переклад саме криптовалютної термінології українською мовою майже як такий не фігурував у жодних дослідженнях, що визначає доцільність розкриття цього феномену.

Як відомо, терміни складають більшу частину нових лексичних одиниць у будь-якій мові, оскільки завжди існує проблема з позначенням того чи іншого поняття, явища чи феномена. Саме тому для перекладу будь-яких галузевих термінів перекладач повинен чітко знати прийоми, які необхідно застосовувати для передачі змісту оригіналу мовою перекладу.

Залежно від ступеня спеціалізації криптовалютні терміни можна поділити на три основні групи, а саме 1) загальнонаукові фінансово-економічні, 2) вузькоспеціалізовані фінансово-економічні та 3) власне криптовалютні неологізми.

Загальнонаукові фінансово-економічні (криптовалютні) терміни як мовні знаки, що називають точно сформульовані фахові поняття (Бондаренко, Калашник, 2018), є суттєвою складовою економічних текстів (наприклад, *wallet* “гаманець”). Вузькоспеціальні терміни – це такі терміни, що виражають специфічні для кожної наукової галузі поняття, категорії і реалії (*elliptic curve digital signature algorithm* “алгоритм ECDSA”). Значення вузькоспеціальних термінів у кожній галузі знання зазвичай буває досить певним; але при цьому слід розуміти, що при переході терміна з однієї області до іншої його семантика може змінюватися, аж до повної невідповідності з первісним значенням.

Власне криптовалютні неологізми з огляду на їх неоднозначність або відсутність термінів-відповідників у перекладі вони становлять одну з головних труднощів для перекладачів. До прикладу, *Bitcoin* транслітерується як “біткоїн”, в той час як двокомпонентний термін *cloud mining* “хмарний майнінг” зазнає калькування.

На сьогоднішній день існують різноманітні підходи до класифікації перекладацьких прийомів, а саме застосування трансформацій. Серед найбільш відомих є типології В. І. Карабана (2018), Т. А. Крисанова (2010) тощо. Аналіз перекладацьких трансформацій, описаних у низці зарубіжних і вітчизняних науковців, а також попереднє дослідження особливостей перекладу англійських криптовалютних термінів дали нам можливість узагальнити цю класифікацію. Отже, для перекладу криптовалютних терміносполучень найефективнішими трансформаціями є: лексичні, граматичні та комплексні лексико-граматичні.

До найпоширеніших прийомів перекладу криптовалютної термінології можна віднести: 1) транскодування та транслітерування (*bitcoin investment trust* “біткоїн-інвестиційний трест”), 2) калькування (*cryptocurrency exchange* “криптовалютна біржа”, *ring signature* “кільцевий підпис”), 3) описовий переклад (*Dark Gravity Wave* “алгоритм Dark Gravity Wave”), 4) підбір еквівалента з близьким значенням (*Depth of Market* “біржовий стакан”), 5) комбінування трансформацій.



Основні труднощі перекладу криптовалютних терміносполучень полягають в тому, що в словниках можна не завжди знайти перекладний еквівалент потрібного терміна, через те, що прогрес призводить до появи нових понять і, внаслідок цього, появи нових термінів у багатьох існуючих галузях. Тим не менш, для правильного перекладу термінів-неологізмів можна скористатися вже існуючими перекладацькими трансформаціями. Але деякі терміни-неологізми мають відповідники в українській мові (Савицька, 2019), тому на них слід звернути увагу.

Підсумовуючи сучасні наукові досягнення у теорії розвитку економічної термінології, а саме термінів криптовалюти, слід наголосити про наявність незначних теоретичних напрацювань, але їхня кількість недостатня. І причиною цього слугує той факт, що ця сфера відносно нещодавно з'явилася у світі. Криптовалюта стає все більш важливою частиною суспільства у всьому світі. Відтак, перекладач має бути обізнаним у конкретній галузі, до якої належить текст перекладу, а не лише добре володіти англійською мовою, бо значення термінів тісно пов'язане із контекстом, його специфікою та змістом, і може змінюватися залежно від галузі використання (Білозерська, Возненко, Радецька, 2010). Тільки при ефективному поєднанні цих двох умов можна зробити адекватний переклад будь-якої науково-технічної галузі.

Таким чином, можна зробити висновок, що розуміння способів перекладу фінансово-економічних термінології здатне значним чином впливати на якість перекладу, адже безумовно дуже відповідальним завданням для будь-якого практикуючого перекладача є правильна передача термінів. Окрім того, проведення досліджень, присвячених вивченню способів перекладу фінансово-криптовалютних термінів сприятиме нормалізації й становленню української економічно-криптовалютної термінології у цілому.

## ЛІТЕРАТУРА

- Білозерська, Л. П., Возненко, Н. В., Радецька, С. В. (2010). *Термінологія та переклад: навчальний посібник*. Нова Книга.
- Бондаренко, О. М., & Калашник, А. А. (2018). Функціонування економічних термінів в англійській мові та особливості їх перекладу українською мовою. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Германістика та міжкультурна комунікація"*, 1, 107–110.
- Карабан, В. І. (2018). *Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми*. Нова Книга.
- Крисанова, Т. А. (2010). Особливості перекладу англійських економічних термінів в умовах безеквівалентності. *Наукові записки Національного університету Острозька академія. Сер.: Філологічна*, 14, 371–374.
- Савицька, Л. В. (2019). Особливості перекладу англійських економічних термінів українською мовою. *Лінгвістичні дослідження*, 35, 252–257.

**ВЖИВАННЯ СИНТЕТИЧНИХ І АНАЛІТИЧНИХ ФОРМ  
СТУПЕНІВ ПОРІВНЯННЯ  
ДЕЯКИХ ДВОСКЛАДОВИХ ПРИКМЕТНИКІВ  
У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

**Гуменюк В. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Коломієць В. О.**

*Кандидат психологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Одним із актуальних напрямів української англістики є аналіз еволюційних процесів, які відбуваються у сучасній англійській мові. Дослідження змін у системі мови, особливо тих, які довгий час перебували на периферії наукового студіювання, дозволяє переосмислити раніше висунуті гіпотези, оновити методичні засади викладання англійської мови.

Об'єктивним сигналом про можливість або наявність у синхронії динамічного руху норми на певному мовному рівні є поява або існування варіантних мовних засобів. Варіантність означає співіснування в мові принаймні двох модифікацій мовної одиниці, які характеризуються спільною комунікативною інтенцією. Оскільки мові не властиво зберігати два ідентичні за семантикою і функціями елементи, один із них, як менш частотний, поступово виходить з ужитку, а потім і повністю зникає. Залишається той, який є зручнішим, доречнішим і придатнішим за конкретних умов спілкування.

Варіантність певною мірою притаманна всім рівням мовної системи, але якщо фонетична, графічна, лексична варіантність англійської мови привертає увагу мовознавців уже протягом досить довгого часу, так звані граматичні варіанти лише починають ставати об'єктом наукових досліджень українських англістів і американістів.

Це зумовлює актуальність нашої розвідки, яка покликана виявити тенденції вживання синтетичної і аналітичної форм ступенів порівняння деяких двоскладових прикметників у сучасній англійській мові.

Синтетична форма ступенів порівняння прикметників утворюється за допомогою суфіксів *-er* і *-est*, а аналітична – за допомогою слів *more* і *most*. Вживання тієї чи тієї форми залежить, як правило, від довжини прикметника. Проте в англійській мові існує група прикметників, які можуть утворювати ступені порівняння обома способами. До них традиційно відносять прикметники, які закінчуються на *-y*, *-er*, *-le*, *-ow* та деякі інші. Але жоден із численних довідників і посібників з граматики англійської мови не містить інформації про нормативність цих граматичних варіантів або хоча б рекомендації про те, який саме форми ступенів порівняння вищезгаданих прикметників слід віддавати перевагу, що можна трактувати як визнання рівноцінності й нормативності обох граматичних варіантів.

Оскільки при наявності варіантності індикатором правильності або допустимості тієї чи іншої граматичної форми можна уважати активність

її вживання в автентичних текстах, яка свідчить про її функціональний потенціал у системі мови, було вирішено дослідити частотність обох форм ступенів порівняння двоскладових прикметників у корпусах американського і британського варіантів англійської мови COCA (Corpus of Contemporary American English) і BNC (British National Corpus) [<https://www.english-corpora.org/>] та в авторитетних газетах: американській The New York Times [<https://www.nytimes.com/>] і британській The Times [<https://www.thetimes.co.uk/>].

На основі популярних в Україні автентичних посібників із практичної граматики англійської мови “Grammarway 4”, “New Round-Up 6”, “English Grammar in Use”, “Oxford Practice Grammar. Intermediate”, “Longman English Grammar Practice for Intermediate Students” і “MyGrammarLab. Intermediate” було укладено список двоскладових прикметників, ступені порівняння яких можуть утворюватися обома способами, і синтетичним і аналітичним. До нього увішли 15 прикметників: *simple, clever, narrow, gentle, friendly, shallow, quiet, happy, funny, common, cruel, pleasant, polite, tired, stupid*. Ці прикметники і стали матеріалом дослідження.

Аналіз частотності вживання синтетичної і аналітичної форм кожного прикметника у корпусах і в газетних текстах дозволив зробити висновок, що при утворенні ступенів порівняння двоскладові прикметники тяжіють до синтетизму. Понад дві третини (73%) прикметників із укладеного списку утворюють ступені порівняння переважно синтетичним способом. І в американському, і в британському варіантах англійської мови до цих прикметників належать *simple, clever, narrow, gentle, friendly, shallow, quiet, happy, funny*. Але в американському варіанті до цієї групи додаються також прикметники *stupid* і *cruel*.

Менше третини досліджуваних прикметників у обох варіантах англійської мови утворюють ступені порівняння переважно аналітичним способом. Це прикметники *common, pleasant, polite, tired*. У британському варіанті ця група також включає *cruel*. Прикметник *common*, на відміну від інших прикметників у цій групі, утворює вищий ступінь порівняння майже виключно аналітичним способом.

У британському варіанті англійської мови відсутня істотна різниця у частотності вживання синтетичної і аналітичної форм ступенів порівняння прикметника *stupid*.

Здійснена пілотна розвідка дає лише попереднє уявлення про еволюцію ступенів порівняння прикметників у англійській мові. Проте вона свідчить про необхідність продовження наукових досліджень у цьому напрямі для того, щоб верифікувати, статистично обґрунтувати і систематизувати нові тенденції в утворенні ступенів порівняння прикметників у сучасній англійській мові і заповнити прогалину, яка існує сьогодні в навчально-методичних матеріалах для викладання і вивчення англійської мови як іноземної.

У найбільшій перспективі актуальним було б дослідження жанрової специфіки синтетичної і аналітичної форм ступенів порівняння, а також частотності їх вживання в усному мовленні у порівнянні з писемним мовленням.

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНА СПЕЦИФІКА УСТАЛЕНИХ ПОРІВНЯНЬ У СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКІЙ І АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ

Гулько К. Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Баган М. П.

Доктор філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Порівняння – важлива когнітивна операція, за допомогою якої людина пізнає світ, розрізняє його фрагменти, проводить аналогії та характеризує довкілля. На основі цієї продуктивної мисленнєвої операції сформувалися усталені порівняння – відтворювані з незначними видозмінами словесні комплекси, якими мовці автоматично описують один об'єкт через його подібність з іншим, пор.: укр. крутитися як (наче, мов тощо) [та] білка (білочка) в колесі – англ. *run round like a headless chicken*; укр. *старий мов свім* – англ. *as old as the hills*.

Усталеним порівнянням властива постійність компонентного складу й низька варіативність, на основі чого кваліфікуємо їх як особливий структурний різновид фразеологізмів. До характерних ознак усталених порівнянь належить увиразнення та узагальнення дійсності з елементом оцінювання, адже вони виділяють якусь специфічну ознаку позначуваного й описують її досить експресивно й образно.

Усталені порівняння репрезентують світоглядні, естетичні, моральні цінності носіїв мови, їхню ментальність. Набуло актуальності саме зіставне вивчення усталених порівнянь у зв'язку з тим, що це розкриває особливості досліджуваних мов, допомагає виявити їхні відмінності, спонукає осмислити світ по-іншому, а отже сприяє розумінню інших культур, усвідомленню багатоманіття й неоднозначності буття. Також це важливо для оптимізації міжкультурної комунікації та збагачення життєвого досвіду її учасників.

Усталені порівняння – це структурні когнітивно-образні одиниці, що складаються із трьох компонентів: назви статичної або динамічної ознаки, назви об'єкта порівняння та єдиного компонента. В українській мові їх утворюють сполучниками: як, наче, неначе, *мов*, немов, буцім, ніби, а в англійській мові – кон'юнктивами *as... as, the... the, like...* Розмаїття засобів вказує на продуктивність порівняльних конструкцій в обох мовах.

Зіставний аналіз усталених порівнянь сучасної української і англійської мов засвідчив, що принципи побудови усталених порівнянь у них подібні. Об'єктом оцінювання часто слугують ті самі ознаки. Зокрема, в обох лінгвокультурах схвально оцінюють:

- 1) розум: укр. розуму як накладено – англ. *as clever as a fox*;
- 2) працьовитість: укр. працьовитий як мурашка, впрягтися як віл в ярмо – англ. *as busy as a bee; as busy as a beaver*;

3) фізичне здоров'я: укр. здоровий як кінь; міцний як дуб – англ. *as fit as a fiddle; as fit as a butche's dog*;

4) радість: укр. веселий як горобець; *веселий як сонячний день* – англ. *as glad as a fly*.

Негативної оцінки в обох лінвокультурах теж зазнають здебільшого ті самі ознаки:

1) підступність: укр. лукавий як гадюка – англ. *(as) cunning as a fox*;

2) сором: укр. червоний як рак – англ. *as red as a lobster*;

3) повільність: укр. повзе як рак – англ. *as slow as a wet week*;

4) голод: укр. голодний як вовк, голодний як собака – англ. *as hungry as a hunter, as a hungry as a hawk*;

5) нездатність до мирного співжиття: укр. жити (бути), як кішка з собакою – англ. *fight like cat and dog*.

Попри те, що висміювання зазнають ті самі негативні ознаки, втілюють їх українці й британці не завжди однаково. Наприклад, хитру, нещирю людину носії обох мов порівнюють з лисицею (укр. хитрий як лисиця і англ. *as cunning as a fox*, проте в українській мові нещирість, підступність приписують ще гусям, собакам, кобилам, пор.: хитрий як циганська кобила; улесливий як пес; хитрий як гуска Панаса). В англійській мові ознаку “підлий, мерзенний чи нечесний” передають через образ собаки: *as crooked as a dog's hind leg*, що зовсім не відповідає світоглядним уявленням українців, які часто асоціюють собаку із вірністю: вірний як пес, а підлу, безчесну людину порівнюють із змією: підступний як змія. Отже, усталені звороти зіставлених мов найчастіше різняться об'єктом порівняння.

Специфіка усталених порівнянь зумовлена світоглядними уявленнями носіїв мови, їхніми умовами життя, матеріальною і духовною культурою, рослинним і тваринним світом, історією, соціальним устроєм тощо. Територіально віддалені народи можуть сповідувати ті самі загальнолюдські цінності, етику взаємин, проте визначають ці цінності за допомогою різних образів і прототипних ситуацій.

Характерною особливістю української лінвокультури є наявність іронічних усталених порівнянь, якими мовці, попри позірне ствердження позитивної ознаки, насправді висміюють протилежну негативну ознаку. Наприклад, іронічні усталені порівняння розумний, як Беркові штани; розумний, як сало; розумний, як Сидорова коза; розумний, як Федькова кобила реалізують семантику “нерозумний, недалекий”. В англійській лінвокультурі таких іронічних усталених порівнянь немає.

Отже, усталені порівняння є поширеною когнітивно-образною одиницею в сучасних українській і англійській мовах. Об'єктом схвалення і висміювання в обох мовах часто слугують ті самі риси характеру і моделі поведінки. Проте представники різних лінвокультур використовують різні об'єкти порівняння, що зумовлено специфікою їхнього досвіду та ментальності. Українські усталені порівняння більш дошкульні, іронічні й різноманітніші за англійські.

## МОВНА ОСОБИСТІТЬ ЯК ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

**Гуріна Т. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Мелешкевич Л. М.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Дослідження мовної особистості здійснювалися у різних аспектах, з точки зору психології, філософії, культурології, лінгводидактики, але особлива зацікавленість науковців виникає у царині лінгвістики.

Мовна особистість – індивід, який володіє сукупністю здатностей і характеристик, що зумовлюють створення і сприйняття ним текстів, які вирізняються рівнем структурно-мовної складності та глибиною й точністю відображення дійсності. Мовна особистість узагальнює поняття індивідуальний стиль спілкування (Бацевич, 2004).

Особистість мовця контролює мовленнєву ситуацію, а саме скеровує дискурс. Мовець є учасником комунікативної ситуації як особистість з власними характерними рисами. У дискурсі втілюються темперамент, індивідуальні психо-емоційні особливості, мотиви і почуття.

Дослідженням питання передумов виникнення та введення у науковий обіг поняття “мовна особистість” займалися такі дослідники, як Г. Штейнталь, В. Вундт, О. Потебня, К. Ажеж, М. Бірвіш, І. Білодід, Е. Косеріу. Сучасна лінгвістика пропонує різні точки зору та підходи до визначення даного терміна, що розкривають його природу.

Мовна особистість – це узагальнений образ носія мовної свідомості, національної мовної картини світу, мовних знань, умінь і навичок, мовних здатностей і здібностей, мовної культури і смаку, мовних традицій і мовної моди (Мацько, 2009). Основними складниками мовної особистості, за концепцією Л. Мацько, є:

Мовнокомунікативні суспільні запити, мотиваційні потреби і досконалі компетенції;

Грунтовні мовні знання і мобільність їх використання;

Мовна свідомість і усвідомлення себе мовною українською особистістю;

Національна культуровідповідність мовної особистості, знання концептів і мовних знаків національної культури;

Мовна здатність і мовна здібність;

Мовне чуття, мовний смак;

Усвідомлена естетична мовна поведінка, мовна стійкість.

Формування та розвиток мовної особистості є послідовним та взаємопов'язаним процесом розвитку інтелектуальних здібностей особи.

Визначення терміна “мовна особистість” з точки зору лінгвістики наведено у “Короткому тлумачному словнику лінгвістичних термінів”

(2001) за редакцією С. Я. Єрмоленка: “Мовна особистість – поєднання в особі мовця його мовної компетенції, прагнення до творчого самовираження, вільного, автоматичного здійснення різнобічної мовної діяльності. Мовна особистість свідомо ставиться до своєї мовної практики, несе на собі відбиток суспільно-соціального, територіального середовища, традицій виховання в національній культурі”.

Іншу інтерпретацію терміна наводить О. О. Селіванова у термінологічній енциклопедії: “Мовна особистість – іманентна ознака особистості як носія мови й комуніканта, що характеризує її мовну й комунікативну компетенцію та реалізацію їх у породженні, сприйнятті, розумінні й інтерпретації вербальних повідомлень, текстів, а також в інтерактивній взаємодії дискурсу” (Селіванова, 2006, с. 370).

У мовознавстві чітко прослідковується взаємопов’язаність терміна “мовна особистість” з поняттями свідомості як невід’ємної частини особи мовця у контексті цільності всіх компетенцій, знань та характеру особистості.

Дослідженням феномену мовної свідомості займався науковець П. О. Селігей у праці “Мовна свідомість: структура, типологія, виховання” (Селігей, 2012). На основі ціннісного критерію автор розробляє типологію рівнів мовної свідомості й зазначає, що людина з високою мовною свідомістю є зрілою мовною особистістю, якій властиве активне, зацікавлене, відповідальне ставлення до мови.

Отже, завдяки лінгвістичним дослідженням терміна “мовна особистість” розкривається багатогранне значення та складники цього поняття. Мовна особистість уособлює характер, мовленнєві звички та темперамент мовця, репрезентуючи його як збірний образ усіх знань, вірувань, умінь та навичок людини.

## ЛІТЕРАТУРА

- Бацевич, Ф. С. (2004). *Основи комунікативної лінгвістики*. Видавничий центр Академія.
- Застровська, С. О., Застровський, О. А. (2011). Загальне поняття мовної особистості. *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. № 6: Філологічні науки. Мовознавство, Ч. 1.* 159–163.
- Єрмоленко, С. Я. (2001). *Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів*. Либідь.
- Мацько, Л. І. (2009). *Українська мова в освітньому просторі: навчальний посібник для студентів-філологів освітньо-кваліфікаційного рівня “магістр”*. НПУ ім. М. П. Драгоманова.
- Селіванова, О. О. (2006). *Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія*. Довкілля-К.
- Селігей, П. О. (2012). *Мовна свідомість: структура, типологія, виховання*. Києво-Могилянська академія.



## МОРФОЛОГІЧНІ ДІАЛЕКТИЗМИ В РОМАНІ-КОЛАЖІ Д. КЕШЕЛІ “РОДАКИ”

Гхонім Надія Авед Ель Рахім

Київський національний лінгвістичний університет

Заскалета В. П.

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Персонажі роману-колажу Д. Кешелі “Родаки” є носіями закарпатського говору. Місце подій автор змальовує не лише за допомогою топонімів, а й за допомогою особливостей мови героїв твору – лексичних, фонетичних, словотвірних, морфологічних та синтаксичних діалектизмів. У цьому дослідженні взято до уваги лише протиставні морфологічні діалектизми – іменникові, прикметникові, дієслівні, займенникові, числівникові.

Діалектні відмінності в іменнику представлені хитанням у категорії роду: іменник жін. роду *піч* має форму чолов. роду **пец** (з *пеца* (с. 94)), а *свиня* – **свинь** (коли *свиню зуби заболять* (с. 20)), натомість іменник чолов. роду *організм* має форму жін. роду – **організма** (у *вашу організму* (с. 119)), а *мармелад* – **мармелада**; хитанням у категорії числа: *черева* – **черева** (*Будемо бабі черева мастити* (с. 230)), *їжа* – **їдла** (*їдлами* (с. 73)); своєрідними відмінковими закінченнями: в орудн. відмінку однини жін роду флексія **-оў**, що виникла з *-оју* внаслідок втрати інтервокального(j) і переходу кінцевого (y) у (ў) (Бевзенко, 1980, с. 94) (*і ... бомбов ... не вразии* (с. 51); *перед їх тварьов* (с. 31)) та **-ом** в іменниках чолов. роду мішаної групи (*мужом* (с. 47)); флексія **-ови (-ові)** в дав. – місц. відмінках однини іменників чоловічого роду істот та неістот замість літературної *-ові, -еві* (*садоводови сесе надоїло* (с. 31); *економиме ... на хлібові* (с. 51)); флексія **-и** в іменниках жін. роду однини в місц. відмінку (*у землі* (с. 94)); форми орудн. відмінка іменників четвертої відміни із флексією **-ом** та суфіксом (*корова із телятьом* (с. 156)); форми іменників чолов. роду в наз. відмінку множини з флексією **-ове**, перенесеною з колишніх *-й-основ* у називн. відмінку множини (*сватове* (с. 120)); форми іменників чол. роду в родов. відмінку множини із флексією **-юв** (*американцюв* (с. 257)) відмінюванням невідмінюваних іменників (*по радійові; із ... радійова* (с. 121); *красного кіна* (с. 161)).

Поміж прикметників спостережено такі діалектизми: нестягнені форми (*великоє майбутньоє* (с. 20)), прикметники жін. роду в орудн. відмінку однини із флексією **-оў** (*і ... атомнов бомбов ... не вразии* (с. 51)), форми вищого та найвищого ступенів порівняння із префіксом **май-** (*наша земля намного майсолодша* (с. 51); *від маймайкарасної, майрозумнішої* (с. 24)). Числівникові діалектизми в аналізованому романі представлені тільки фонетичними варіантами – **єден** (*єдного красного дня* (с. 23)) та **двайціть** (*двайціть чотири години* (с. 85)), а також словотвірним варіантом числівника *трійко* – **троїчко**.

Щодо займенників, то в романі зафіксовано такі діалектизми: особові займенники 1-ї і 2-ї особи та зворотний займенник у давніх формах **н'а** (*йдіть від ня* (с. 10)), **т'а** (*Пси би тя гонили* (с. 12)) – родов. відмінок, **ми** (*дайте 'ми поцюлювати вашу ручку* (с. 12)) – давальн. відмінок; предметно-особовий займенник **він** у родов. – знахідн. відмінках в усічених формах **го** (*лем най 'го стріну* (с. 24)) – родов. відмінок та **му** (*марішку 'му зелену* (с. 9)) – давальн. відмінок; займенник **вона** у формі **она** (*она – сатанинська проказа* (с. 158)), а **вони** у формі **они** (*Они підуть...* (с. 168)); варіант метатизованої форми **тко** питально-відносного займенника **кто** – **ко** (*Гойте, люди, ко має богонька в серці* (с. 76)), а також заперечний займенник **ніко** (*ици нико на сій землі не лишився* (с. 94)); питальний займенник **що** у фонетичній формі **што** (*што говорити* (с. 114)) чи похідні від нього **штось** (*штось не те почули* (с. 114)) і **нішто** (*нішто буде пити* (с. 152)), вказівні займенники **цей** і **той** у редульованій формі **сес'**, **сис'** (*сись Соломончик* (с. 18)), **сес'а** (*будемо пити сію гашпарівку* (с. 31)), **сесе** (*за сесе ... мушу тя погостити* (с. 78)), **сес'і**, **с'іс'і** (*сісі мальфи* (с.29)), **тот**, **тота** (*тота зараза* (с. 90)), **тото**, **тот'і** (*тоти большевики* (с. 21)); нестягнені форми займенника **такий** (*Хто тобі таке дурное сказав?* (с. 20)).

Мовленню головних дійових осіб властиві також дієслівні діалектизми, зокрема такі: частка **с'а** не злита з дієсловом і виступає в препозиції контактній (... *що ся стало?* (с. 12)) чи дистантній (*Щи ся той світ не вродив* (с. 101)); форми 1-ї особи однини дійсного способу тепер. часу з флексією -у, перед якою (j) заступає (в) (*умираву!* (с. 25)) та відповідні форми 3-ї особи множини (*називають* (с. 38)); аналітично-особові форми мин. часу, у яких особові енклітики – здеформовані форми "колишнього допоміжного дієслова *быти* в теп. часі (-jem, -ем, -м <єсмь, јес', -ес', -с' <еси, -с'мо, -с'ме – есм, есмо, -с'те – есте)" (Бевзенко, 1980, с. 140) прилягають до іншого слова (*Наслав 'ись їх на нашу ... голову...* (с. 11); *напудрилисьте* (с. 95)); форми 1-ї особи множини тепер. і простого майб. часу із закінченням **-ме** (*робиме, обкопуєме, думаєме* (с. 154)); форми 2-ї особи однини наказ. способу з утраченим особовим закінченням -и: (*подь скорше за мною!* (с. 22)); форми 1-ї особи множини наказ. способу із закінченням **-ме**: (*Подьме ... до школи* (с. 22)); фонетичний різновид частки *нехай* – **най** у формах наказ. способу (*най будуть прощені* (с. 11)); форми умовн. способу з часткою **би**, яка не скорочується в **б** (*гонили би його татари* (с. 21)) або ж з особовими частками (*Што бисьте ... хотіли?* (с. 161)); пасивний дієприкметник із суфіксом **-м-** (*знамий* (с. 51)).

Отже, за допомогою морфологічних діалектизмів Д. Кешеля передає колорит карпатського говору в романі-колажі "Родаки".

## ЛІТЕРАТУРА

Бевзенко, С. П. (1980). *Українська діалектологія*. Вища школа.

## ДЖЕРЕЛО ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

Кешеля, Д. (2016). *Родаки: роман-колаж*. Академія.

## ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ВИВЧЕННЯ ПРИСУДКА В ЗЗСО

**Давискиба В. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Заскалета В. П.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Синтаксис української мови – один із найскладніших для засвоєння учнями загальних закладів середньої освіти розділів, тому що його вивчення потребує від самого учителя доброї теоретичної підготовки і методичної майстерності, а від учнів – уваги, уважності, наполегливості, ґрунтовних знань морфології і (що особливо важливо!) логічного мислення.

Вивчення структури просто речення починається з вивчення його граматичної основи, або граматичного центру, – підмета і присудка у двоскладному реченні чи головного члена речення в односкладному реченні. Уміння визначити граматичну основу речення часто є запорукою безпроблемного вивчення складного речення, а також пунктуації простого і складного речення.

Успіх у визначенні головних членів речення залежить і від знання учнями словосполучення, і від знання ними деяких нюансів розрізнення підмета і присудка. Особливі труднощі виникають із розмежуванням простого дієслівного присудка та складеного дієслівного, а також простого дієслівного та складеного іменного.

Проблема розрізнення учнями простого дієслівного і складеного дієслівного присудків часто спостерігається в учнів під час синтаксичного аналізу речень, у яких дієвідмінюване дієслово руху та інфінітив повнозначного дієслова. І якщо дієслова на кшталт *летіти, літати, іти, ходити, їхати, поїхати, попливти* тощо учні співвідносять з рухом, то дієслова зміни положення тіла *встати, сісти, полізти, лягти* – зазвичай ні. Варто наголошувати учням, що такі дієслова теж є цілком самодостатніми, вони не потребують помічника для вираження дії, а тому самостійно виконують роль присудка. На відміну від модально-вольових дієслів на кшталт *воліти, жадати, хотіти, могли* та ін. зазначені вище дієслова можна “показати”, отже, вони не потребують допомоги у вираженні лексичного значення дії, а тому є простими присудками, наприклад: *Батько сів читати. Бабуся лягла відпочити.* Інфінітив, залежний від цих дієвідмінюваних дієслів, виконуватиме функцію обставини мети, оскільки між дієвідмінюваним дієсловом й інфінітивом можна вставити сполучник *щоб* і поставити питання з якою метою? *навіщо?* від першого дієслова до другого, як-от: наприклад: *Батько сів (з якою метою?) (щоб) читати. Бабуся лягла (з якою метою?) (щоб) відпочити.*

Складно відмежувати учням і простий присудок, виражений аналітичною формою майбутнього часу, від складеного дієслівного присудка, наприклад: *Я буду жити в місті (буду жити = житиму, отже, це простий дієслівний присудок).* Виникають значні труднощі і під час розрізнення простого

присудка у реченні з об'єктивним інфінітивом від складеного дієслівного присудка. Аналізуючи речення з такими присудками, учитель має наголосити на тому, що присудок називає дію, яку виконує тільки (і лише!) підмет, наприклад у реченні *Командир наказує бійцям стріляти* дію наказує виконує підмет *командир*, а дію *стріляти* виконуватимуть *бійці*, що є в реченні додатком, а не підметом, отже інфінітив *стріляти* на є частиною присудка, а є додатком, тому що відповідає на питання знахідного відмінка.

Нерідко, визначаючи члени речення, учні плутають складений іменний присудок з означенням, пам'ятаючи, що означення відповідає на питання *який?*, проте забуваючи, що на питання *є (був, буде) який? / чий? / котрий?* відповідає складений іменний присудок, іменна частина якого може бути виражена прикметником, дієприкметником, прикметниковим займенником, порядковим числівником, фразеологізмом. Так, у реченні *Тихий, літній вечір* прикметники стоять перед підметом, а тому є означеннями. Натомість у реченні *Вечір тихий, літній* ті самі прикметники займають постпозицію щодо підмета, а присудка, вираженого дієвідмінюваною формою дієслова, немає, тому в цьому реченні вони виконують роль присудка. У деяких допоміжних матеріалах для уроків української мови, для підготовки до уроків української мови в початковій школі трапляються помилки в синтаксичному розборі простого речення на кшталт *Ніч була темна*, що негативно впливає на пізніше засвоєння учнями знань про присудок. Саме тому вчитель має постійно акцентувати на тому, що присудок – це головний член речення, що не тільки називає дію, яку виконує підмет, а й, за відсутності в реченні дієвідмінюваного дієслова, може говорити про те, *чим є (був / буде) підмет* або *яким? / котрим? / чий? він є (був / буде)*.

Крім того, варто наголосити учням, що дієслово *бути* самостійно виконує роль присудка за умови, якщо в реченні є обставина місця, наприклад: *Ми були в театрі*. У наведеному реченні дієслово *були* має значення “перебували”, “дивилися виставу” тощо, тобто є повнозначним.

Складно буде виявити присудок у реченні *Був тихий, літній вечір*: чи то це *був*, чи то це *був тихий, літній*. Очевидно, аргументована кваліфікація головних членів цього речення – це вже рівень вищої школи.

Навчити учнів визначати присудок у реченні типу *Найкраща косметика – молодість* можна за допомогою такої трансформації: треба спочатку перебудувати речення так, щоб група слів, яка стоїть до тире, мала форму орудного відмінка (*Найкращою косметикою є молодість*), а потім та, що стоїть після тире (*Найкраща косметика є молодістю*) і порівняти ці речення. Групою присудка буде та частина речення, що, ставши в орудний відмінок, не спотворила суті речення, а тому *Найкраща косметика – молодість*, оскільки речення *Найкращою косметикою є молодість* цілком логічне.

Отже, щоб розв'язати зазначені проблеми, пов'язані з вивченням присудка в ЗСГО, потрібно, щоб учитель домігся засвоєння учнями теорії про словосполучення, повторив складену форму майбутнього часу дієслів, більш докладно пояснив тему присудка учням, навів вдалі приклади і безпосередньо закріпив теоретичні знання за допомогою відповідних вправ різної складності.

## ЛІНГВІСТИЧНИЙ ФАКТОР У РОЗУМІННІ СУЧАСНОЇ МІЖНАРОДНО-ПРАВОВОЇ ДОКТРИНИ КНР

**Данильченко О. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Щербаков Я. І.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Лінгвістичний фактор, як один із суттєвих елементів у розумінні інформації, певних подій і явищ, що відображає їх характер або окремі риси, завжди відіграє значну роль. Виходячи з тієї позиції, що Китай є складним і комплексним об'єктом дослідження, при вивченні міжнародно-правової доктрини КНР необхідно використовувати міждисциплінарний підхід, тобто визначити всі фактори, які вплинули на її формування та розвиток. Міжнародно-правова позиція Китаю на міжнародній арені детермінується багатьма факторами неправового характеру, серед яких політико-ідеологічний, зовнішньополітичний, історичний, філософський, економічний та лінгвістичний. Вплив останнього спостерігався як при першому проникненні західних ідей про міжнародне право у Китай в ХІХ столітті, так і на сучасному етапі розвитку китайської міжнародно-правової думки. Тож варто отримати відповідь на питання – у чому саме проявлявся цей вплив?

Насамперед варто зазначити, що Китай значною мірою саме через мову формує уявлення світу про себе та свою роль у міжнародних відносинах, а також своє уявлення про світ. Сьогодні Китай все активніше намагається донести до міжнародної аудиторії власне бачення глобальних проблем та впливати на можливе реформування міжнародного порядку, застосовуючи нові концепції і поняття, або надаючи нового тлумачення ustalеним термінам. Цікаво, що знайомство Китаю з юридичною термінологією взагалі, та міжнародно-правовою зокрема, почалося з перекладів англійських юридичних текстів західними місіонерами. Перші китайські юридичні неологізми з'явилися в монографіях і статтях, які вони писали або перекладали. Згодом китайські та іноземні вчені спільно працювали над перекладом великої кількості праць з міжнародного публічного права, в результаті чого сформувався великий пласт лексики на позначення різних міжнародно-правових явищ (崔, 2011). Власне саме поняття “万国公法” (“міжнародне право”) було введене в китайську науку американським місіонером Вільямом Мартіном. Через транскрибування, калькування, адаптацію архаїзмів і створення нових слів він представив західне міжнародне право в Китаї новими термінами, принісши в цю країну уявлення про абсолютно нову міжнародну систему – систему міжнародного права (何, 2001). Створені ним такі терміни як “主权” (“суверенітет”), “性法” (“природне право”), “权利” (“право”), “人民” (“народ”), “责任” (“обов'язок” / “відповідальність”), “法院” (“суд”), “领事” (“консул”), “司法” (“правосуддя”), “争端” (“спір”), “国会” (“парламент”), “利益” (“інтереси” /

“вигода”) та інші стали невід’ємною частиною китайської мови та складають основу термінології дисципліни міжнародне право (夏, 卢, 2016). Як бачимо, лінгвістичний фактор мав значне і вирішальне значення для проникнення ідей про універсальне міжнародне право у китайську картину світу та відповідної термінології у китайську юридичну мову.

Перейдемо тепер до сучасного китайського міжнародно-правового дискурсу. Тут ми спостерігаємо таку ситуацію: нові концепції й терміни, якими описуються дії Китаю на міжнародній арені найчастіше є “гуманними і невизначеними” (Кіктенко, 2018), містять загальні і, на перший погляд, необов’язкові слова. За словами В. О. Кіктенка (2018), все це вказує на необхідність висвітлювати зміст концептів на основі лінгвістичних даних: етимологія слів та ієрогліфів, слововживання та тлумачення слів. На підтвердження цієї тези наведемо кілька прикладів.

У китайських офіційних документах та наукових дослідженнях раніше зустрічались згадки про “国际新秩序” (“новий міжнародний порядок”) або “国际政治经济新秩序” (“новий міжнародний політичний і економічний порядок”). Наразі все частіше зустрічається формула “更加公正合理的国际新秩序” (“більш справедливий і раціональний новий міжнародний порядок”). Використання інших лексичних одиниць щодо “нового міжнародного порядку” може здатися неважливим чи неточним, однак саме такі мовні деталі допомагають більш правильно сприймати міжнародно-правову позицію Китаю.

У китайському розумінні принципово важливим є те, щоб саме “справедливість” і “раціональність” (терміни, що мають глибоке коріння в китайській філософії, а відтак – в уявленнях про мораль і право) були неодмінними параметрами світового порядку і процесу його реформування, а також, щоб ці якості з виникненням нових загроз та викликів послідовно посилювалися (що було передано лексемою 更加 “більш”). На нашу думку, це відображає прагнення китайського керівництва брати активну участь у реформуванні системи міжнародного порядку на дещо скоригованій основі, тобто коли міжнародні норми тлумачаться в дусі морального підходу до права та конфуціанських уявлень про гармонію. Крім того, подібні формулювання покликані виправдати гнучкий підхід у міжнародних справах за умов стрімких непередбачуваних змін.

Іншим прикладом, теж із сучасної історії, є необхідність розуміння “一带一路” 倡议 (ініціативи “Один пояс, один шлях”) з точки зору лінгвістики. Аналізуючи структурні елементи цього концепту, В. О. Кіктенко (2018) доходить висновку, що ініціатива – “це китайський спосіб мислення зі створення єдиного, оперізувального шляху, що одночасно міфологізує і глобалізує історичний Шовковий шлях для вирішення сучасних завдань модернізації та глобалізації Китаю”. До того ж у китайському розумінні це саме 倡议 “ініціатива”, а не “стратегія”, “проект” чи “програма”. Такі обмеження у перекладі, скоріш за все, були пов’язані з бажанням довести відкритість цієї пропозиції країнам світу до співпраці (Кіктенко, 2018).

Таким чином, підсумовуючи, можна сказати, що лінгвістичний фактор дійсно здійснює певний вплив на формування та розвиток міжнародно-



правової доктрини Китаю. Розуміння структури відповідних термінів та їх семантичного значення, яке вкладається носіями китайської мови при використанні у політичній риторичі, набувають особливого значення в контексті потреби України в успішній та взаємовигідній співпраці з Китаєм.

## ЛІТЕРАТУРА

- Кіктенко, В. О. (2018) Семантика і прагматика концепту ІНІЦІАТИВА “ОДИН ПОЯС, ОДИН ШЛЯХ”. Китаєзнавчі дослідження, 1, 58–67.
- 崔,军民. (2011). 萌芽期的现代法律新词研究. 中国社会科学出版社.
- 何,勤华. (2001). 《万国公法》与清末国际法. 法学研究, 5, 137–148.
- 夏,云, & 卢,卫中. (2016). 英汉法律语言接触对中文法律语言变化的影响研究. 北京第二外国语学院学报, 6(254), 71–80.

## АНГЛІЦИЗМИ В СУЧАСНІЙ ПЕРСЬКІЙ МОВІ

**Дащенко А. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Поздняков К. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Процес лексичного запозичення є наслідком конвергентної взаємодії між мовами та базовим процесом на шляху їх безупинного розвитку. Історично склалося, що лінгвосоціальні контакти, зокрема, проблема міжмовного лексичного збагачення, вважаються однією з найбільш досліджуваних та актуальних тем у лінгвістиці. Загальним процесом лексичних запозичень присвячені фундаментальні роботи У. Вайнріха (1979) та О. Ясперсена (1964). Взаємодія англійської та перської мов на лексичному рівні розглянута у роботах Л. С. Пейсикова (1975), А. Х. Альборзі (2007), К. Сафаві (2013).

Процес активного залучання англіцизмів до перської мови за часом збігається із розквітом англійського колоніалізму в країнах середнього сходу та південної Азії. Хоча Іран протягом своєї історії залишався самостійною державою наукові, культурні та економічні контакти із Великою Британією, а пізніше і з США значно вплинули на формування певних лексичних шарів перської мови. Деякі з цих лексичних шарів, із зазначенням сфери їх функціонування, ми розглянемо нижче:

1. Однією з найнасиченіших англіцизмами сфер є науково технічна, напр. англ. *rayl* (рейка) – перс. *reyl*, *jet* (реактивний) – перс. *jet* (реактивний літак), англ. *tank* (танк) – перс. *tānk* (танк). Зазначимо також групу науково-технічних термінів, які не є власне запозиченнями з англійської, але тим не менш, перейшли до перської мови з англійської, здебільшого до них відносяться універсальні наукові поняття, напр. англ. *oxigen* (кисень) – перс. *oxižen* (кисень), англ. *proton* (протон) – перс. *peruton* (протон), англ. *dialectic* (діалектика) – перс. *diālektik* (діалектика).



2. У культурній та соціально-побутовій лексиці також засвідчена велика кількість англіцизмів: спортивні терміни, напр. англ. *football* (футбол) – перс. *futbol* (футбол), англ. *team* (команда) – перс. *tim* (команда), англ. *net* (сітка) – перс. *net* (сітка); мистецька лексика, напр. англ. *film* (фільм) – перс. *film* (фільм), англ. *series* (серіал) – перс. *seriāl* (серіал); побутова лексика, напр. англ. *joke* (жарт) – перс. *jok* (жарт), англ. *party* (вечірка) – перс. *pārti* (вечірка), англ. *selfi* (селфі) – перс. *selfi* (селфі).

3. Значною мірою англіцизми представлені у фінансово-економічній сфері, напр. англ. *business* (бізнес) – перс. *bizenes* (бізнес), англ. *check* (чек) – перс. *ček* (чек), англ. *dumping* (демпінг) – перс. *demping* (демпінг), англ. *dollar* (долар) – перс. *doḻār* (долар).

4. До окремої групи належать англіцизми, які внаслідок загальної глобалізації, отримали широке розповсюдження, насамперед серед молоді, попри існування та паралельне використання власне перських аналогів, напр. англ. *bye* (бувай (форма прощання)) – перс. *bāy* (бувай (форма прощання)), англ. *drank* (п'яний) – перс. *derank* (п'яний), англ. *high class* (статусний, вищого класу) – перс. *haikelās* (статусний, вищого класу).

Наприкінці зауважимо, що за останні два сторіччя англійська мова на лексичному рівні значно вплинула на перську. Цей вплив з одного боку, обумовлений історичними зв'язками Ірану з англомовними країнами, з іншого боку велика кількість англіцизмів у перській мові є наслідком соціокультурних процесів, характерних для кінця 20 початку 21 ст., а саме глобалізації, поширення поп-культури та вестернізації східних країн.

## ЛІТЕРАТУРА

- Пейсиков, Л. С. (1975). *Лексикология современного персидского языка*. Издательство московского университета.
- Alborzi, A. H. (2007). *Etymological Analysis of English Words: Greek Morphems*. Parseh Institute. Allameh Tabataba'i Publications.
- Jespersen, O. (1964). *Language*. Norton Library.
- Safavi, K. (2013). *Darāmadi bar ma'nišenāsi*. Sureh mehr.
- Weinreich, U. (1979). *Languages in Contact: Findings and Problems*. Mouton Publishers.

## СПЕЦИФІКА ВІДТВОРЕННЯ ГУМОРУ: ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧИЙ АСПЕКТ

**Дидикало Д.**

Київський національний лінгвістичний університет

**Голіяд Н. І.**

Кандидат філологічних наук, доцент,

Київський національний лінгвістичний університет

Феномен комічного вже давно став предметом дослідження багатьох природничих та гуманітарних наук, які створюють загальну картину комічного в культурі людства, об'єднавши всі набуті знання про комічне

в такій науці, як гелотологія. Це наука про сміх та природу комічного. Однак на сьогодні невирішеним залишається питання про лінгвостилістичні ознаки цього типу текстів, про механізми, завдяки яким комічний текст ідентифікується виключно як комічний не тільки рідною, а й іноземною мовою. На сучасному етапі розвитку лінгвістики та філології взагалі, коли проблема розуміння текстів перебуває в центрі уваги багатьох досліджень, механізми створення комічних текстів та їх розуміння набувають особливої значущості.

Особливо актуальним є звернення до гумористичної літератури у зв'язку з невирішеністю важливої проблеми. своєрідності комічного в літературі початку ХХ століття, коли народжується нове покоління гумористів, так зване "сатириконське", що отримало свою назву у зв'язку з виданням популярних гумористичних творів.

Серед провідних українських науковців та дослідників, які займалися дослідженням лінгвістичних особливостей комічних текстів та особливостей їх репрезентації при перекладі, слід виділити таких як: Віновський З. І., Бліхарський Р. М., Жемелко Б. О., Горний Т. М., Харик Т. М., Швед П. Р., Шеремет А. Д. та ін.

Серед провідних зарубіжних дослідників та науковців, які займалися дослідженням засобів репрезентації комічного у творчості письменників, слід виділити таких як: Альтман Е. І., Тішоу Дж. Р., Тафлер А. А., Ван Хорн П. Р., Шумпетер Й. А., Маккарті М. В., Гріффін Р. Р., Заман Д. Х., Андерсен Т. Р., Бедфорд Дж. Д., та низка інших науковців, які зробили значний вклад в розвиток поставленого питання.

Комічність у художній літературі можна вважати одним із важливих засобів художньої виразності. Комічне в художньому тексті може мати різні форми та виконувати різні функції. Комічні елементи можуть бути використані в художньому тексті для забезпечення розважального ефекту або для підсилення емоційної реакції читачів на події або персонажів, або з метою зміни напруженої атмосфери в тексті (Козловська, 2017).

Комічність у художньому тексті може виявлятися різноманітними способами. Ось декілька можливих прикладів:

– гумористичні діалоги: персонажі можуть обмінюватися жартами або дотепами, що додає тексту легкості та гумору;

– комічні ситуації: автор може створювати ситуації, які будуть викликати сміх у читача. Наприклад, персонаж може опинитися в незручному положенні або зробити щось неправильне, що призведе до комічної ситуації (Марчук, 2016);

– комічні описи: автор може описувати персонажів, події або місця таким чином, що викличуть у читача посмішку або сміх. Наприклад, описуючи персонажа, автор може використовувати жартівливі прикмети або описувати його дії так, що вони стають комічними;

– іронія та сарказм: автор може використовувати іронію та сарказм для створення гумористичного ефекту. Наприклад, персонаж може сказати щось,

що з одного боку правдиво, а з іншого – дещо нелогічне або протирічливе, що викличе у читача посмішку або сміх (Шульгіна, 2016).

Важливо пам'ятати, що комічність – це суб'єктивний ефект, і те, що одного читача змушує посміхнутися, іншого може залишити байдужим. Тому автор повинен враховувати свою аудиторію та контекст, в якому буде з'являтися його текст. Часто у різних культурах є своєрідні відмінності у самому гуморі та особливостях його сприйняття, так україномовному співрозмовнику може бути часто незрозумілим гумористичні розповіді англійця чи представника іншої культури. Це відбувається за рахунок специфічності гумору, в основу чого закладені особливості менталітету тієї чи іншої народності. Але процеси глобалізації, що все більше набирають обертів останні десятиліття, сприяють тому, що гумор дедалі стає більш зрозумілим та універсальним для світу в цілому. Дещо іншою є ситуація з перекладом гумору, адже просто знання мови та дослівного перекладу буде недостатньо, гумор може бути просто незрозумілим читачеві. Перекладачам у випадку перекладу гумору набагато складніше, ніж під час перекладу звичайної прямої мови. Будь-який жарт, перекладений дослівно, не завжди буде сприйнятий та зрозумілий аудиторією.

Можна бездоганно володіти знаннями з іноземної мови та бути перекладачем з великим досвідом роботи, але що стосується перекладу гумору, то цього є недостатньо, треба відчувати комічне в іншій культурі та вміти це дотепно передати. Досвідчений перекладач повинен володіти повним лексичним матеріалом мови, а в більшості випадків добре розуміти та відчувати культурні відмінності та специфіку мови, з якої необхідно здійснити переклад. Поглиблення у культуру та мовне середовище допомагає перекладачеві підвищити рівень якості перекладу та повною мірою зберегти сутність сказаного у перекладі. Перекладач виступає свого роду посередником між мовами, людьми та цілими культурами. Дуже складною ця задача виявляється при великій різниці між культурами носіїв мов, що перекладаються.

Таким чином, проблема відтворення комічного у художніх текстах потребує подальших досліджень, особливу увагу при цьому варто звернути на особливості та складності збереження комічного під час перекладу художніх текстів з іноземної мови. Подальші дослідження будуть присвячені перекладацьким стратегіям, які використовуються під час перекладу засобів передачі комічного у художніх текстах.

## ЛІТЕРАТУРА

- Козловська, Н. (2017). *Якість комічного як проблема літературознавства*. Видавничий дім “КМ Академія”.
- Марчук, Л. (2016). *Комічне в художньому творі: теорія і практика*. Видавничий дім “КМ Академія”.
- Шульгіна, А. (2019). *Комічне в сучасній літературі: проблеми аналізу та репрезентації*. Видавничий дім “КМ Академія”.

## **АРХІТЕКТОНІКА Й СТИЛІСТИКА УКРАЇНСЬКОМОВНОГО ВІТАЛЬНОГО ДИСКУРСУ**

**Докієнко К. П.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Баган М. П.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Вітальний дискурс – це особливе піднесене, емоційно насичене мовлення з нагоди свята чи важливої події. Етика людської взаємодії передбачає схвально реагувати на важливі дати в житті індивіда й суспільства, програмувати адресата на щасливе майбуття, успіхи й гаразди. Приводів для вітання й віншування в сучасників багато. Люди вітають одне одного з днем народження, Новим роком, Різдом, кар’єрними досягненнями та іншими визначними подіями. Вивчення вітального дискурсу важливе для розширення уявлень про комунікативно-прагматичні властивості мовних засобів, психологію і прагматику спілкування, механізми налагодження й гармонізації людських стосунків.

Дослідження вітального дискурсу передбачає не лише мовно-стилістичний аналіз вітальних текстів, а й урахування намірів і тактик адресанта, його стосунків з адресатом, нагоди, особливостей спілкування тощо. Кожне вітання є індивідуальним витвором, проте воно не обмежене сферою міжособистісних стосунків, а слугує виразником культурних, соціальних, ціннісних орієнтирів суспільства. Залежно від сфери застосування вітальний дискурс може перетинатися із педагогікою, психологією, адміністративною діяльністю тощо.

Основним репрезентантом вітального дискурсу є вітальний текст. Набуло актуальності вивчення його стилістичних особливостей: найбільш урочистих і гармонійних конструкцій, найбільш доречних стилістичних фігур, лексики та комбінаторики побажань. Важливо враховувати, що кожен вітальний текст постає одночасно адресатозорієнтованим і культурно зумовленим, тому для його аналізу необхідно застосовувати не лише методи мовностилістичного аналізу, а й комунікативно-прагматичної лінгвістики, дискурс-аналізу та семіотики.

Аналізувати вітальний текст доречно щонайменше на п’яти рівнях: мовностилістичному; психолінгвістичному (для визначення явних і прихованих цілей мовця); індивідуально-герменевтичному (для виявлення особистісних смислів автора чи інтерпретатора дискурсу в різних ситуаціях); культурологічному (для з’ясування того, які культурні цінності сповідують адресат і адресант, яку культурну епоху вони репрезентують), а також на соціально-комунікативному (для визначення впливу соціальних ролей адресата й адресанта на оформлення вітального тексту).

Вітання може бути усним і письмовим. Кожен тип має свою специфіку: усні вітання більш експресивні, складаються з коротших, часто еліптичних

речень, у їх оформленні важливу роль відіграють інтонація і паралінгвальні засоби: міміка, жести, посмішка. Письмові вітання мають ґрунтовнішу структуру, розлогіші побажання, їхні автори ретельніше добирають слова і вживають більше стилістичних фігур, які компенсують брак інтонації та паралінгвальних засобів.

Структура вітального тексту здебільшого передбачає власне вітання й побажання. Власне вітання традиційно формулюють такими реченнями: *Вітаю Вас з прийдешнім світом! Хотів би привітати Вас зі святами! Дозвольте привітати Вас зі святом.* Краще використовувати речення, що передає власне вітальну дію (*Вітаю Вас із прийдешнім світом!*), а не маркувати свої наміри (*Хотів би привітати Вас зі святами*).

Побажання оформлюють здебільшого розповідним означено-особовим реченням із дієсловами бажати, зичити в ролі головного члена, напр.: *Бажаю Вам сил та здоров'я. Можна сформулювати побажання й так: Дозвольте побажати Вам щастя й життєвої енергії; Прийміть щирі побажання добра, здоров'я, гараздів, реалізації всіх благ.*

У побажаннях найчастіше використовують такі групи лексики: а) назви абстрактних понять з приємною конотацією (щастя, радість, успіх, гаразди, *життєва енергія, оптимізм, мрії, гармонія*) б) назви понять, що відображають соціальну діяльність людини (успіхи, творчі, наукові здобутки, результати, досягнення); в) назви рідних та близьких осіб (діти, внуки, рідні, чоловік, дружина, батьки); г) назви, що стосуються фізіологічного буття людини (здоров'я, сили, самопочуття, бадьорість, наснага).

Крім побажань, у вітальному тексті часто висловлюють компліменти, щоб викликати ще більше приємних емоцій в адресата. Зокрема, жінкам пишуть, що вони чарівні, милі, неймовірні, найкращі, чоловікам частіше акцентують на професійних здобутках, називаючи їх мудрими наставниками, *гідними* очільниками, *досвідченим господарниками* та ін. Звертаючись до дітей, використовують пестливі слова, як-от: *сонечко, красунчик, розумничка, донечка.*

Вітальний текст традиційно прикрашають тропами й стилістичними фігурами. Зокрема, епітетами мовці конкретизують, увиразнюють побажання (пор.: козачке здоров'я, непроминальна чарівність, невичерпне натхнення), метафорами – надають вітанню більшої колоритності та експресії (пор.: оберемок щастя, море удачі, лавина кохання). Нерідко побажання оздоблюють порівняннями, які викликають приємні асоціації, напр.: *Будь красива, як квіточка, осяйна, як сонечко, і ніжна, як вранішня роса!*

Вітання потрібно добирати індивідуально для кожного адресата, відповідно до його віку, статі, статусу, стилю життя, уподобань, а також враховуючи комунікативну ситуацію (офіційна чи неофіційна, реальна чи віртуальна, приватна чи публічна). Основне – щоб вітання було ширим.

Сучасна українська молодь прагне своєї стилістики вітань, уникає штамів, пафосу й банальних дорослих побажань. Її вітання більш лаконічні, наприклад: *Усього найкращого! Найкращі побажання!* У них можливий сленг: *Ти такий крутий! Ти ще той красава!* Але попри зміну форми, молодь усе одно прагне виявити свою приязнь, щирість і підтримку.

Отже, вітальний дискурс – важлива сфера нашої міжособистісної комунікації, що потребує вдумливого й персоналізованого добору мовних засобів залежно від нагоди, комунікативної ситуації та особливостей адресата.

## **ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ АБРЕВІАТУР У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ВІЙСЬКОВОМУ ДИСКУРСІ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАДУ**

**Дордука Є. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Подсевак К. С.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Існуючі загрози безпеці в умовах сьогодення привертають увагу людей до військової тематики, яка усе частіше перетинає межі вузькофахової сфери людської діяльності. Натомість, військовий дискурс стрімко входить до сфери суспільного спілкування, зокрема, і у медіа-комунікації. Така актуальність військового дискурсу обумовлює використання військових термінів, аббревіатур та виразів військового сленгу в новинних репортажах, різноманітних інтерв'ю, виступах для широкої аудиторії тощо. Об'єктивне поширення військового дискурсу та інтерес аудиторії до цієї теми обумовлює тему нашого дослідження, а саме аналіз деяких лексичні особливостей аббревіатур сучасного англomовного військового дискурсу в різних медіатекстах, присвячених війні та збройним конфліктам.

Л. Мосієвич (2017) визначає “військовий дискурс” як усний чи письмовий комунікативний акт, який використовується для реалізації формального чи неформального спілкування у військовому контексті. Такий дискурс може описувати: військові дії, звання, зброю, тактику ведення війни, організацію військових формувань тощо (с. 112)

Військовий дискурс як складний комунікативний феномен розглядається науковцями різних галузей: філології, психології, військової історії, педагогіки, військової справи тощо. Зокрема, в лінгвістиці досліджували різні аспекти військового дискурсу: Л. Мосієвич (2017) та А. Вілсон (2008) досліджували аспекти формулювання визначення поняття, а також питання запозичення у військових текстах; дослідники О. Крамаренко та О. Богданова (2020) розглядали групи військових аббревіатур; О. Нікіфорова (2020) вивчала трансформації, що застосовуються в процесі перекладу аббревіатур військового дискурсу. Проблема військових аббревіатур та їх типології перебувала в центрі уваги таких дослідників як М. Фрейн та І. Фабіянич (2013). (Бхіндер, 2021).

До лексичних особливостей текстів військового дискурсу належить використання військових термінів, аббревіатур, неологізмів, військових

афоризмів, прислів'їв та цитат, фразеологічних одиниць, сленгу, а також значної кількості метафоричних елементів, метою застосування яких є вплив на емоції аудиторії. (Frane M., Fabijanić I., 2013)

Стрімке зростання лексичного фонду, нерівномірний розподіл інформації у мовному потоці та надмірність мови зумовили появу засобів мовної економії, до яких відносяться скорочення та аббревіатури. Використання скорочень забезпечує передачу максимальної кількості інформації (сислового змісту) з мінімальним використанням ресурсів мови, тобто підвищує ефективність комунікативної функції мови та оптимізує процес комунікації. У той час як аббревіатура є похідним словом, що виникає внаслідок аббревіації, тобто утворенням з перших літер або з інших частин слів, що входять до складу назви чи поняття (Kramarenko, Bogdanova, 2020)

Науковець А. Ріггер (2005) у своєму дослідженні акцентує свою увагу на тому, що аббревіатури, ініціалізи, скорочення та кразиси мають спільні семантичні та фонетичні функції, і всі чотири типи об'єднуються терміном “аббревіатура” у вільній мові. Ініціалізм – це аббревіатура, яка вимовляється по буквах, наприклад: FBI (/,ɛf.bi:'aɪ/), USA (/,ju:.es'eɪ/), IBM (/,aɪ.bi:'em/), BBC (/,bi:.bi:'si:/). Скорочення – це зменшення довжини слова або фрази за рахунок пропуску певних літер або складів. Отже, скорочення є підгрупою аббревіатур. Часто, але не завжди, скорочення включають першу та останню літери або елементи. Прикладами скорочень є “li'l” (для “маленький”), “I'm” (для “я”) та “he'd've” (для “він би”) (с. 167)

Як зазначає О. Нікіфорова (2020), в процесі перекладу військового дискурсу в таких англійськомовних медіавиданнях як BBC News, New York Post, CNN World можна визначити наступні лексико-семантичні трансформації, що застосовуються для перекладу аббревіатур:

1) прийом конкретизації: “jihadist terrorists” – “терористичне угруповання джихадистів ІДІЛу та Аль-Каїди”;

2) застосування еквівалентної заміни слів (використання усталених відповідників, які зазначені у словниках суспільно політичної лексики і не можуть перекладатися по-іншому): “UN Charter” – “Статут ООН”, “the North Atlantic Treaty Organization (NATO)” – “Організація Північноатлантичного договору (НАТО)”, “European Union” (EU) – “Європейський Союз” (ЄС), “Israel Defense Forces” (IDF) – “Армія оборони Ізраїлю (ЦАГАЛ)”;

3) експлікація (прийом перекладу лексичної одиниці, при якому перекладач передає її значення описовим сполученням слів, даючи пояснення цього значення): “A2/AD” – “Вороже блокування доступу до систем/блокування зон інформаційного впливу держави”, “START Treaty” – “Договір про скорочення стратегічного наступального озброєння START”;

4) прийом компенсації (застосовується у випадках, коли деякі смислові елементи і стилістичні особливості неможливо передати достовірно. Щоб не втратити значення повністю, в тексті перекладу використовуються елементи іншого порядку): “Cyber Mission Force” (CMF) – “Сили інформаційних операцій в комп'ютерних мережах”, “research and development” (R&D) – “Здійснення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт”;



5) прийом транскрибування (застосовується в більшості випадків при передачі іншомовних власних назв): “al-Qa’ida” – “Аль-Каїда”, “NATO” – “НАТО”, “ATLANTIC RESOLVE” – “Операція Атлантик Різолв”;

6) аббревіація (утворення слова з перших літер слів, з яких складається назва певного явища чи поняття): “violent extremist organizations (VEOs)” – “Насильницькі екстремістські організації (НЕО)”, “United Nations Security Council (UNSC)” – “Рада Безпеки Організації Об’єднаних Націй (РБ ООН)”, “Islamic State of Iraq and the Levant (ISIL)” – “Ісламська держава Іраку та Леванту (ІДІЛ)”, “International Criminal Court” (ICC) – “Міжнародний кримінальний суд” (МКС);

7) деаббревіація (зворотній аббревіації прийом, при якому значення аббревіатури роз’яснюється словами): “ISR (intelligence, surveillance, and reconnaissance) capabilities” – “Можливості проведення розвідки, спостереження, рекогносцировки”, “STEM (science, technology, engineering, and mathematics) employees” – “спеціалісти у сфері науки, технологій, техніки та математики”, “SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome) viruses” – “Вірус атипової пневмонії”, “WWI or WW2 (World War I/II)” – “Друга світова війна”.

Отже, ми можемо зробити висновок, що сучасний англомовний військовий дискурс характеризується низкою лексичних особливостей, значну частину яких становлять аббревіатури. Серед найпоширеніших способів перекладу таких аббревіатур є прийом конкретизації, застосування еквівалентної заміни слів, прийом транскрибування. Кожна із зазначених вище перекладацьких трансформацій слугує окремим інструментом для передачі повідомлень військової тематики та формування усних і письмових текстів, пов’язаних із військовою справою, збройними конфліктами, озброєнням, технікою та військовими інноваціями.

## ЛІТЕРАТУРА:

- Бхіндер, Н. (2021). *Лексичні особливості сучасного англомовного військового дискурсу. Проблеми гуманітарних наук: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія “Філологія”, 45, 52–60.*
- Мосієвич, Л. В. (2017). The techniques of English-Ukrainian translation of military discourse. *Jazyk a kultúra*, 112–117.
- Нікіфорова, О. М. (2020) Лексико-семантичні та жанрово-стильові особливості воєнно-політичного перекладу. [Дис. 10.02.16. Київський національний університет імені Тараса Шевченка].
- Frane, M., Fabijanić, I. (2013) Abbreviations in English military terminology. *Brno studies in English*, 39(1), 59–87.
- Kramarenko, O. L., Bogdanova, O. Yu. (2020) *Lexicographical Aspect of Military-Political Discourse Lexical Units in a Bilingual Educational Dictionary*. Т. 13. № 12. 213–217.
- Ritter, R. M. (2005). *New Hart’s Rules: The handbook of style for writers and editors*. Oxford University Press.
- Wilson, A. (2008). *Military Terminology and the English Language*. <http://homes.chass.utoronto.ca/~cpercyc/courses/6362-WilsonAdele.htm>.

## ЛІНГВОКУЛЬТОРОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОЇ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ)

**Дробна М. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

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

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Реклама – це форма спілкування, спрямована на те, щоб переконати аудиторію (глядачів, читачів чи слухачів) придбати або вжити певних дій щодо продуктів, ідей чи послуг. Рекламний текст, як область прагматично інтенсивного застосування мови, дає важливу інформацію про систему ціннісних орієнтацій сучасної людини, оскільки реклама, з одного боку, адаптується до відповідного лінгвокультурного середовища, а з іншого боку, – саме це середовище формує. У рекламному тексті знаходиться своєрідність національно-специфічної картини світу. Домінуючі ментальні установки, характерні певним культурно-історичним умовам, знаходять свій відбиток у рекламі, яка надає зворотний вплив на світоглядні установки конкретного соціуму. Вплив реклами на членів соціуму обумовлено системою спеціальних дискурсивних прийомів і широким поширенням реклами.

Таким чином, рекламний текст є набором лексичних одиниць, в якому закодований певний лінгвокультурний стереотип. Головним критерієм успішності реклами є те, що вона будується з опорою на найважливіші лінгвоментальні стереотипи та концептуальний план іміджу рекламованого товару чи фірми виробника. Тобто реклама є певним лінгвокультурологічним феноменом, який формується під впливом того чи іншого соціуму і відображає його унікальні культурні та національні риси, а також віддзеркалює національно-специфічну картину світу.

Іноземні мови використовуються в рекламі з самого початку її появи. Сьогодні англійська мова є найбільш широко використовуваною мовою в рекламі продуктів у країнах, де нею не розмовляють насамперед через її нейтральність та розповсюдженість глобального масштабу. Символіка сучасності є основною причиною використання англійської мови в рекламі в Китаї.

Щодо лексичних особливостей в китайській рекламі, то можна сказати, що вони полягають в тому, що рекламна китайська мова має свої унікальні словникові характеристики. А саме: великий вибір часто використовуваних слів, використання ідіом, приказок, віршів тощо.

Наприклад: “牙好，胃口就好，身体倍儿棒，吃嘛嘛香! (牙膏广告)” – для реклами зубної пасти.

Ідіоми є давнім елементом китайської мови і, як правило, з фіксованим значенням. Наприклад, використання квітів і дерев у рекламі часто може викликати почуття гумору, що подобається людям. Китайська поезія має довгу історію і подобається китайцям, тому використання відомих віршів

у рекламі не тільки надає нового значення цим віршам, але й розширює популярність продуктів. Наведемо декілька прикладів:

1. 天长地久, 蓝带啤酒。(蓝带啤酒广告) – *Довгий як небо, постійний як земля (реклама пива);*

2. 千里之行, 始于足下。(旅游鞋广告) – *Довгий шлях починається з одного кроку (реклама взуття);*

3. 百闻不如一见。(电视机广告) – *Краще один раз побачити аніж десять почути (телереклама);*

4. 路遥知马力, 日久见丰田。(丰田车广告) – *Кінь пізнається дорогою, а Тойота – часом (реклама для автокомпанії Тойота).*

У процесі довготривалої інформаційної комунікації мова сформувала певну граматичну специфікацію, і рекламні креативники можуть змінювати загальноприйняті правила граматики, щоб словосполучення набували творчого вираження. Зазвичай найбільш популярний шаблон в китайській рекламі – це більше коротких речень і менше довгих, за ним ще йде часте використання наказових та наказово запитальних речень. Деякі рекламні оголошення часто використовують низку запитань, щоб привернути увагу читачів, і закінчуються наказовими реченнями, у свою чергу, вони починаються з “будь ласка” та “ласкаво просимо”.

您想节约用电吗? 请选购××冰箱。 – *Хочете зекономити на електроенергії? Просимо купити холодильник.*

Його ефект часто перевершує ефект звичайних і прямолінійних декларативних пропозицій, що робить рекламний контент більш прийнятним. Ще одна тенденція в китайській рекламній мові – це використання незакінчених речень, бо рекламна мова вимагає простоти і стислості, кількість слів обмежена.

头屑服输了。(海飞丝洗发露广告) – *Лупу поборено (реклама шампуню)*  
У наведеному вище прикладі всього п'ять ієрогліфів.

У запропонованій роботі було проаналізовано загальні лінгвокультурологічні характеристики китайськомовного рекламного тексту. Як свідчить дослідження, стилістичні особливості рекламної китайської мови полягають в правильній римі, грі слів, повторі, перебільшенні, дуальності, антропоморфності.

## ОСОБЛИВОСТІ БУДДИЗМУ В КОРЕЇ

**Дубнова К. П.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Голець О. Я.**

*Кандидат філософських наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Корейський буддизм відрізняється від інших форм буддизму своїм намаганням удосконалювати ідеї своїх попередників. Наразі корейський буддизм складається переважно з варіації Сон-буддизму.

Сон-буддизм, також відомий як Дзен-буддизм, є формою буддизму Махаяни, що походить з Китаю і поширюється на Корею та Японію. Ця традиція зосереджує увагу на практиці медитації як основному засобі досягнення просвітлення. Він також наголошує на пріоритеті прямого досвіду над інтелектуальним розумінням і заохочує практиків досягати розуміння через неконцептуальне усвідомлення. Сон-буддизм наголошує на важливості відносин між вчителем та учнем, де передача дхарми від вчителя до учня є ключовою для практики Сон. У цій течії буддизму просвітлення не розглядається як раптовий або магічний досвід, але як поступовий процес культивування та очищення розуму (Kusan Sunim, 1985).

Хоча на початку свого розвитку в Кореї буддизм отримав широку підтримку і, навіть, був підтриманий в якості державної ідеології, але пізніше, в епоху Чосон, починає домінувати неоконфуціанство, а буддизм переживає епоху репресій. Лише після того, як буддійські монахи допомогли відбити японську інвазію в Кореї (1592–1598), переслідування буддистів припинилися.

Буддизм відіграв важливу роль в історії Трьох королівств Кореї. Першим із трьох королівств, яке прийняло буддизм, було Королівство Пекче. Це королівство також відіграло значну роль у поширенні буддизму до Японії, оскільки багато ченців Пекче подорожували до Японії та знайомили японців з буддизмом.

Буддизм в Когурьо був започаткований ченцем на ім'я Ічадон у 4 столітті нашої ери. Ічадон, який був родом з Пекче, був запрошений до Когурьо королем Сосурімом і почав навчати людей буддизму. Однак буддизм у Когурьо часто суперечив місцевим шаманським і конфуціанським віруванням, і правлячий клас періодично намагався придушити буддійське вчення.

В останньому із трьох королівств, Королівстві Сілла, буддизм вперше був представлений монахом на ім'я Адо в 5 столітті нашої ери.

Королівства Пекче, Когурьо та Сілла відіграли важливу роль у розвитку та поширенні буддизму в Кореї, і в цей період тут процвітали буддійське мистецтво, архітектура та філософія (Kang Su-mok, 2019).

Певну модернізацію традиції Сон можна побачити на початку 20 століття, коли корейські реформатори буддизму прагнули відродити та осучаснити традиційні практики цієї течії. Реформатори перебували під впливом як традиційного корейського буддизму, так і сучасної західної думки, включаючи християнську теологію та філософію. Вони прагнули зробити буддизм Сон більш доступним і розглянути сучасні соціальні та екологічні проблеми крізь призму буддизму.

У середині 20-го століття сонський буддизм у Кореї пережив відродження та зазнав подальшої модернізації, частково завдяки зусиллям впливових вчителів, таких як Син Сан (1927 – 2004), який заохочував соціальну активність та інтеграцію буддійських вчень в сучасне життя (Lee Chan Hun, 2006).

Відмінною рисою сучасного Сон-буддизму є його акцент на соціальній активності. Сучасні вчителі та практики Сон прагнуть застосувати буддійські принципи та практики до сучасних соціальних та екологічних проблем, таких як бідність, зміна клімату та порушення прав людини. Це

призвело до створення різноманітних організацій та ініціатив, таких як буддистський захист навколишнього середовища, міжконфесійний діалог та захист соціальної справедливості.

Крім цього, відмінною рисою сучасного Сон-буддизму є його відкритість до інновацій та експериментів. Багато сучасних вчителів і практиків Сон опираються на широкий спектр буддистських джерел, включаючи західну філософію, психологію та науку, щоб створити нові практики та підходи, актуальні для сучасного суспільства (Kusan Sunim, 1985).

Отже, в результаті інтеграції Сон-буддизму в традиційну корейську культуру, він став вважатися, швидше, філософією та культурним фоном, а не формальною релігією.

Таким чином, якщо рахувати світських віруючих або тих, хто перебуває під впливом віри, але не дотримується інших релігій, кількість буддистів у Південній Кореї вважається набагато більшою, ніж показує статистика.

Подібним чином, в офіційно атеїстичній Північній Кореї, хоча буддисти офіційно і становлять лише 4,5% населення, значно більша кількість (понад 70%) громадян знаходиться під впливом буддистської філософії та звичаїв (Lee Chan Hun, 2006).

Сучасний буддизм Сон являє собою еволюцію та модернізацію традиційних практик Сон, наголошуючи на безпосередньому досвіді пробудження, соціальної участі та інновацій. Ця традиція прагне інтегрувати буддистські вчення та практики з сучасним життям і суспільством, зберігаючи при цьому такі базові буддистські настанови як співчуття, мудрість і неприв'язаність.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

Kang, Su-mok (2019). *Korean Buddhism has its own unique characteristics different from other countries.*

<http://www.koreapost.com/news/articleView.html?idxno=9318>

Lee, Chan Hun (2006). *선종미학 연구.*

<https://www.kci.go.kr/kciportal/ci/sereArticleSearch/ciSereArtiView.kci?sereArticleSearchBean.artiId=ART001132042>

Kusan, Sunim (1985). *The Way of Korean Zen. Songgwang Sa Monastery.*  
<https://terebess.hu/zen/mesterek/Kusan.pdf>

#### **ОБРАЗ РОДИНИ У МОВНІЙ СВІДОМОСТІ УКРАЇНЦІВ ТА АНГЛІЙЦІВ**

**Дудкіна Д. Ю.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Терехова Д. І.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Родину визначають як природну спільноту, органічну єдність, соціокультурний феномен, що є носієм аксіологічних орієнтирів, соціальних норм і показником національної ідентичності. Для українців традиційно

родина має високу цінність, що відбито в їх мовній свідомості, культурі та звичаях. Традиції родини в англійців шанобливо зберігаються й передаються наступним поколінням.

Оскільки етнокультурні відмінності мовної свідомості можуть бути однією з головних причин відсутності порозуміння в міжкультурному діалозі, для ефективного міжкультурного контакту виявлення та дослідження етнічної специфіки мовної свідомості має велике значення. Крім того, репрезентація мовної свідомості у фразеологізмах, що стосуються людських цінностей, зокрема родини, досі є недостатньо вивченою, що і зумовлює **актуальність** дослідження.

У роботі розглянуто проблеми взаємодії мови, культури і мислення, які посідають одне із центральних місць у дослідженнях провідних лінгвістів, культурологів і філософів світу. Як комплекс вони формують поняття мовної свідомості.

Їх дослідження почалося лише на початку 70-х років ХХ століття і призвело до появи нових галузей наукового знання – когнітології, лінгвокультурології, етнолінгвістики, етнопсихолінгвістики тощо.

**Мета** дослідження полягає в комплексному описі, інтерпретації та диференціації образу родини у мовній свідомості українців та англійців, відбитій у фразеологічних одиницях.

Для досягнення мети необхідне поетапне вирішення **завдань**:

- з'ясувати сучасний стан досліджуваної проблеми, проаналізувавши науково-теоретичну та навчально-методичну літературу;
- проаналізувати різні підходи до розуміння мовної свідомості;
- виявити лінгвістичні засоби репрезентації мовної свідомості;
- відібрати фразеологізми, що репрезентують образ родини;
- інтерпретувати англійські та українські фразеологізми, що репрезентують образ родини;
- провести комплексний типологічний аналіз і виявити особливості мовної свідомості англійців та українців.

Для початку з'ясуємо, що таке мовна свідомість. Загальноприйнятою є думка, що мовна свідомість, як поняття, характеризує лінгвокультурну спільноту та кожного її представника. Крім того, кожна етнічна мова своєрідно відбиває мовну свідомість спільноти. Науковці по-різному визначають це поняття.

П. Шерфер говорить про феномен мовної свідомості наступне: “Поряд із вербальною комунікацією існує здатність і практика сприйняття, опису та оцінки певних аспектів вербальної комунікації. Іншими словами, це означає, що члени мовної спільноти мають наївне знання щодо певної мовної ситуації і про самих мовців” (Scherfer, 1983).

Б. Нойзіус вважав, що мовна свідомість стає такою центральною керуючою інстанцією мовної поведінки через той факт, що вона переробляє вербалізовані стани знань, досвід, оцінки та установки у своєрідні “інструкції з мовної поведінки” та в лінгвістичні судження, при цьому магістральною лінією комунікативної поведінки є пристосування до існуючих нормативних явлень (Neusius, 2008).

Тому мовну свідомість слід розглядати як соціальний феномен, який може залежно від суспільних та історичних факторів мати різний змістовний вираз. Отже, існують відмінності в мовній свідомості українців та англійців.

Національна специфіка мовної свідомості і мовної поведінки може пояснюватися своєрідністю культури народу та структурними особливостями мови. Найбільш яскраво національна специфіка свідомості та мовної поведінки відбивається у фразеології будь-якої мови. Так, фразеологічну картину світу розуміють як універсальний спосіб класифікації фразеологізмів на підставі лінгвістичних та екстралінгвістичних особливостей.

Ідіоми, прислів'я та вислови є важливою частиною кожної мови. Основою внутрішньої форми англійської ідіоми, як і української, є уявне світосприйняття, засноване на метафоричному тлумаченні генезису, традицій, звичаїв, ритуалів і вірувань з урахуванням психоповедінкових архетипів, емоційної та чуттєвої цілісності, свідомості носіїв англійської мови.

Таким чином, в основі багатьох образів, створених народною уявою, лежать спостереження за довкіллям, природою, поведінкою людей і тварин, відображення трудових процесів та повсякденних ситуацій, насамперед усе, що піддається рецепторному сприйняттю і створює національно-культурну мовну свідомість.

#### **ЛІТЕРАТУРА**

- Кочерган, М. П. (2000). *Вступ до мовознавства*. Академія.
- Потебня, О. О. (1985). *Естетика і поетика слова*. Мистецтво.
- Brenner, G. (2011). *Webster's new world American idioms handbook*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Neusius, B. (2008). *Language and language awareness in Croatia. Empirical research on today's Croatian in Zagreb*. LMU München.
- Scherfer, P. (1983). *Studies on the language awareness of Patois speakers in Franche-Compté*. Tubingen.
- Sperber, D., & Wilson, D. (1986) *Relevance: Communication and Cognition*. Blackwell.

### **ЗАСОБИ ВІДТВОРЕННЯ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ СОЦІАЛЬНО МАРКОВАНОЇ ЛЕКСИКИ ІТАЛІЙСЬКИХ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ**

**Душка А. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Філоненко Н. Г.**

*Доктор філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Поширення соціально маркованої лексики в сферу медіа відбулось через глобалізацію, а саме, через появу світової мережі Інтернет. Наразі, використання соціально маркованої лексики в газетних статтях, в журналах,



на телебаченні чи радіо, вже не викликає таку хвилю здивування, адже цей процес був розпочатий багато років тому і дійшов навіть до того, що слова, які раніше були незвичними, з часом увійшли до повсякденного вжитку.

У складі соціально маркованої лексики об'єднано лексичні одиниці із арго, жаргонів, сленгу, професійної лексики, неекспресивного просторіччя та суржику (Кабиш, 2007). Проте, для медійних текстів здебільшого характерне вживання саме сленгу, який використовується сьогодні навіть у державних виданнях.

Існує багато передумов проникнення сленгу та інших видів соціально маркованої лексики у медійні тексти, а також в інші сфери. Серед найпопулярніших Е. Партрідж у своїй праці виділяє наступні:

- вправління в дотепності чи в гуморі;
- можливість вирізнитися, проявити новизну;
- спосіб уникнути кліше або спосіб бути лаконічним;
- можливість збагатити мову;
- можливість надати ваги, конкретності чомусь абстрактному, приземленості – чомусь ідеалістичному, доречності – чомусь віддаленому;
- метод навчити когось бути дотепним, або додати додаткового значення чомусь, відмовити у чомусь;
- спосіб применшити, розвіяти урочистість, помпезність, надмірну серйозність розмови (чи письмового тексту);
- засіб пом'якшити трагедію, приглушити невідворотність смерті чи божевілля або замаскувати огидність очевидно негідних вчинків.
- можливість звертатися в усній та письмовій формі так, щоб було зрозуміло тим, хто знаходиться на щабель нижче, і водночас, щоб це розрадило вищу за соціальним рівнем публіку; або просто можливість підтримувати розмовний рівень з аудиторією;
- спосіб полегшити спілкування;
- спосіб викликати відчуття товариськості, яке матиме тривалий ефект;
- можливість показати чинсь необізнаність (Partridge, 1972, p. 6–7).

Повертаючись до вищенаведеного, варто зазначити, що деякі пункти наразі, на мою думку, не є актуальними. У наш час сленг, та соціально маркована лексика загалом, не використовується у медіа задля того, аби принизити когось та продемонструвати, що одна людина нижча за статусом ніж інша, проте, окремі пункти навпаки набули нового та ще більш важливого значення. До прикладу, медійні тексти наповнюються таким видом лексики задля того, аби текст був легким, дотепним та цікавим для сприйняття будь-якому читачу. Сленгізми надають текстам яскравості та приваблюють.

Важливо звернути увагу також на факт передачі іншомовної соціально маркованої лексики у перекладі. Безперечно, робота перекладача з таким видом лексики передбачає належну підготовку: знання соціокультурного контексту, розуміння побуту та повсякденного життя населення тієї чи іншої країни, а також базових знань з різних сфер. Без таких знань перекладач не зможе відповідним чином класифікувати та правильно передати мовну одиницю, адже деякі сленгові слова мають спільне звучання та написання з

стандартними лексичними одиницями, проте мають зовсім інше значення. У таких випадках недосвідченому або недостатньо підготовленому перекладачеві буде дуже легко допустити помилку та спалюжити зміст тексту оригіналу.

Найбільш поширеними способами перекладу соціально-маркованої лексики вважаються переклад за допомогою аналогу, описовий переклад та дослівний переклад (Ярошук, 2012).

До найпоширеніших слів, які вживаються в італійських медійних текстах належать: *mica male* – *непогано*, *che palle* – *як нудно*, *boh* – *не знаю* або *не впевнений*, *figo* – *крутий* або *неймовірний*, *tatna mia!* – фраза, що використовується для вираження здивування, *pirlla* – *дурень*, *cazzeggio* – *байдикування*.

З наведених вище прикладів, ми можемо зробити висновок, що соціально маркована лексика дуже рідко може бути передана дослівно. А також, вживаючи такі слова, необхідно бути обережним, адже не у всіх регіонах те чи інше слово сприймається однаково. Не зважаючи на це, соціально маркована лексика є досить поширеною та навіть корисною, оскільки додає медійним текстам сучасності та легкості у сприйнятті.

#### ЛІТЕРАТУРА

- Кабиш, О. О. (2007). *Зміни в семантичній структурі та функціонування маркованої лексики*. [Автореф. дис. канд. філол. наук, Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова].
- Ярошук, Л. (2012). Комп'ютерний сленг як форма молодіжного спілкування. *Актуальні проблеми романо-германської філології та прикладної лінгвістики*, 1, 156–164.
- Partridge, E. (1972). *Slang today and yesterday*. Routledge and Kegan Paul.

### ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ СТРАТЕГІЇ ТА ТРУДНОЦІ ВІДТВОРЕННЯ ЗАГОЛОВКІВ НАЗВ КНИГ

**Дятченко Д. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Никитченко К. П.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

У ХХ столітті почалося дослідження заголовків як форми мовлення. Осмислення поняття заголовка як частини тексту вже на той час було предметом раних теоретичних досліджень у галузі лінгвістики. Ключовими моментами були структура заголовків, граматика, цілі та способи вираження. Розуміння структурних компонентів мови, які взаємодіють один з одним, створюючи єдину мовну подію, має важливе значення для сучасного розвитку лінгвістики. Кожне повідомлення, яке може бути виражене фразою,

реченням або окремим словом, яке синтаксично структуровано в єдине ціле, слід розглядати як інформацію.

Назва художньої книги, що має привернути увагу та дати швидкий огляд сюжету, є першим, на що потенційний читач звертає увагу, коли бачить її. Декілька вчених пропонують свої власні інтерпретації опису назви, оскільки існує множинність варіантів. Через заголовок до тексту, згідно з висновками О. Макарової, можна включити головну тему, емоцію чи підтекст. Кожен заголовок має емоційне та інформаційне навантаження, і приблизно на 70% визначає бажання читача відкрити документ (Микитів & Попруга, 2010, с. 233–237).

Заголовок має значний вплив на читача і має вирішальне значення для розуміння змісту. Лінгвісти та дослідники виділяють кілька типів назв, зокрема:

- заголовок, який відображає головну ідею чи тему твору;

- імена персонажів;

- заголовки, які визначають сюжетну точку зору твору (Пономаренко, 2014, с.158).

На сучасному етапі можемо виділити групи назв творчих творів за кількома критеріями: поселання назв на конкретні аспекти творчого тексту; їхня залежність від елементів сюжету; їхня залежність від синтаксичних і граматичних якостей; їхня мета; їхня залежність від функцій імен; і їхня залежність від структурних характеристик.

Для розвитку професійних комунікативних здібностей читання літератури має вирішальне значення. Насамперед це служить джерелом інформації. Назва стисло відображає суть творчого тексту, дозволяючи читачеві передбачити зміст. Лексико-структурні компоненти художньої літератури використовують не лише наукову мову, а й суспільно-політичну, власне художню і навіть розмовну. Заголовки також відображають ці характеристики (Микитів & Попруга, 2010, с. 97).

Основними зовнішніми функціями заголовків є: репрезентація, сполучна роль і організація сприйняття читачем. Серед внутрішніх функцій можна виділити наступні: текстоутворююча; номінальна; функції ізоляції та завершення.

Знаковими є не тільки слова в назві художнього тексту, але й їх етичний зміст. Іншими словами, те значення, яке автор надав назві свого творчого витвору (Федорова, 2010, с. 70). Внутрішні функції, які переважають у заголовках, мають такі естетичні характеристики: допускаються символічні, алегоричні, узагальнюючі, типові, нульові назви, назви з ефектом оманливих очікувань і саркастичні назви.

Наступні естетичні значення застосовуються до заголовків, у яких домінують зовнішні функції: емоційна привабливість, та привабливість для рекламних цілей і епатаж (Пономаренко, 2014, с. 75).

Процес перекладу повільний і включає написання кількох потенційних перекладів перед вибором того, який перекладач вважає найбільш підходящим. Вивчення творчого мислення, основного компонента

перекладацької творчої діяльності, є одним із напрямків дослідження теорії перекладу.

Розглянемо етапи перекладацької творчої думки:

1. Підготовка, включаючи дослідження проблеми перекладу, збір довідкової інформації з проблеми та вивчення даних з різних джерел.

2. Інкубація або надання проблемі певного часу для просочування. На цьому етапі, як правило, доцільно відкласти вивчення проблеми, доки перекладач не виросте та не зрозуміє, як виконувати завдання перекладу.

3. Просвітлення, або поява ліків. Він може з'явитися нізвідки або розвиватися з часом як наслідок ретельного розгляду та дослідження багатьох рішень для вирішення проблем.

4. Перевірка, яка передбачає пошук і оцінку будь-яких додаткових альтернатив, які можуть бути використані під час перекладу. Також перевіряється придатність вибраного вибору перекладу (Калитюк, 2012, с. 564).

Наступні категорії можна використовувати при класифікації будь-яких проблем, що виникають під час виконання завдань перекладу, зокрема під час роботи із назвами: неологізми, помилкова вимова слів, неправильне використання прислів'їв та ідіом або неточне тлумачення цих виразів; трансгресія сенсу. Це стосується як застосування процесу методичного та послідовного перекладу, так і творчої діяльності (Карабан, 2018).

Таким чином, процес перекладу передбачає взаємодію трьох факторів: дотримання оригіналу, оригінальність і свобода перекладу. Аналіз наукових досліджень у галузі теорії перекладу показує, що точність визначається як збереження форми та об'єму, а правильність – як художня якість. Під час перекладу заголовків перекладачі використовують різноманітні винахідливі прийоми, які вимагають високого рівня винахідливості, а також практичної та теоретичної майстерності.

## ЛІТЕРАТУРА

- Калитюк, Л. (2012). *Теоретична граматики англійської мови*. РВВ “Колос” ХДАУ.
- Карабан, В. І. (2018). *Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми*. Нова Книга.
- Микитів, Г. & Попруга, Т. (2010). Інтерпретація газетних заголовків у сучасному інформаційному просторі. *Вісник Запорізького національного університету*, 1, 233–237.
- Пономаренко, Ю. (2014). Функціонально–типологічні особливості заголовків у друкованих засобах масової інформації.
- Федорова, Ю. (2010). Типи англійських газетних заголовків. *Вісник Маріупольського державного гуманітарного університету. Філологія*, 3, 133–138.

## СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ “АРГУМЕНТАТИВНА СТРУКТУРА” В СУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ СТУДІЯХ

**Дячук Ю. Р.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Любимова Ю. С.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Хоча кожен академічний твір є унікальним, але всі вони мають однакову мету: переконати читача в одній головній ідеї, забезпечити цілісність його дослідницького процесу й чітко висловити головний висновок. Які вони, найпоширеніші аргументативні структури, і яке місце займають у лінгвістиці?

Історії та систематизації вивчення аргументативних структур у лінгвістиці, присвячені праці Б. Левіна (2019), Р. Нордквіста (2020), М. Бауерман і П. Браун (2008), Я. Хуаня (2022).

Б. Левін зазначає, що термін “аргументативна структура” використовується на позначення лексичного представлення аргументованих лексичних одиниць (Levin, 2019). Аргументативна структура зазвичай вказує на кількість аргументів, які приймає лексична одиниця, їх синтаксичне вираження та семантичне відношення до цієї лексичної одиниці.

Р. Нордквіст вважає, що значення слова “аргумент” у лінгвістиці відрізняється від його звичайного вживання (Nordquist, 2013). У межах граматики, аргумент – це вираз або синтаксичний елемент у реченні, який доповнює значення дієслова. Іншими словами, він розширює те значення, що виражається дієсловом, і не є тим терміном, який передбачає дискусію, як у звичайному значенні цього слова.

Аргументативна структура здебільшого розглядається як проміжна ланка між семантично-рольовою структурою та структурою синтаксичної функції. Семантичні ролі несуть багато інформації, яка не є (або навряд чи) релевантною для синтаксису, тоді як структура аргументу зосереджується на синтаксично релевантній інформації.

Дослідниці М. Бауерман і П. Браун визначили основний фокус того, на чому зосереджені аргументативні структури, а саме – широкий масив семантичних учасників, які супроводжують дієслова, і як участь цих учасників відображаються на синтаксисі. Під учасниками мається на увазі підмет та прямий додаток, вони і служать аргументом для дієслів. Наприклад, у реченні “Таня копає м’яча”, “Таня” і “м’яч” є семантичними учасниками слова “копати”.

Розглянемо, як аргументативні структури фігурують у текстах. Відомо, що тема – це лексична одиниця, яка розташовується на початку речення, і як правило це відома інформація. Рема – це інші елементи, що знаходяться в реченні, і, зазвичай, це нова інформація. Дослідник Ян Хуань зазначає, що за тим, як автор визначить порядок теми та реми у тексті, буде

залежати як конструюватиметься контекст тексту та тлумачення тексту (Yang, 2022, с. 118).

Окрім того автор наголошує на інформованості, як один із семи критеріїв, які вибудовують аргументативний дискурс. Інформативність в основному стосується того, чи відома чи невідома реципієнту подана інформація. Якщо ступінь інформованості занижена, це зменшить інтерес до читання, а якщо занадто висока, це збільшить навантаження для читача (Yang, 2022, с. 119).

На додачу, Г. Н. Ліч та Дж. Свартвік вказують на важливу роль у цілісності речення та узгодженості семантики дискурсу відіграють займенники (Leech & Svartvik, 1974). “Вони”, “кому”, “їхні” – замінюють слова, що повторювалися в тексті раніше, таким чином, роблячи текст більш природно зв’язним. Таку саму роль відіграють сполучники, такі як: “також”, “тому”, вони чітко показують причинно наслідковий зв’язок, і тим самим закладають основу тексту. Ці слова-зв’язки діють як сполучна ланка між контекстом, що не тільки допомагає автору представити комунікативний намір тексту, але й допомагає читачам зрозуміти структуру тексту та поглибити свої знання.

Таким чином, у межах лінгвістики можна дати таке визначення для аргументативних структур: це ті структури, які супроводжують лексичні одиниці, дієслова, відповідають за їх семантичне вираження, та відіграють важливу роль у синтаксисі. Що стосується ваги аргументативних структур у текстах, то варто зазначити, що вони роблять текст більш природно зв’язним та підвищують читабельність та сприйняття для реципієнта.

## ЛІТЕРАТУРА

- Levin, B. (2019). *Resultatives and constraints on concealed causatives*. Unpublished manuscript. Stanford University.  
<http://web.stanford.edu/~belevin/jer17res.pdf>
- Nordquist, R. (2013, 14 червня). *What's an Argument in Grammar?* ThoughtCo.  
<https://www.thoughtco.com/what-is-argument-linguistics-1689003>
- Bowerman, M., & Brown, P. (2008). *Crosslinguistic Perspectives on Argument Structure: Implications for Learnability*. Erlbaum.
- Yang, H. (2022). The Application of Systemic Functional Linguistics in College English Argumentative Writing. *Educational Teaching / 教育教学*, 4, 118–120.
- Leech, G. N., & Svartvik, J. (1974). *A Communicative Grammar of English*. Longman Group Limited.

## АНГЛОМОВНІ ПРОМОВИ НОБЕЛІВСЬКИХ ЛАУРЕАТІВ У ПЕРЕКЛАДІ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

**Жукова Д. М.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Козяревич-Зозуля Л. В.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Стаття присвячена дослідженню англомовних промов Нобелівських лауреатів у перекладі на українську мову. Нобелівська лекція-промова готується в Університеті в Осло. Тексти лекцій Нобелівських лауреатів щорічно перекладаються багатьма мовами, що вкотре підтверджує міжнародну значущість та популярність та масштабність цієї події. Для того щоб достовірно та адекватно перекласти англомовну промову Нобелівського лауреата, потрібно ретельно проаналізувати обраний текст та особливості його перекладу.

Проаналізуємо промову Малали Юсафзай на врученні Нобелівської премії миру, яку вона виголосила в 2014 році в Норвегії. Ця промова є однією з найвідоміших і найвпливовіших промов у світі. Промова насичена риторичними прийомми, такими як риторичні запитання та ототожнення себе з аудиторією, що відображає тип дискурсу, який впливає на підтримку освіти дівчат і розширення прав і можливостей жінок. Запитання можна використовувати як риторичний засіб, і вони широко використовуються для того, аби створити переконливий ефект у виступах, наприклад:

*“Іноді люди люблять запитувати мене, чому дівчата повинні ходити до школи, чому це важливо для них. Але я думаю, що важливіше питання, чому вони не повинні? Чому ми не маємо права ходити до школи?”* (Nobel Lecture., с. 1).

Окреслюючи зміст промови Малали, можна сказати, що вона наголошує на правах дітей, позбавлених права ходити до школи, нерівних можливостях здобувати освіту і ходити до школи у таких місцях, як Пакистан, Індія, Сирія, Ірак, Газа тощо.

Тематично виступ можна поділити на декілька частин. У першій частині Малала розповідає своїм глядачам про своє походження та про те, як вона тяжко страждала, щоб отримати право на освіту. У другій вона проливає світло на суворі обставини дітей, загалом дівчаток, такі як дитяча праця, ранні шлюби дівчат і позбавлення права на освіту в країнах третього світу. Далі вона сподівається на крашу та якісну освіту для знедолених дітей та маргіналізованих дівчат.

Малала виголошує свою промову на основі своєї релігії та принципів. Крім того, вона згадує про іслам: *“Thank you to my mother for inspiring me to be patient and to always speak the truth – which we strongly believe is the true message of Islam.”* (Nobel Lecture., с. 1). Дякую моїй матері за те, що вона надихнула мене бути терплячою та завжди говорити правду – ми твердо віримо, що це істинне послання ісламу”.



При перекладі цього прикладу були використані такі перекладацькі трансформації як заміна синтаксичної конструкції та вилучення.

Використання цього посилання на ісламі говорить про те, що вона прив'язана до своєї віри, ідеології та добродесної етики та вірувань, з якими вона пов'язана.

Юсафзай багато разів говорить про свою віру і використовує вислів із Корану:

*“In the Holy Quran Allah says: if you kill one person it is as if you kill all of humanity? Do you not know that Mohammad, peace be upon him, the prophet of mercy, he says, “do not harm yourself or others.” (Nobel Lecture..., с. 1) – У Священному Корані Аллах говорить: якщо ви вб'єте одну людину, це все одно, що ви вб'єте все людство? Хіба ви не знаєте, що Мухаммад, мир йому, пророк милосердя, каже: “Не шкоди ні собі, ні іншим.”*

Текст перекладу здійснений за допомогою таких граматичних та лексичних трансформацій як вилучення, модуляція та заміна частини мови. У своїй промові Юсуфзай продовжує звертатися до своїх адресатів як до братів і сестер. Це релігійний метод звернення до людей, що формує зв'язок з аудиторією та міцний контакт між нею як оратором та її адресатами як однією родиною, що слухає її.” (Karasik, 1999, с. 15).

На прикладі цієї промови ми дійсно бачимо, що політичні активісти та громадські діячі дуже активно використовують у своїх промовах мистецтво риторики, щоб переконати свою аудиторію. Риторичні запитання та отождолення себе з аудиторією мають дійсно сильний переконливий ефект та допомагають змінити думку суспільства у боротьбі за чийсь права.

Проте, аби достовірно та адекватно перекласти промову Нобелівського лауреата, потрібно ретельно проаналізувати обраний текст та особливості цього дискурсу. У процесі аналізу текстів лекцій необхідно відзначити важливість перекладацького аспекту, за допомогою якого зберігаються та передаються культурні та національні особливості, що простежуються в тих чи інших жанрових та мовних параметрах та звернути увагу на перекладацькі трансформації, що були застосовані при перекладі.

## ЛІТЕРАТУРА

- Grenager, S. A. (2016). “One book, one pen, one child, and one teacher can change the world!” A study of personal pronouns, modality and rhetorical devices in a selection of Malala Yousafzai's speeches. (M.A). The University of Oslo.
- Karasik, V. I. (1999). *Religious discourse / Linguistic personality: problems of linguoculturology and functional semantics: Collection of scientific tr Peremena.*
- Nobel Lecture by Malala Yousafzai (2014).  
[http://www.nobelprize.org/nobel\\_prizes/peace/laureates/2014/yousafzai-lecture\\_en.html](http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/peace/laureates/2014/yousafzai-lecture_en.html).
- Borbotko, V. Ġ. (1981). *Elements of the theory of discourse.* Publishing house of the Chechen-Ingush State University,

## **ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНСТРУКЦІЙ З УСІЧЕНИМ ІНФІНІТИВОМ В ТУРЕЦЬКИХ ВІЙСЬКОВО-ПОЛІТИЧНИХ ТЕКСТАХ**

**Забара О. О**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Пілик В. В.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Тексти, що стосуються військових питань, мають строгі жанрові вимоги і призначені для професійної аудиторії. Вони характеризуються чіткістю і точністю, але не містять виразності. Такі тексти призначені виключно для військових фахівців, які мають достатній рівень знань, аби тлумачити їх відповідно до намірів відправника повідомлення. Оскільки правильна інтерпретація військового тексту має життєво важливе значення, то такі тексти повинні містити конкретні формулювання, щоб уникнути двозначності і можливості різних тлумачень. Саме через цю особливу специфіку в написанні, військово-політичні тексти досліджуються лінгвістами на лексичному, граматичному, синтаксичному рівнях.

У турецькомовних військово-політичних текстах застосовується низка правил та конструкцій, щоб забезпечити точний та чіткий виклад матеріалу. Ці риси роблять військові тексти унікальними серед інших. Турецькі військові тексти мають свою власну синтаксичну структуру. Проведене дослідження дозволяє виділити загальні особливості військово-політичних текстів: використання безособових форм, відсутність висловлювань від першої особи, використання пасивного стану, широке застосування спеціалізованої термінології та переважне вживання інфінітивних конструкцій.

Присудкові форми дієслова є предметом синтаксису, а неприсудкові форми – предметом морфосинтаксису (тобто синтаксису клаузи). На основі клауз в турецькій мові будуються різні інфінітивні конструкції. Клауза може бути: а) інфінітивною, тобто це означає, що вона по суті не має свого окремого суб'єкта; б) усічено-інфінітивною, яка має свій окремий суб'єкт, що поєднується з предикатом за допомогою ізафету. Інфінітив і усічений інфінітив із погляду значення і функцій у реченні є одним і тим самим явищем. Вони відрізняються один від одного за тією ознакою, що інфінітив не може мати окремого суб'єкта, позначаючи дію, не пов'язану з жодним діячем або ж дію, виконвану тим самим діячем, що є діячем усього речення. Підмет клаузи не оформлюється афіксом родового відмінка тоді, коли: 1) слово, що позначає прямий об'єкт дії, безпосередньо прилягає до дієслова; 2) слово перебуває в однині (зрідка – у множині) і позначає кількісно невизначений (або ж незліченний), невідомий об'єкт чи одиничний об'єкт у супроводі неозначеного артикля *bir*. (Сорокін, С. В., 2018). За допомогою поєднання інфінітива або усіченого інфінітива з післяйменниками утворюються синтаксичні конструкції, які у свою чергу становлять основу

низки обставинних клауз. У турецькій мові майже немає складнопідрядних речень, тому в більшості випадків такі типи речень передаються через спеціальні конструкції, тобто клаузи.

Як ми зазначали вище, військово-політичні тексти мають таку синтаксичну структуру, особливістю якої є переважне використання саме безособових речень. Це свідчить про те, що усічено-інфінітивні конструкції з окремим суб'єктом вживаються досить рідко, хоча усічено-інфінітивні клаузи в пасивному стані, де актант є неживою істотою вживаються часто: "*Uzun süren müzakerelerin ardından, iki ülkenin liderleri arasında sınır bölgelerinde askeri faaliyetlerin azaltılmasına yönelik bir anlaşma imzalandı. Bu sayede ülkeler arasındaki gerilimi azaltmak ve barışçıl ilişkileri korumak mümkün olacak.*" – Після тривалих перемовин між лідерами двох країн, було підписано договір про зниження військової активності в прикордонних регіонах, що дозволить зменшити напруження між країнами та зберегти мирні відносини.

У турецькомовних військово-політичних текстах поширеними є такі усічено-інфінітивні конструкції:

1) -ması için, яка використовується для передачі мети, або цілі: "*İç güvenliğin sağlanması için tedbirler alınacak*" – Будуть прийняті заходи для забезпечення внутрішньої безпеки.

2) -ması şartıyla, що слугує для вираження умови, яку необхідно виконати, щоб реалізувати іншу дію. "*Ukrayna, Rusya ile olan askeri çatışmaları sonlandırmak için ateşkes antlaşmalarına uymayı kabul etti. Ancak ateşkesin süresiz olarak devam etmesi, Rusya'nın işgal altındaki Kırım'ı geri vermesi şartıyla mümkündür.*" – Україна погодилася дотримуватися перемир'я для припинення військових конфліктів з Росією. Однак припинення вогню можливе лише за умови повернення Росією окупованого Криму.

3) -ması nedeniyle, що має причинне значення: "*Savaş sırasında Boşnak halkına gönderilen yardımların Saraybosna Uluslararası Havaalanı'ndan kente ulaştırılmaması nedeniyle havaalanı ile Butmir bölgesi arasında kalan 800 metrelik alana tünel kazılmasına karar verilmiştir.*" – Через те, що допомога, надіслана боснійському народу під час війни, не могла бути доставлена в місто з міжнародного аеропорту Сараєво, було прийнято рішення прокопати тунель на 800-метровій ділянці між аеропортом і районом Бутмір.

4) -ması durumunda, яка передає умову, за якої дія відбувається. Наприклад: "*Askerler, saldırıya uğraması durumunda, hemen karşılık verecekler*" – Солдати негайно відповідатимуть на атаку, якщо вона станеться.

Отже, турецькомовні військово-політичні тексти, мають чітку та регламентовану специфіку граматичної побудови речень. Для коректного формулювання речень, у яких домінує прагнення до стислості й конкретності, необхідно знати низку особливостей жанрово-стилістичного характеру.

## ЛІТЕРАТУРА

Сорокін, С. В. (2018). Функціональна типологія клаузи в сучасній турецькій мові. *Мова і культура*, 51–63.

## ТЕМА ФЕМІНІЗМУ В КИТАЙСЬКІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ НА ПОЧАТКУ ХХ СТ.

**Загребнюк Є. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Пророченко Н. О.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Початок ХХ ст. в Китаї був часом значних змін і нестабільності. На фоні кризи Цінської імперії набувають поширення ідеї національного відродження і демократичні рухи. Вони стають каталізаторами політичних і суспільних змін. Серед таких змін виділяємо активізацію феміністичного руху. Його втіленням, зокрема, стала поява жіночої преси.

Жіноча преса – періодичні видання, призначені для жінок, що постали [...] з потреб жіночого руху ширити через пресу ідеї фемінізму і одночасно відстоювати й висвітлювати інтереси жінок-матерів і господинь (Залізнякава, 1957).

Статус першого жіночого журналу Китаю належить “Нюйбао” (трад. 女報; укр. жіночий журнал), що з’явився у 1898 р. як безкоштовний додаток до журналу антиімперського спрямування “Субао”. У 1899 р. видання припинило функціонування через цензуру, проте у 1902 р. його випуск поновили у Шанхаї і, з оновленою назвою, “Нюйсюебао” (трад. 女學報; укр. журнал жіночих досліджень) воно стало окремим журналом. Його редакторка та засновниця Чень Сефень активно пропагувала ідею природної краси жінок. Традиційний ідеал жіночої краси, був пов’язаний з фізичною слабкістю. Це розвинулося в традицію бинтування ніг – китайські жінки чинили насильство над власними тілами. Але справжня краса, стверджувала Чень, залежить у першу чергу від доброго здоров’я.

Важливою темою жіночої публіцистики були національні ідеї. Авторки статей були переконані, що питання національного відродження справа не тільки чоловіків, що національне звільнення і прогрес забезпечуватимуть і соціальну рівність жінок.

Найактуальнішим питанням тогочасної жіночої преси була проблема доступності освіти для жінок. Феміністки були переконані, що саме більші можливості в освіті для жінок Європи та Америки стали перевагою країн Заходу, адже таким чином вони змогли активізувати максимальний потенціал свого суспільства, не обмежуючи його жіночу половину. На початку ХХ ст. жіноча освіта в Китаї вважалася непотрібною і можливості її здобуття були обмеженими. Однак це почало змінюватися з впливом західних ідей і розвитком революційних рухів 1900-х років. Незважаючи на ці зміни, жіночій освіті все ще перешкождали традиційні погляди та соціальні норми, які вважали жінок неповноцінними та обмежували їх виконанням домашніх ролей. Протягом тисячоліть китайських жінок вчили, що підкорення чоловікам є природним і правильним, а їх місце – в межах домашніх стін. Жінка повинна була жертвувати власними інтересами

заради потреб інших членів сім'ї. Вона не мала незалежної ідентичності поза шлюбом і родиною.

У своїх статтях авторки пов'язували освіту жінок і національний добробут. Жінки повинні отримати освіту, адже саме вони є матерями китайської раси, майбутніх громадян Китаю. Жіноча публіцистика також намагалася підняти рівень знань своїх читачок. У журналах висвітлювали місцеві та закордонні новини, писали про науку, гігієну, дитячий розвиток, освіту, біографії видатних особистостей. Публікували детальну інформацію про жіночі школи, поширювали відомості про вступні вимоги, оплату, курси та дати вступних іспитів.

Найвідомішим прикладом тогочасної жіночої преси є “Чжунгуо ньюйбао” (трад. 中國女報; укр. журнал китайських жінок), що був заснований поетесою і революціонеркою Цю Цзінь у 1907 р. Цю Цзінь вважала, що жінки змирилися зі своєю рабською долею через економічну залежність, проте часи змінилися і така залежність тепер не є неминучою. Цілеспрямовані жінки могли отримати можливість працювати, наприклад, вчителювати. Раніше жінки мали бути задоволеними своїм обмеженим життям, бо вони жили в ізоляції і навіть не знали, що існують альтернативи. Авторка наголошує на важливості поширення знання про можливості самореалізації для жінки. Цю Цзінь підкреслює необхідність економічної незалежності жінки як особистої потреби, а не лише як внесок у розбудову економіки країни.

Ідеї фемінізму поширював і журнал “Тяньїбао” (трад. 天意報; укр. журнал вищої справедливості). У матеріалах видання наголошувалось, що застосування лише сучасної освіти є недостатнім для звільнення китайських жінок. Для досягнення цієї мети потрібні фундаментальні зміни у структурі китайського суспільства.

Ідею “сімейної революції” пропагував заснований в 1903 р. “Нюйци шицзе” (трад. 女子世界; укр. жіночий світ). Вона полягає в супротиві багаторівневому гнобленню жінки, яке традиційно здійснюють батько, брат, свекор та чоловік. Першим кроком до цього могла б стати свобода шлюбу як відправна точка для майбутнього розвитку прав жінок.

Усі ці журнали мали спільну проблему – через низький рівень письменності серед китайського жіноцтва, читацька аудиторія була обмежена лише освіченими заможними жінками. Редакторки чітко усвідомлювали, що вони звернулися до аудиторії, чий рівень компетентності в складній літературній мові переважно є нижчим, ніж у читачів-чоловіків. Рішенням став поділ статей на дві частини: одна у класичному викладі, друга – спрощеною мовою. Проте, слід визнати, що, жіноча преса залишалася популярною в передових колах інтелігенції, а не серед представниць нижчих класів, до яких вона в першу чергу зверталася. Незважаючи на це, сам факт існування жіночої преси є важливим індикатором змін у китайському суспільстві початку ХХ ст. Ці журнали обґрунтували зв'язок між феміністичним рухом і націоналізмом. Права жінок відтепер стали нерозривно пов'язаними з добробутом Китаю.

## ЛІТЕРАТУРА:

- Залізняка, О. (1957). *Жіноча преса / Енциклопедія українознавства: Словникова частина*. Ч. 2.
- Beahan, C. L. (1975). *Feminism and Nationalism in the Chinese Women's Press, 1902–1911*. Wichita State University.
- Ma Yuxin. (2010). *Women journalists and feminism in China, 1898–1937*. Cambria Press.
- Mittler, B. (2004). *A Newspaper for China? Power, Identity, and change in Shanghai's News Media, 1872–1912*. Harvard University Asia Center.

## ФЕНОМЕН ЖІНОЧОГО ТІЛА ЯК СИМУЛЯКР В СУЧАСНОМУ СОЦІАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ

**Заславська К. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Саволайнен І. П.**

*Кандидат філософських наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

В дискурсі постмодерну сучасне суспільство постає як суспільство споживання, де образи дійсності, перетворені за допомогою медіа, створюють псевдореальність, псевдоісторію, псевдокультуру, копії та симулякри. Гіперреальність постає штучною, віртуальною реальністю, що володіє “надлишком” реальності, яка діє на справжню реальність руйнівно (Бодрийяр, 2006). Образи реальності перетворюються у знак, який охоплює всі сфери життя людини: від матеріальних предметів до культури, природи, соціальної реальності, симулюючи, імітуючи, маніпулюючи цими знаками. З одного боку, це немов би оволодіння реальністю, з іншого – нищення її, насичення її іншими конотаціями, поза поняттями істини, надання статусу видовища. У засобах масової інформації реальні події замінюються псевдореальністю, яка має вже зовсім інший ритм життя, цілі і функції. І такі явища стосуються не лише об’єктивної реальності, а й відчуття самого себе, власної тілесності як культурного, індивідуально-психологічного та смислового складника людської істоти.

Так, Ж. Бордіяр у своїй праці “Суспільство споживання” наголошує на зростаючій ролі пропаганди культури тіла через ЗМІ та реклами в суспільстві. Мова йде не про реальне тіло, а тіло-фантом, тіло-товар. В постмодерні “соматичне” розглядається як природне (детерміноване), соціальне (здатне до різних видів діяльності) і культурне тіло (Бодрийяр, 2006).

У сучасну добу тіло виступає у двох іпостасях: тіло як Капітал і тіло як Фетиш. Тіло-капітал потребує інвестиції для того, щоб приносити прибуток. Тіло-фетиш – це “найпрекрасніший, найдорогоцінніший, найяскравіший” об’єкт споживання, котрий більше за всіх інших навантажений конотаціями.

Ціла індустрія краси з найсучаснішими медичними послугами естетичного спрямування, фармакологія, фітнес, культура, мода, дієтологія тощо задіяні у формуванні всезагальної ідеї, що зовнішня привабливість, стрункість та доглянутість є запорукою статусу, ознакою престижу.

Експлуатація образу жіночого тіла в рекламі, кінематографі, світі моди перетворює реальне жіноче тіло в профанацію жіночого образу, в об'єкт інвестицій, що приносить прибуток. Культ тіла зайняв місце душі! Тіло як найпрекрасніший об'єкт споживання. Перед нами спроба перевідкриття феномену соматичного з позицій фізичного і сексуального звільнення.

Відчуття своєї тілесності є відчуттям самого себе. В тисячолітній традиції людської цивілізації людина через тіло являла себе світові та набувала якостей, характеристик, властивостей, які лягають в основу її ідентичності (Мерло Понті, 2001).

В кінці – ХХ поч. ХХІ ст. ставлення до тіла істотно трансформуються. Людина починає носити своє тіло як сукню, відсилаючи нас у такий спосіб до ефекту моди. Масова культура нав'язує ідею споживання без обмежень, прагнення до насолоди об'єктивізації і актуалізації Я. Краса перетворилася на абсолютний імператив. Така етика краси веде до спрощення всіх цінностей, до цінності знаку і одночасно до нарцистичного ставлення до власного тіла.

Тілесність сучасної людини значною мірою формується під впливом консюмеристської ідеології суспільства споживання. Масова культура пропагує споживання без обмежень, у ній немає місця відмові від бажаного, для неї характерне прагнення насолоди, бажання наочно виразити та актуалізувати власне Я. Як товар на ринку, тіло повинно мати відповідну товарну естетику – на ньому не має бути ознак старіння, зношеності чи хвороби. Масова культура інтерпретує тіло як знак, надаючи йому не лише таких значень, як краса, здоров'я, жіночність, мужність, а й успішність, престижність, матеріальна спроможність тощо (Сінкевич, 2016).

Властиве нарцисам обожнення власного тіла виявляється щодня у тисячі дрібниць: переживання через вік і зморшки, піклування про фігуру, здоров'я, гігієну, ритуали контролю (check-up) і догляду за собою (масаж, сауна, режим дня, культове відвідування солярію і зловживання послугами лікарів і фармацевтів). Найвний сьогодні страх перед старістю і смертю (“імператив молодості”) є складовим елементом неонарцизму (Сінкевич, 2016).

Уявлення про жіноче тіло, як симулякр, є одним із проявів гендерної нерівності та патріархальної культури. Жінки часто відчувають тиск і невдоволення щодо своєї зовнішності, оскільки стандарти краси, що нав'язуються масовою культурою, є нереалістичними та важкодоступними.

Однак, таке уявлення про жіноче тіло є дискримінаційним і несправедливим, оскільки жінки повинні мати можливість приймати свої тіла такими, які вони є. Це допоможе зменшити тиск і невдоволення, які відчувають жінки щодо своєї зовнішності. Це може сприяти підвищенню самооцінки і самоповаги жінок, а також підвищити відчуття гідності і рівноправності в суспільстві.



## ЛІТЕРАТУРА

- Бодрийяр, Ж. (2006). *Общество потребления. Его мифы и структуры*. Республика; Культурная революция.
- Мерло-Понті, М. (2001). *Феноменологія сприйняття*. Український Центр духовної культури.
- Сінькевич, О. Б. (2016). Ідентифікація практики масової культури: філософський аналіз. [Дис. д-ра філос. наук Львівський національний університет імені Івана Франка].

## СТРУКТУРНО-МОВЛЕНЕВА СПЕЦИФІКА ДРАМАТИЧНОГО ДІАЛОГУ В УКРАЇНСЬКОМОВНИХ ПЕРЕКЛАДАХ СУЧАСНИХ БРИТАНСЬКИХ ДРАМАТИЧНИХ ТВОРІВ

**Зварич М. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Галич О. Б**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Термін діалог можна визначити як вид мовленнєвої діяльності. Функції діалогу зазвичай відбуваються при спілкуванні між співрозмовниками та є результатом послідовного чергування різних реплік, стимулюючих або реагуючих. До характерних рис діалогу, зазвичай, відносять: універсальність, ситуативність, контекстуальність, мимовільність, прагматичну спрямованість та низьку організованість.

Проблеми відтворення діалогічного мовлення при перекладі тісно пов'язані із сутністю діалогу. Діалог – це конкретне втілення мови через певні засоби, такі як: форми мовленнєвого спілкування, виявлення мовленнєвої діяльності, форма існування мови. Діалог є дуже складним та дискусійним об'єктом для аналізу, тому що існує проблема визначення його текстових кордонів. Складність та важливість ролі перекладача полягає в тому, щоб не створити новий твір за мотивами оригіналу, а відтворити художню своєрідність твору та задум автора засобами іншої мови (Корунець, 2003, с. 14).

До основних рис та умов існування перекладу відносяться: збалансованість смислової інформації текстів оригіналу та перекладу, а також їх функціонально-комунікативна рівнозначність. Основною функцією діалогу є відображенні безпосереднього спілкування між людьми або персонажами художніх творів. Драма – один з основних жанрів художньої літератури, формує складне комунікативне явище таке, як драматичний дискурс. Дискурс – також текст, який складається з комунікативних одиниць мови, а саме, з речень та їх об'єднань, котрі знаходяться в смислому зв'язку та сприймаються як цілісне утворення.

Переклад діалогічного мовлення драматичних текстів можна порівняти з акторським мистецтвом. Саме при перекладі втілюється задум, який

міститься в художньому творі, за допомогою засобів іншої мови. Перекладач намагається максимально творчо передати авторську мову, інтонації, смислові нюанси. При перекладі діалогів необхідно оптимально виразно та впізнавано відобразити процес спілкування між персонажами і не втратити якості, що притаманні оригінальному твору. Для максимального ефективного перекладу перекладач повинен зрозуміти та відчувати кожен образ (Потреба, 2012, с. 78)

Перекладач повинен звертати увагу не лише на мовні ресурси та зміст, а й на комунікативну ситуацію. Основною проблемою при перекладі діалогів з англійської мови на українську є реєстри спілкування. В українській мові, яка вживається в побуті, реєстри спілкування більш дрібні ніж в англомовному побуті. Саме тому їх застосовують в перекладі виходячи з обставин розмови та характеру персонажів, а не лише відштовхуються від значень слів та фразеологізмів.

Досягти природності діалогу можна лише з урахуванням комунікативної ситуації. Регістр спілкування взагалі вважається найважливішою частиною перекладу діалогу. Коли відбувається переклад драматичних текстів з англійської мови на українську в багатьох перекладачів постає проблема вибору, чи повинні персонажі, які в оригінальному творі звертаються один до одного “you”, звертатись один до одного на “ви” або на “ти” в українськомовному перекладі? Обрання реєстру призводить до певних обмежень при виборі стилістичних засобів. Виключно мовні засоби дають загальне уявлення про те, якого реєстра слід дотримуватися в процесі перекладу діалогу.

Комунікативна ситуація – це більш надійний орієнтир, який потрібно використовувати при перекладі діалогу. В цьому випадку краще використовувати не тільки значення слів та фразеологізмів, а також намагатися розрізнити наміри мовця, ставлення мовця до співрозмовника, психологічний портрет мовця (Карпенко, 2014, с.81)

Труднощі при перекладі можуть виникати з різноманітних причин, наприклад, перекладач не володіє попередньою інформацією, яка раніше вже була сказана персонажем або не може зрозуміти емоційну складову учасників діалогу, або не впевнений в побудові репліки, які засоби доречно використати – граматичні або лексичні?

Робота над перекладом діалогічного мовлення повинна бути поетапною та базуватися на чіткому розумінні, що міститься в кожному етапі. Потрібно розмежовувати такі поняття при перекладі діалогів: сприйняття, інтерпретація, розуміння. Також необхідно пам'ятати про наступне, що реципієнт, тобто читач, повинен зрозуміти сенс вкладений в вихідний текст. Таким чином, основою перекладів діалогів є максимальна функціонально-комунікативна еквівалентність, смислова збалансованість, рівноцінність між оригіналом тексту та його перекладом (Дробаха, 2017, с. 196)

Оскільки драматичні твори подаються у формі діалогу між персонажами, їх відтворення вимагає від перекладача як адекватності перекладу та передачі національно-культурних аспектів спілкування, так і їх практичних особливостей, а головне завдання професійного перекладача – якомога повніше передати як зміст, так і колорит драматичного твору.

## ЛІТЕРАТУРА

- Карпенко, С. Д. (2014). *Основи теорії мовної комунікації* (Методичні вказівки за кредитно-модульною системою навчання для студентів напряму підготовки “Філологія”). Білоцерківський національний аграрний університет.
- Дробаха, О. В. (2017). Еквівалентність у сучасному англо-українському перекладі / *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія, 34*, 195–199.
- Корунець, І. В. (2003). *Теорія і практика перекладу* (аспектний переклад): Підручник. Видавництво “Нова Книга”.
- Потреба, Н. А. (2012). Лінгвокультурна адаптація художнього тексту / *Філологічні трактати, 4(2)*, 78–81.
- Ніконова, В. Г. (2017). Проблема адекватності перекладу художнього тексту: типи міжмовної мовленнєвої кореляції / *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія, 34*, 21–27.

## ЗАГОЛОВКИ АНГЛОМОВНИХ І УКРАЇНСЬКОМОВНИХ НАУКОВИХ СТАТЕЙ З ФІЛОЛОГІЇ: СИНТАКСИЧНИЙ АСПЕКТ

**Ісаєвич Д. Ю.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Коломієць В. О.**

*Кандидат психологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Заголовок є одним із семи обов'язкових структурних компонентів наукової статті, який виконує дві функції: рекламну та інформативну (Курило, 2016). За допомогою заголовка автор не тільки висвітлює основний зміст наукової публікації, допомагає читачеві прогнозувати зміст тексту і скеровує сприйняття викладеної у ньому інформації, але й приваблює увагу читача до тексту статті. Проте, незважаючи на їхню комунікативну значущість, заголовки наукових статей все ще залишаються на периферії лінгвістичного аналізу. Зокрема, недостатньо досліджені особливості заголовків, пов'язані зі специфікою галузевої приналежності наукових публікацій, мало уваги приділяється аналізу цих заголовків у міжмовному зіставному аспекті.

Це зумовлює актуальність нашої розвідки, метою якої є порівняльний аналіз синтаксичних особливостей заголовків англomовних і українськомовних наукових статей з філології.

Матеріалом дослідження слугували 311 заголовків наукових статей, опублікованих у 2022 році в авторитетних українських і зарубіжних

журналах “Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика”, “Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки”, “Лінгвістичні дослідження”, “Лінгвостилістичні студії”, “Мовознавство”, “Записки з українського мовознавства”, “Language in Society”, “Journal of Phonetics”, “Syntax”, “Morphology”, “Language”, “Language and Literature: International Journal of Stylistics”. Всього було проаналізовано 155 заголовків українською мовою і 156 заголовків англійською мовою, вилучених із вищезгаданих видань шляхом суцільного добирання.

Порівняння заголовків здійснювалось за трьома параметрами: довжиною, архітектонікою і синтаксичною структурою.

Українськомовні заголовки наукових статей з філології є дещо коротшими, ніж заголовки аналогічних текстів у англомовних журналах. Середня довжина українськомовних заголовків складає 8,3 слова, в той час як середня довжина англомовних заголовків – 10,6 слова. Довжина українськомовних заголовків варіює від 4 до 16 слів, довжина англомовних заголовків – від 2 до 35 слів.

Аналіз заголовків за архітектонікою дозволив виділити одночастинні заголовки, які являють собою одне речення, і двочастинні та багаточастинні заголовки, які складаються з двох або більшої кількості речень, розділених за допомогою таких знаків пунктуації як двокрапка, дужки, знак питання або тире.

Одночастинні заголовки більше характерні для українськомовних статей, вони становлять 63,87% від досліджуваної вибірки. Серед англомовних заголовків їх майже удвічі менше – 36,53%. У англомовних філологічних журналах, навпаки, частіше зустрічаються двочастинні заголовки, які складають 62,57% вибірки. В українськомовній вибірці таких заголовків лише 34,62%. Багаточастинні заголовки, до складу яких входить три речення, зустрілися лише в українськомовній вибірці (1,92%). Середня довжина одночастинних заголовків англійською і українською мовами є майже однаковою: 8,1 і 7,7 слова відповідно. А двочастинні англомовні заголовки в середньому трохи довші, ніж українськомовні: 11,7 і 9,1 слова відповідно.

В обох вибірках частини дво- і багаточастинних заголовків найчастіше розділяються двокрапкою, але якщо в англомовній підвибірці вона абсолютно домінує (92,78% заголовків), в українськомовній підвибірці двокрапка вживається у 75,93% сегментованих заголовків. Другим за частотністю вживання розділовим знаком в українськомовних сегментованих заголовках є дужки (22,22%), які жодного разу не зустрічаються в англомовній підвибірці. Вживання знаків питання нечисленне в обох підвибірках (1,85% в українськомовній і 4,12% в англомовній), тире і крапка зустрічаються лише в англомовній підвибірці: 2,6% і 1,3% відповідно.

Домінуючим синтаксичним типом одночастинних українськомовних заголовків є прості номінативні речення (94,95% підвибірки), інші синтаксичні типи нечисленні. Англомовні одночастинні заголовки характеризуються більшою варіативністю. Хоча в цій підвибірці теж

домінують прості номінативні речення, їх частка є меншою – 75,44%. 12,28% англомовних одночастинних заголовків – це прості дієслівні речення, 7,02% – прості двоскладні, 3,51% – складносурядні речення.

Двочастинні заголовки являють собою різні комбінації синтаксичних типів одночастинних заголовків, при цьому кількість таких комбінацій в англомовній підвибірці є дещо більшою, ніж в українськомовній: відповідно 13 і 10. В обох підвибірках домінує комбінація двох простих номінативних речень (42,59% в українськомовній і 53,61% в англомовній). В українськомовній підвибірці досить частотними є також комбінації простого номінативного і простого приєднаного речень (18,52%) та простого номінативного і складносурядного речень (14,81%), а в англомовній підвибірці – комбінації простого дієслівного і простого номінативного речень (12,37%), простого двоскладного і простого номінативного речень (9,28%), і простого номінативного та простого дієслівного речень (6,19%).

З наведеної вище інформації можна зробити висновок, що незважаючи на наявність схожих структурних і синтаксичних типів, між англомовними й українськомовними заголовками наукових статей з філології існує низка суттєвих відмінностей, які стосуються, зокрема, варіативності структурних і синтаксичних типів заголовків і частотності їх використання в англомовному і українськомовному наукових дискурсах.

## ЛІТЕРАТУРА

Курило, Л. В. (2016). Структурні і стилістичні характеристики англомовних наукових статей. *Іноземні мови, 1*, 18–23.

## ЖАНРОВО-КОМПОЗИЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ РОМАНУ ДАРІЇ ПІСКОЗУБ “МАШИНА”

**Каленюк Ю. М.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Мейзерська Т. С.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Роман “Машина” Дарії Піскозуб (2020) є яскравим зразком сучасного українського технофентезі. У творі відображено життя вікінгоподібного племені, що прагне вижити у світі, яким керує штучний інтелект Машина.

Жанрово-композиційні особливості в жанрі технофентезі доволі тісно пов'язані з фентезі, хоч і мають свою родзинку – технології. Науковці дійшли висновку, що виокремлювати лише певні сталі ознаки жанру неможливо, оскільки епохи й події історії часто вносять свої корективи. Загалом серед жанрових особливостей технофентезі можна виділити такі:

1. *Неіснуючий світ, який володіє властивостями, неможливими в нашій реальності*

У романі це світ Машини, яка керує долями всіх людей, що певним чином нагадують вікінгів: *“Не тобі вирішувати, як повинно бути, а Машині... Машина сама обирає свого... чи то пак своїх фаворитів”* (с. 9, 14). Лише окрема верства, жреці, можуть мати найбільший дар – *“бачити спогади життя попередників”* (с. 27), але такі знання мають свою вартість: *“... божевілля – причина його розуміння Машини”* (с. 35).

## **2. Використання прогресивних технологій, у яких є частина магії, що в свою чергу не потребує наукового обґрунтування**

Доволі чітко ця особливість простежується у винаходах, таких як: шинаїтова стріла, що руйнує зв'язок зітканого з ткачем; шинаїт – металевий порошок, який використовується племенами для блокування ткацтва; автоматон – механізм, що виконував справи для забезпечення життєдіяльності людей.

## **3. Авантюрний сюжет**

Роман переповнений пригодницько-ризикованими подіями, на які вплинула Свята війна. Авантюрним можна вважати момент, коли кровні Торіарті боролися за право бути ткачами. Це випробування, під час якого треба було захопити серцевир тварини та принести її з полювання як трофей.

Проте найбільш авантюрним є шлях Себастіана, який якнайдужче намагався довести непричетність своєї сестри Александри до зради Машини. На його долю випало неабияке випробування – стати першим, при кому Машина почне олюднюватися.

## **4. Середньовічний антураж**

У “Машині” він поєднаний із майбутнім. Дарія Піскозуб мала на меті створити вікінгоподібний світ зі штучним інтелектом. І якраз ця частина раннього середньовіччя чудово простежується через завойовницький спосіб життя, коли зима – найважча пора року, бо тоді починається переховування від смерті.

## **5. На першому плані постають герої, їхні вчинки й переживання, магичне відіграє допоміжну, проте далеко не другорядну роль**

Описуючи життя під владою штучного інтелекту, Дарія Піскозуб світ своїх героїв розкрила через антитезу до світу Машини. Своїми вчинками та емоціями її персонажі повністю протилежні технологіям – *“... люди – забруднені емоціями відхилення від ідеальної будови бога Машини. Емоції збивають зі шляху, який легко пройшла б Машина”* (с. 8). Про цілеспрямованість та наполегливість минулих племен до знань у творі яскраво простежено через їх порівняння зі штучним інтелектом. Усвідомлюючи важливість знань, люди намагалися докласти максимально зусиль, навіть не маючи Машини. І це виступає переконливою ілюстрацією того, як магичне поступається перед реальними зусиллями мешканців.

## **6. Повна свобода автора**

У класичних романах читач припускає, як розвиватимуться події, а у технофентезі автори будь-якої миті можуть підставити головного героя або відправити його в інший світ, або взагалі вбити – логіки в діях може й не

бути. Сюжетна лінія радше раптова. Як-от момент, коли Александрі Торіарті винесено підозру в зраді, хоча читачам не зрозуміло, як це сталося.

### **7. Наявність мапи**

Цю особливість технофентезі успадкувало від фентезі. Для того, щоб читач зрозумів розташування місця, де відбуваються події, Дарія Піскозуб вирішила запозичити ідею з мапою, яка дає змогу будь-коли з'ясувати локус події.

### **8. Глосарій неологізмів**

Твір змальовує різні суспільні верстви та винаходи, і для розуміння значення слів-новотворів авторка розробила словник понять, у якому розписала неологізми. Наприклад, слово “серцевир” у художній концепції роману означає “*об'єднані серце і розум, які розвинули емпатія*” (с. 459).

### **9. Людство на межі**

Роман відносять до постапокаліптичних, у ньому відображено тривогу про зруйнування суспільства. Важливу роль відграють технології, проте якщо у звичайних постапокаліптичних історіях вони забуті й у минулому, то у “Машині” – це справжнє джерело знань про минуле і майбутнє.

З'ясувавши основні жанрові особливості роману Дарії Піскозуб, приходимо до висновку, що технофентезі – жанр, який має спільні риси з іншими жанрами, зокрема, фентезі. Його особливість полягає у поєднанні світу людей зі світом технологій, які не потребують наукового обґрунтування, але, натомість, сприяють глибшому поясненню вчинків, поведінки та почуттів людей, що опиняються в екстремальних ситуаціях.

## **ЛІТЕРАТУРА:**

Піскозуб, Д. (2020). Машина. Віват.

Постапокаліпис – Вікіпедія. <https://uk.wikipedia.org/wiki/>

## **СТИЛІСТИЧНІ ФУНКЦІЇ НОВІТНІХ ЗАПОЗИЧЕНЬ У СУЧАСНИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ**

**Каленюк Ю. М.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Мунтян О. О.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Функціонально-стилістична роль лексем іншомовного запозичення доволі різноманітна. Насамперед вони виконують номінативну функцію тому, що слова запозичуються разом із певним (переважно новим) поняттям. Вони збагачують термінологічну систему, вживаються також як екзотизми, коли описують національні особливості, що слугує для відображення місцевого колориту.



У мові нові слова з'являються для позначення нових понять. Наприклад, до запозичень ХХ століття належать такі слова: *маркетинг, менеджмент, перформанс, піар, юніор*, тощо.

Більшість нових лексем виникло з розвитком техніки й економіки, виробничих відносин, науки й культури. Чимало входить у життя, згодом втрачає свою новизну й починає активно функціонувати в мові. Прикладами можуть бути терміни 50 – 70-их років, що пов'язані з космонавтикою: *космічний корабель, космодром, телеметрія* тощо. Освоївши їх, люди почали широко й постійно використовувати ці слова.

Є різні шляхи появи нових слів: одні створюються на зразок слів, які вже функціонують у мові (*автокрамниця, кінопанорама* тощо), інші запозичуються повністю. Зокрема, також відбуваються семантичні трансформації, за яких нове слово є результатом вживання старого в переносному значенні. Це розширює його семантичну базу, збагачуючи мову.

Можна виділити такі причини запозичень з інших мов:

1) поява нових предметів, понять, реалій у суспільстві (*бренд, маркетинг, наблісімі*);

2) з'являється нова лексика, що була й раніше, проте в ті часи її значення та існування замовчувалося (*мафія, рекет*);

3) виникають нові слова, що називають словосполучення одним поняттям (*рейтинг* – становище фірми чи діяча, передача собі подібних у списку; *імідж* – власний образ тощо);

4) у предмета змінюється соціальна роль (*офіс* – контора, службове приміщення);

5) вплив іноземної культури, яка диктує моду на нові слова.

Доволі часто запозичення використовують з певними стилістичними цілями. Такі слова можуть виконувати і номінативну, і експресивну функції. Деякі з них переходять до оцінки від позначення понять, предметів чи явищ. Наприклад, слова *аутсайдер, нокаут* були переосмислені в публіцистичному стилі.

Коли певні запозичення вживають у переносному значенні, вони втрачають зв'язок із національною специфікою іншої країни. Також такі слова є засобом емоційно-оцінної та образної характеристики явищ. Як приклад слово *каста*, що в прямому значенні є екзотизмом, який пов'язаний з життям в Індії. Згодом для жителів нашої країни дещо змінилося лексичне значення касты, і тепер це слово вживається як метафора для позначення замкнутого суспільного угруповання, яке відстоює свою відокремленість та привілеї (у негативній оцінці).

Або інше слово – *нірвана*, що означає стан вищого блаженства, відсторонення від усіх турбот, прагнення та злиття з божеством. У нашій мові виступає як метафора для вираження вищого ступеня блаженного стану.

Актуальними у наш час стали й слова, запозичені ще до 20-х років ХХ ст., які пізніше втратили своє значення через певні суспільно-політичні зміни в державі (*губернатор* (лат. *gubernator* – керманіч, правитель).

Запозичене слово *олігарх* (від гр. *oligarchia* – влада небагатьох), яке доволі популярне за вжитком у ЗМІ, знайоме ще за підручниками історії

стародавнього світу (пор. Спартанський олігархічний союз) та творами класиків марксизму-ленінізму (пор. фінансова олігархія). У сучасній мові так називають великих українських капіталістів, які мають особистий вплив на політичний процес.

Доречність використання запозичених слів у текстах має бути ретельно продумана. Адже інколи зловживання іншомовними запозиченнями призводить до того, що читачі або слухачі можуть не зрозуміти чи не досягнуть повністю (або частково) поставленої мети повідомлень.

### **ЛІТЕРАТУРА**

- Ленець, К. В. (1988) Лексичні зміни та їх відображення в мові сучасної преси. *Мовознавство*, 6, 41–46.
- Мороховський, О. М. (1984) Деякі питання теорії запозичень *Мовознавство*, 1, 19–25.
- Стишов, О. А. (2003) *Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації)*. Вид. центр КНЛУ.

## **ТУРЕЦЬКА РЕСПУБЛІКА В ТЮРКСЬКОМУ СВІТІ: СУЧАСНИЙ СТАН**

**Калінчук Т. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Пророченко Н. О.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Кінець ХХ ст. ознаменувався значними змінами на політичній карті світу. Після розпаду СРСР утворилася й низка незалежних держав з переважно тюркомовним населенням: Азербайджан, Казахстан, Киргизстан, Туркменістан, Узбекистан. Після проголошення незалежності Азербайджану (30 серпня 1991 р.), Киргизстану (31 серпня 1991 р.), Узбекистану (31 серпня 1991 р.), Туркменістану (27 жовтня 1991 р.) та Казахстану (16 грудня 1991 р.) Турецька Республіка була однією з перших країн, що визнали незалежність новоутворених держав, і встановила з ними дипломатичні відносини (Türkiye Dışişleri Bakanlığı).

У 1992 р. в Анкарі, столиці Туреччини, за ініціативи президента Тургута Озала, відбувся саміт тюркомовних країн, на якому було досягнуто домовленості про створення Тюркської Ради. Це відбулося 3 жовтня 2009 р. в азербайджанському місті Нахічевань. Тюркська Рада стала міжнародною організацією, яка об'єднала всі незалежні тюркські країни, у 2021 р., коли на VIII Саміті Ради, що відбувся в Стамбулі, Туркменістан приєднався до організації у якості країн-спостерігача.

Нині країни тюркського світу активно співпрацюють та продовжують розширювати стратегічне партнерство у політичній, економічній,

транспортній, туристичній, освітній, інформаційній, енергетичній, оборонній та гуманітарній сферах.

Між Турецькою Республікою та урядами країн тюркського світу підписані угоди про співпрацю у галузі освіти. Такі угоди передбачають обмін досвідом вчителів, викладачів та керівників закладами освіти; розвиток співробітництва між навчальними закладами на основі спільних програм; проведення наукових досліджень та конференцій; надання стипендій для отримання вищої освіти тощо.

Туреччина виступає одним з головних інвестиційних партнерів для країн тюркського світу. Так, за 2021 р. товарообмін Турецької Республіки з Азербайджаном склав \$6 млрд. (+31%), з Казахстаном \$4,1 млрд. (+33%), з Узбекистаном \$3,6 млрд. (+72%), з Туркменістаном \$2 млрд. (+21%), з Киргизстаном \$836 млн (Türkiye İstatistik Kurumu).

Співпраця у транспортній галузі тісно пов'язана з логістикою між Туреччиною та країнами тюркського світу. Зростає економічне значення Каспійського маршруту, розглядається питання розвитку Транскаспійського міжнародного транспортного маршруту, що сполучає Китай, Казахстан, акваторію Каспійського моря, Азербайджан, Туреччину та Європу, підписано Міжвідомчий меморандум про взаєморозуміння щодо розвитку співпраці в галузі транспорту, ведуться консультації з створення залізничного транспортного коридору, що сполучатиме Узбекистан, Туркменістан, Азербайджан, Грузію та Туреччину

З 1952 р. Туреччина є членом НАТО. Згідно з даними Global Firepower, турецька армія посідає 11 місце в світі за потужністю (Global Firepower, 2023). Туреччина надає допомогу у врегулюванні прикордонних конфліктів, як азербайджансько-вірменський та киргизо-таджицький. Відбуваються спільні військові навчання Туреччини з Азербайджаном, Казахстаном, Киргизстаном, Туркменістаном та Узбекистаном. У 2013 р. в Казахстані було відкрито спільне казахстансько-турецьке підприємство “Аселсан”, яке спеціалізується на продукції військового призначення (Қазақстан АСЕЛСАН). Співпраця Туреччини і Узбекистану у військовій сфері активізувалася після виходу останнього з організації ОДКБ у 2012 р.

Співпраця між тюркськими країнами відбувається також на гуманітарному рівні. Так, у 2023 році після серії масштабних землетрусів гуманітарної підтримки потребувала Туреччина. Таку підтримку у вигляді матеріальної і медичної допомоги, товарів першої необхідності надали Азербайджан, Казахстан, Киргизстан, Туркменістан і Узбекистан.

Отже, Туреччина є важливим чинником розвитку і співпраці у тюркському регіоні.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

Қазақстан АСЕЛСАН Инжиниринг. <https://www.kae.com.kz/kz/history.html>  
Global Firepower (2023). <https://www.globalfirepower.com/>  
Türkiye Dışişleri Bakanlığı. <https://www.mfa.gov.tr/default.tr.mfa>  
Türkiye İstatistik Kurumu. <https://www.tuik.gov.tr/Home/Index>

## **ЙОДЖІДЖЮКУГО ЯК ОСОБЛИВИЙ ВИД ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ В ЯПОНСЬКІЙ МОВІ**

**Камерська К. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Щербань Н. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

“Мова” – живий організм і здатна розширювати власний лексичний фонд. Японська мова, як і всі інші мови, збагачується з року в рік. За допомогою словотворення виникають нові лексичні одиниці, які вкорінюються у повсякденність і присутні в спілкуванні пересічних людей.

“Фразеологія” – це розділ мовознавства, що вивчає словосполучення з ускладненою семантикою, які породжуються структурно семантичними моделями змінних поєднань, тобто фразеологічні одиниці або фразеологізми.

У японській мові надзвичайно велика кількість фразеологізмів, що представлені у вигляді прислів'їв та приказок.

Прислів'я і приказки є безцінним ресурсом людства, що містить колосальний інтелектуальний і духовний потенціал, накопичений за тисячоліття його творчої історії. Прислів'я в усі часи й в усіх народів були й залишаються не лише окрасою мови, крилатими висловами і влучними афоризмами, а й достовірним свідченням способу організації менталітету.

Японські прислів'я і приказки несуть на собі відбиток тисячолітньої історії мудрості, відображеної в ієрогліфічних знаках, якими писали такі великі генії людства, як Конфуцій, Лао Цзи, Мацуо Басьо, а також багато інших філософів і поетів, які навіки уславили свої імена в історії не тільки Японії і Китаю, а й світової культури. (Добко Т., 2009, с.1)

Одним з особливих видів фразеологізмів у японській мові є йоджіджюкуго. Пирогов (2015) зазначає, що разом із різноманітними культурними, релігійними та писемними запозиченнями з Китаю, Японія запозичила і фразеологічні одиниці, які зараз в японській мові називаються йоджіджюкуго (Складні словесні конструкції, які складаються із чотирьох ієрогліфів та мають китайське походження. В китайській мові такі ідіоми називаються чен'юй) та займають особливе місце серед її фразеології (с. 114). Йоджіджюкуго мають свої витoki з різних джерел, наприклад – із буддистських вірувань, з китайської культури та філософії. Вважається, що йоджіджюкуго беруть свій початок від китайських чен'юй.

Чен'юй – сталий вираз, найпоширеніший вид фразеологізмів у китайській мові, який вживається протягом тривалого часу й має просту та стислу форму. Це неподільна одиниця, що несе в собі переносне значення. У разі розподілу чен'юй, окремі його компоненти втрачають цілісність і не передають закладеного першопочаткового сенсу. Ці вирази потрапили до японської мови ще у процесі її формування.

За століття існування чен'юй в японській мові, вони стали невід'ємною частиною японської фразеології в якості йоджіджюкуго. Насамперед

йоджіджюкуго існували як прийдешні з Китаю фразеологічні запозичення, що відображали собою виключно реальність китайської мови та з часом почали з'являтися власне японські йоджіджюкуго. Їх будова була запозичена з китайської, проте з японською канвою, у результаті чого з'явилися унікальні суто японські вислови, що не мають аналогій в китайській мові. Окрім того, власне китайські йоджіджюкуго зазнавали докорінних змін не лише у написанні, а й значення вислову змінювалось. Тим не менш, значна кількість йоджіджюкуго лишається рівнозначними висловами до чен'юй.

Посилаючись на матеріали статті в ("The Japantimes", 2022), розглядаючи феномен йоджіджюкуго, виділяють фразеологічні та не-ідіоматичні йоджіджюкуго.

Не зважаючи на першопочаткове походження йоджіджюкуго як фразеологічного вислову, в японській мові виділяють значну кількість таких словосполучень, де кожен компонент можна перекласти окремо, при цьому значення словосполучення не втрачається, тобто можна перекласти буквально.

Отже перший підвид йоджіджюкуго, який ми розглянемо – не-ідіоматичні сполучення.

Наприклад, словосполучення 試行錯誤 しこうさくご (шіко: сакуго) – “метод проб і помилок”. Кожну складову можна перекласти окремо, при цьому значення вислову не змінюється. Ідіома трактується як: “Коли ви кидаете виклик чомусь, шукайте відповідний шлях і продовжуйте, повторюючи спроби та невдачі”.

Вислів 力戦奮闘 りきせんふんとう (рікісенфунто:) – “напружена боротьба”, що означає “докласти максимум зусиль, проявити мужність і боротися з усіх сил”.

Також яскравим прикладом не-ідіоматичного йоджіджюкуго слугує вислів 善因善果 ぜんいんぜんか (дзеніндзенка) – “добра причина і добрий плід (наслідок)”. Якщо ви робите добрі справи, ви будете винагороджені хорошими результатами.

率先垂範 そっせんすいはん (соссенсуіхан) – “провідний приклад для наслідування”. Ідіома носить в собі зміст “подавати приклад”. Це означає брати на себе лідерство в тому, що люди не хочуть робити, і бути прикладом для інших.

Другий підвид сталих висловів – ідіоматичні йоджіджюкуго. Окремі частини не несуть в собі загального значення, а лише іноді можуть допомогти встановити загальний сенс. Ідіоматичні вислови мають спеціальне трактування, яке не передбачає собою виокремлення кожної складової. Усі чотири компоненти несуть в собі особливе значення.

十人十色 じゅうにんといろ (джю нін то іро) – буквально означає “десять людей, десять кольорів”. Проаналізувавши цей вислів, ви можете зрозуміти, звідки походить його значення “кожному своє”. Інші ідіоматичні вислови менш очевидні та вимагають від вас знати історію їхнього походження, адже ієрогліфи неподільні і окремо не несуть закладеного значення.

Наприклад, часто вживаний вислів 一所懸命 いっしょけんめい (ішшьюкенмей), який якщо перекладати складові дослівно, 一(いち) –

один, 所 (ところ) – місце, 懸 (あがた) – підвіска, 命 (いのち) – життя. Фразеологічне значення якого – “докладати великих зусиль”.

Наступний вислів прийшов у фразеологію з буддизму. 言語道断 ごんごどうだん (гонгодо:дан) – “обурливо”. Афоризм трактується як “словами неможливо описати, наскільки це погано”. Це слово також спочатку означало настільки глибоку істину, що неможливо висловити її словами (слово узятє з Сутри Юйми), але на сьогодні воно означає щось настільки жахливе, що це неможливо виразити словами.

У сучасних йоджіджюкуго можна простежити, що витоки таких словосполучень йдуть з буддійських писань, стародавніх історій та японських приказок.

Отже, особливим видом фразеологічних одиниць в японській мові є йоджіджюкуго, що становлять значний пласт лексики, у тому числі щоденного ужитку. В свою чергу ці фразеологічні одиниці мають підвиди, а саме: ідіоматичні та не-ідіоматичні йоджіджюкуго.

Не зважаючи на те, що вважається, що йоджіджюкуго походять від китайських чен'юй, ці фразеологічні одиниці мають свої витоки з різних джерел, наприклад – із буддистських вірувань, з китайської культури та філософії. Крім того, існують і власне японські фразеологічні одиниці, які не мають китайських аналогів.

## ЛІТЕРАТУРА

- Добко, Т. (2009) *Вісник “Семимовний словник прислів'їв і приказок”*, 1.  
Пирогов, В. Л. (2015) Місце йодзіджюкуго в системі фразеології сучасної японської мови: порівняльний аспект. *Мовні і концептуальні картини світу*, 54, 114–120.  
The Japantimes (29.04.2022). <https://www.japantimes.co.jp/life/2022/04/29/language/yojijukugo-four-kanji-words/>

## КОНЦЕПТ “ДРУЖБА” ЯК ФРАГМЕНТ КИТАЙСЬКОЇ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ

**Каневська К. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Валігура О. Р.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Говорячи про те, що таке мовна картина світу, зазвичай прийнято вважати, що це сукупність знань про світ, життєвий досвід людства, представлений мовними засобами для накопичення, поширення та подальшого розвитку поколінь, а також інструмент вивчення нових знань та набуття нового досвіду. Уявлень про єдине поняття дефініції “мовна картина світу” немає, оскільки науковці надають свої визначення, що мають певне підґрунтя та джерельну базу. Мовна картина світу, хоч і не претендує на достовірність і безапеляційну

точність, на відміну від наукової, вважається досить наївною, проте містить не менш цікаві гіпотези та уявлення і іноді може бути не менш цікавою та складною, що може з точністю говорити про відображення досвіду цілих поколінь і бути надійним провідником у реальний світ (Мурашевич, 2013).

У той же час, В. М. Манакін стверджує, що мовна картина світу – це відображений засобами мови образ свідомості – реальності. Мовну картину світу прийнято розмежовувати з концептуальною або когнітивною моделями світу, які є основою мовного втілення, словесної концептуалізації сукупності знань людини про світ (Манакін, 2004, с. 12).

Беручи до уваги окремі концепти мовних картин світу, варто виокремити поняття “концепт” як таке. Концепт (概念) – це поняття, яке зароджується у процесі пізнавальної діяльності людини, відображає та узагальнює досвід людини. З одного боку, концепт – це ідеальний образ, чи, точніше, праобраз, що уособлює культурно зумовлені уявлення мовця про світ, з іншого – він має певне ім’я у мові.

Розглядаючи китайську мовну картину світу, варто зазначити, що китайській лінгвістиці, як і кожному етносу, притаманний символізм як частина відображення культури та світогляду народу. Так, вербальний символізм проявляється у порівняннях, метафорах, мовних зворотах та фразеологізмах, які можуть означати і певний термін чи предмет, і емоції, почуття та дії.

На позначення символу вічної дружби в Китаї застосовують такі традиційні символи як сосна, бамбук та кипарис (松, 竹, 柏), а серед фразеологізмів на означення поняття “дружба” можна навести такі: “谅解、支援和友谊, 比什么都重要” – “Розуміння, підтримка та дружба важливіші за все інше”; “友谊使欢乐倍增, 悲痛锐减” – “Дружба примножує радість і зменшує горе”.

Розглядаючи символізм як інструмент мовної картини світу Китаю, варто зазначити, що є досить багато асоціацій, які стосуються понять дружба, друг, тощо. У поезії та живопису Китаю міст – символ зустрічі друзів. У сучасній культурі зустрічі часто призначаються на містках у парках. Значення мостів походить з осмислення річки як кордону між різними своїм (людським) і чужим (потойбічним) – світами. Міст – символ подолання такого кордону та переходу з одного світу до іншого. Напівкругла арка та її відображення у воді утворюють коло, що асоціюється одночасно з місячним диском та зі схемою Великої межі: проліт – втілення ян, відображення інь.

До символів також можна віднести і легенди, що стали однією з складових концепту “Дружба” у китайській мовній картині світу. Так, слово “Риба” читається китайською 鱼 (yú), так само як щастя. За легендою, колись риба була інструментом зв’язку друзів, адже саме у животі риби залишали послання, яке необхідно було передати. Так риба стала символом зустрічі з далеким другом та моменту щастя від спілкування.

Отже, концепт “Дружба” в китайській свідомості розуміється в особливих морально-прекрасних відносинах, заснованих на духовній близькості і взаємній сердечній прихильності, в яких людина послідовно і до кінця проявляє себе доброчесною, що є визначенням дружби і відокремлює її від любові.



У китайській лінгвокультурі поняття “дружба” розглядається як навчання, тобто наявність друга – це передусім можливість навчати один одного певних життєвих уроків, виносити з цього цінний досвід, що є необхідною передумовою розвитку людини як цілісної гармонійної особистості.

## ЛІТЕРАТУРА

Манакін, В. (2004). *Порівняльна лексикологія*. Знання.  
Мурашевич, К. Г. (2013). *Вступ до східної філології*. Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”.

## ФЕНОМЕН ПОЛІТИЧНОЇ КОРЕКТНОСТІ В МОВОЗНАВСТВІ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ

**Капарис Я. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Мелько Х.Б.**

*Кандидат філологічних наук, доцент,*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Політична коректність – практика прямої або опосередкованої заборони на висловлювання певних суджень, оприлюднення фактів, вживання слів і виразів, що вважаються образливими для певних суспільних груп, що виділяються за ознаками сексуальної орієнтації тощо (Великорода, с. 53).

Політична коректність пов'язана зі зміною норм мовної поведінки у сучасній англійській мові. Як правило, це виражається в обмеженні або повній забороні на вживання будь-яких слів або виразів у певній ситуації. Прикладом можуть бути терміни, що позначають різні форми дискримінації: “аблеїзм” (“ableism”) – утиск осіб з фізичними вадами; “етноцентризм” (“ethnocentrism”) – дискримінація культур, відмінних від домінуючої; “гетеросексизм” (“heterosexism”) – дискримінація людей з нетрадиційною сексуальною орієнтацією; “лукізм” (“lookism”) – створення стандартів краси та привабливості та утиск прав тих, хто цим стандартам не відповідає (Дмітрієва, с. 3). Транскрипція, транслітерація та калькування – це найпоширеніші способи, що застосовуються при передачі термінів, що позначають форми дискримінації або упереджень.

Характерною рисою політичного дискурсу щодо використовуваної лексики є професійна політична термінологія; часте вживання:

- “високих”, тобто книжкових слів;
- кліше та штампів;
- численних запозичень, які головним чином увійшли до англійської мови з латинської та французької мов. Рідко в англійській зустрічаються грецькі, німецькі та італійські запозичення;
- варваризмів із французької мови. Для політичної мови, яка відрізняється високою щільністю інформації, типова наявність загальноприйнятих та

авторських скорочень. У політичному дискурсі часто з'являються посилання та цитати (як правило, з точною вказівкою джерел). (Науменко, с. 95).

Особливу увагу варто приділити новоутворенням у лексиці політичного дискурсу. Наукові дослідження політичних процесів та тенденцій передбачають появу нових відкриттів, запровадження нових понять та нової термінології.

Слід зазначити, що здебільшого політкоректність реалізується за рахунок лексичного складу мови, оскільки лексика є найбільш рухомих рівнем мовної системи, який миттєво реагує на зміни, що відбуваються в суспільстві. Нині постійно збільшується кількість заборонених слів і табу, які можна використовувати в дискусіях у певних сферах життя, що відображається в спеціалізованих словниках політкоректної лексики.

## ЛІТЕРАТУРА

- Великорода, В. Б. (2013) Концептуальні характеристики евфемізмів на позначення негативних дій політиків. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 68, 51–54.
- Дмітрієва, М. Д. (2013) Лінгвістичні методи забезпечення гендерної рівності. *Livejournal*. 3, 3.
- Науменко, Л. П. (2011) *Практичний курс перекладу з англійської мови на українську: навчальний посібник*. Нова книга.

## ЛІМІНАЛЬНІСТЬ ТОПОСУ БІБЛІОТЕКИ У РОМАНІ МЕТТА ГЕЙГА “ОПІВНІЧНА БІБЛІОТЕКА”

**Карпенко О. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Висоцька Н. О.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

У досліджуваному романі Метта Гейга “Опівнічна бібліотека” перед нами постає топос Опівнічної Бібліотеки, який є одним із двох основних образів твору. Цей топос автор змальовує як лімінальний часопростір. Позаяк образи лімінального часу, лімінального простору та лімінального стану (Лисова, 2017) є важливими складовими образності лімінального, варто розглянути їхнє значення у цьому творі.

Виходячи з досліджень К. А. Лисової щодо образності лімінального, кімінальний час визначаємо як момент / період незвичайного, особливого часу, своєрідної “позачасовості”, “безчасовості”, “застиглого часу” (там само). Відтак лімінальний простір – це пограничні та витіснені на периферію (маргінальні) зони людського існування, так зване “позазнаходження” (Лисова, 2016). Відповідно, перебування лімінального персонажа у лімінальному часопросторі називаємо лімінальним станом.

У досліджуваному романі лімінальний часопростір актуалізується через образ Опівнічної Бібліотеки, яка зображується як проміжний етап переходу протагоністки Нори Сід від “Себе-Наявної (Кризової)” до “Себе-Іншої (Трансформованої)”. Здійснивши спробу самогубства через зловживання таблетками, вона ввела себе у лімінальний стан. Можна простежити, як в образі Бібліотеки проявляється ірраціональне начало, притаманне образності лімінального: “Але це не зовсім реальність, як ти її розумієш. Якщо бажаєш кращого слова – це щось проміжне. Не життя. Не смерть. Не справжній світ у загальноприйнятому значенні слова. Ні те, ні інше. Коротко кажучи, це Опівнічна бібліотека” (Гейг, 2021, с. 56). Тож цей образ, перш за все, є проекцією свідомості персонажу, а хронотоп не є реальним, його роль полягає у моделюванні внутрішнього світу головної героїні.

Образ Місіс Елм вживається для пояснення дівчині, що і Бібліотека, і нескінченні книжкові полиці, і сама наставниця-бібліотекарка – все це є частиною Нори, а тому героїня й лімінальний світ перебувають у тісному взаємозв’язку та співзалежності. Протягом всього періоду перебування героїні на межі двох екзистенційних площин бібліотекарка постійно нагадує Норі про хиткість, ненадійність та нестійкість її положення: “Ті, хто опиняються в цій Бібліотеці, зазвичай не лишаються надовго – йдуть туди або туди” (Гейг, 2021, с. 53).

Ця думка підводить до деяких характерних для лімінальності рис – тимчасовості, минущості, нетривалості. Як і перебування-балансування на порозі, яке зафіксоване й у самому терміні, двозначність та нестійкість зазвичай тривають недовго. Потрапивши до Бібліотеки, Нора помічає, що хоча б скільки вона чекала, час на годиннику не змінюється – дівчина опинилася у “застиглій півночі”. Так звана “опівнічність” Бібліотеки суголосна з баченням поняття лімінального часу К. А. Лисової: очевидно, що Нора перебуває поза лінійною проекцією часу, вона від’єдналася від часового виміру свого основного життя й опинилася в ситуації, коли відлік часу припиняється зовсім – “позачасовість” та “безчасовість”. Характерно, що як приклад “застиглого часу” автор обрав саме північ – єдиний момент у добі, який символізує одночасно і початок, і кінець. Тобто це саме та “мить у часі та поза ним” (Turner, 1991, с. 106), про яку йдеться у дослідженні В. Тернера: один важливий період життя головної героїні вже завершився, а наступний ще не почався, що, власне, й передає підвішений стан дівчини.

Образність лімінального включає в себе також категорію лімінального простору, який формують поняття межі, порогу, міжності, транзитності. Опівнічну Бібліотеку в романі можна вважати власне межовим простором між життям та смертю, буттям та небуттям, а окрім цього ще й відправною точкою чи то до основного життя / світу Нори, чи то до альтернативного. А кожну з книг, які пропонує дівчині Бібліотека, можна назвати лімінальною зоною між основним / лімінальним та лімінальним / альтернативним світами. Характеризуючи простір Бібліотеки як лімінальний, можемо виділити такі його особливості: хиткість та мінливість, нескінченність та безмежність, ірреальність та аномальність. Можна стверджувати, що репліка “Але ти вже

не в житті. Ти вискочила назовні” (Гейг, 2021, с. 56) стверджує трактування зазначеного поняття як “позазнаходження”.

Отже, підсумовуючи, констатуємо, що у досліджуваному романі образ Опівнічної Бібліотеки змальований як лімінальний часопростір та втілення лімінального стану Нори Сід. Лімінальність хронотопу Бібліотеки реалізується через наявність у ньому таких рис, як “опівнічність” – межовість, ірраціональність та ірреальність, хиткість та мінливість, нестійкість та нескінченість.

## ЛІТЕРАТУРА

- Гейг, Метт. (2021). *Опівнічна бібліотека. Х.: Видавництво “Жорж”*.
- Лисова, К. А. (2016). Лінгвальні засоби вираження лімінального часу та простору в сучасній англійській поезії. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія, 21 (2), 70–73.
- Лисова, К. А. (2017). Лінгвокогнітивна специфіка осмислення образності лімінального: відкладена категоризація. Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Сер.: Філологічні науки (мовознавство), 7, 111–114.
- Лисова, К. А. (2021). Теоретичне підґрунтя вивчення лімінальності в сучасному англійському поетичному дискурсі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Сер.: Філологія. Журналістика, 32(71), № 4, 173–180.
- Turner, V. (1991). *The Ritual Process. Structure and Antistructure*. Ithaca, Cornell Univ. Press.

## ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ

**Кибукевич А. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Соколюк І. І.**

*Кандидат педагогічних наук, доцент  
Київський національний лінгвістичний університет*

Політична промова це різновид політичної комунікації. Політична комунікація є специфічним видом політичних відносин і невід’ємним елементом політичної сфери суспільства, частина його політичної свідомості. Це “мовна діяльність, орієнтована на пропаганду тих чи інших ідей, емоційний вплив на громадян країни, спонування їх до політичних дій, для вироблення суспільної злагодженої позиції, прийняття та обґрунтування соціально-політичних рішень в умовах множинності поглядів” (Шевченко, 2014, с. 80).

Політична промова є невід’ємною частиною політичної комунікації, й являє собою “заздалегідь підготовлений гострополітичний виступ із позитивними чи негативними оцінками, обґрунтуванням, конкретними

фактами, з накресленими планами, перспективою політичних змін” (Мацько, 2006, с. 201). Вона вирізняється спеціальною лексикою та відповідними синтаксичними особливостями. З метою маніпуляції свідомістю широких мас населення в політичних промовах використовують різноманітні риторичні прийоми, емоційно-забарвлену лексику, оцінні вирази, метафори, епітети, антитези, а також паралельні конструкції (Долинський, 2021).

Характерними рисами політичних промов на лексичному рівні мови є використання професійної політичної термінології, книжних слів, мовних кліше та штампів. Аналізуючи політичні промови, впадає в око проста мова ораторів, які майже не використовують складні конструкції, щоб більшої кількості слухачів було легше їх зрозуміти. Для підкреслення певних елементів у виступі часто використовуються паралельні конструкції, виражені особовими й безособовими реченнями, активними або пасивними зворотами, підрядними означальними реченнями, спонукальними реченнями.

Щоб показати свою об’єднаність з народом, для зближення з аудиторією часто застосовується прийом заміни займенника першої особи однини я на займенник першої особи множини ми; we замість I.

Аналізуючи політичні промови, виголошені президентом нашої країни й президентом Сполучених Штатів Америки після 24 лютого 2022 року, необхідно зазначити їхню емоційну насиченість та експресивність, які досягаються завдяки вживанню відповідних лексичних, синтаксичних, стилістичних та риторичних прийомів.

Промови Володимира Зеленського англійською мовою в іноземних інституціях, наприклад Конгресі США та Британському парламенті, характеризуються використанням простих конструкцій та лексики. Тим не менш, Президент України не уникає жорстких фактів та різких звернень. У своїх виступах Володимир Зеленський обирає наступні синоніми до назви “росія”: “агресор”, “держава-терорист”, “тиранія”, “диявол” і т.п. В той час як поняття з позитивною конотацією, такі як “хорообрість”, “сила”, “перемога”, “душа”, “серце” відносяться, звісно, до українців та цивілізованого демократичного світу.

Цікавою з точки зору стилістики є промова Володимира Зеленського у парламенті Великої Британії на зустрічі 8 лютого 2023 року. Для сприяння рішенню британських високопосадовців надати Україні бойові літаки, виступ Президента розгортався навколо концепції небо, де заключну роль зіграв напис на шоломі українського пілота-випишувача “We have freedom, give us wings to protect it”. В цьому ж прикладі застосовується метафора “крила”, що відповідає поняттю “літаки”. Взагалі метафора залишається одним із ключових прийомів будь-якої промови, як і в щоденних зверненнях, так і на міжнародних конференціях. Варто згадати і виступи представника України в ООН Сергія Кислиці, в якому наводяться жорсткі історичні паралелі: “If he [Putin] wants to kill himself, he doesn’t need to use nuclear arsenal; he has to do what the guy in Berlin did in a bunker in May 1945”. Крім цього С. Кислиця також вдається до таких риторичних інструментів, як метафора: “...a trail of blood is left behind the Russian delegation when it enters the General Assembly”;

як епітети: “unstable and insane dictatorship”; та риторичні запитання: “How many of you would feel safe and secure in such a world?”.

У політичному дискурсі США тепер часто вживається слово war, а зазвичай американські політики використовують евфемізми, спрямовані на прикриття агресивних військових дій. Не обходяться американці у своїх виступах і без статистичних даних про кількість наданої зброї, амуніції, військової техніки. У своїй промові Джо Байден традиційно застосовує прийом протиставлення: “...to be allies not of darkness, but of light; not of oppression, but of liberation”; паралелізму: “Kyiv stands, Ukraine stands, democracy stands, the Americans stand with you”; гіперболи: “from the Atlantic to the Pacific” (Варшава, 2023). Також неможливо не помітити повторення слова разом (together), що вказує на єдність та спільність дій. Центральним у політичному дискурсі обох країн залишається поняття свобода та демократія.

Отже, нові реалії зумовлюють зміни комунікативної мети політичної промови й вибору лінгвостилістичних засобів. Промови українських високопосадовців характеризуються експресивною лексикою та великою кількістю метафор, синонімів та епітетів. Головними прийомами у політичному дискурсі США залишаються паралельні конструкції, метафори та протиставлення. Використовується лексика з чітко вираженою позитивною / негативною конотацією.

## ЛІТЕРАТУРА

- Шевченко, Л. І., Дергач, Д. В., Сизонов, Д. Ю. (2014). *Медіалінгвістика: словник термінів та понять*. ВПЦ “Київський університет”.
- Мацько, Л. І., Мацько, О. М. (2006). *Риторика*. Вища школа.
- Долинський, С. В. (2021). Риторичні прийоми у політичних промовоах американських лідерів як засоби маніпуляції суспільною свідомістю громадян. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Германістика та міжкультурна комунікація*, 1, 45–51. <https://doi.org/10.32999/ksu2663-3426/2021-1-7>

## ВПЛИВ АНГЛІЦИЗМІВ НА ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО КИТАЙСЬКОГО СЛЕНГУ

**Кінтеро К. Н.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Малинюк І. В.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Запозичення з різних мов світу в китайській мові виникли дуже давно. Ще за часів Династії Тан (618 р.) з’явився термін 译语uyǐ yǐ “перекладені слова”, що означав запозичення.

Лінгвістичні дослідження запозиченої лексики китайської мови з’явилися у першій половині ХХ ст. (Shi, 2013). Для вираження поняття “запозичене

слово” в китайській мові є кілька термінів: 外来语 wàiláiyǔ “іноземні слова”, 借用语 jièyǔngǔ “запозичені слова, що використовуються”, 借字 jièzì “запозичені ієрогліфи”. На думку Ху Юйшу, запозичене слово – це слово, взяте в іншій національності або з іншої країни (Hu, 1995). Він вказує на необхідність розмежовувати термін 借词 jiècí (“запозичене слово”) від інших термінів. На його думку, запозичені слова містять лише такі слова, які утворені за допомогою транслітерації (тобто тільки ті слова, що передають фонетичну форму) або за допомогою використання китайського словотвору, але при цьому кальки не слід вважати запозиченими словами, але Цень Цисян, навпаки, у передмові до 汉语外来语词典 hànyǔ wàiláiyǔ cídiǎn (Словник іношомовних слів у китайській мові) вважає, що кальки слід розглядати як запозичені слова (Сен, 2015).

Процес запозичення слів китайською мовою з англійської мови нині стає дедалі активнішим. Китайська мова, незважаючи на всю свою “закритість”, активно запозичує слова англомовного походження (англіцизми). Англіцизм – різновид запозичення; слово, його окреме значення, вислів тощо, що запозичене з англійської мови або утворене за її зразком. Особливо багато англіцизмів використовує молодь у своєму спілкуванні.

Англіцизми беруть активну участь у процесі сучасного мовного запозичення і значно переважають над запозиченнями з інших мов. Більшість запозичень лексики з’являється у китайській мові на позначення нових предметів чи явищ. Англіцизми, входячи до лексичного складу китайської мови, поповнюють та збагачують її. Нині у всіх сферах людської діяльності активно використовуються запозичення з англійської, зокрема з її американського варіанта. Англо-американізми різні за своїм походженням (мова, з якої прийшло запозичення), за формою, за призначенням та за вживанням. Розвиток будь-якої мови відбувається під впливом як власне лінгвістичних, так і екстралінгвістичних факторів. Запозичення у мові з’являються переважно під впливом екстралінгвістичних факторів.

Поза всякими сумнівами сучасна молодь Китаю перебуває під безпосереднім впливом англійської мови. Наведемо декілька прикладів використання агліцизмів і американізмів у китайській мові: 拜拜 báibái – bye-bye, 宝贝 bǎobèi – baby, 粉丝 fēnsī – fans, 卡拉OK – kǎlāOK, T恤 Txù – T-shirt, U盘 U-pán – USB.

Усі ці та інші слова мають експресивне забарвлення. Вони створюються для вираження емоцій та почуттів людей. Таким чином, слід відзначити важливу роль англіцизмів у процесі формування лексичного словника сучасної молоді Китаю. Процес запозичення відбувається постійно, віддзеркалюючи нові реалії повсякденного життя, даючи їм нові найменування. Мова кожного народу функціонує й розвивається в контексті мов світу й під впливом цього контексту. Країни та їх народи перебувають у постійній взаємна економічного, політичного, наукового й культурного характеру. Внаслідок економічних, політичних контактів, культурного обміну між країнами, їхнього наукового та технічного розвитку у мові з’являється нова іношомовна лексика. Оскільки зараз на міжнародній арені лідирують західні країни,



офіційною мовою яких є англійська, що отримала статус мови міжнародного спілкування, в багатьох мовах, у тому числі й китайській, з'явилася величезна кількість англіцизмів, тому дослідження цього явища особливо актуальне.

## ЛІТЕРАТУРА

- Cen, Q. (2015). *Dictionary of loanwords in Chinese*. Beijing.  
Hu, Y. (1995). *Modern Chinese*. Shanghai.  
Shi, Y. (2013). *Loanwords in Chinese*. Shanghai.

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИРАЖЕННЯ МОДАЛЬНОСТІ В АРАБСЬКІЙ МОВІ

**Коваленко Т. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Рибалкін В. С.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Базові категорії розділу граматики, до яких належать категорії модальності і предикативності, не мають єдиного трактування; тлумачення відношень, які спостерігаються між ними, досить різноманітні (Бріцин, 2015, с. 77).

Визначенню терміна “модальність” ми надаємо перевагу в редакції О. Селіванової: “Модальність (від лат. *modus* – міра, спосіб) – категорія мови й мовлення, що виражає реальні/ірреальні відношення висловлення до дійсності або суб’єктивну кваліфікацію повідомлення мовцем” (Селіванова, 2006, с. 383).

В арабській мові (АМ) категорію модальності також намагалися осмислити й національні вчені – Ібн Рушд, аль-Фарабі, Ібн Сіна, сучасний лінгвіст Джерар Джагамі (Grigore, Sitaru, 2016, р. 56). В Україні специфіку модальності в АМ досліджує львівський арабіст А. Мацкевич (2017, 2019 та ін).

В арабській граматичній літературі тема “модальності” розглядається при вивченні певних часток, які можуть виступати як лексико-граматичні засоби вираження різних значень модальності. Вони ставлять дієслово у форму *نصب*, тобто умовний спосіб. Арабські граматисти виділяють 9 таких часток:

أَنْ، لَنْ، إِذَنْ، كَيْ، لَ (لَا مُنَ الْجُودِ)، حَتَّى، فَت (الْجَوَابُ بِالْفَاءِ)، وَ، أَوْ.

В сучасній стандартній АМ (Modern Standard Arabic) модальність також може виражатися модальними дієсловами у поєднанні з частками, які вимагають постановки смислового дієслова в умовний спосіб. Такі засоби служать як синтаксичні засоби вираження модальності в АМ. Ці синтаксичні конструкції мають такий вигляд:

- а) модальне дієслово + частка أَنْ + імперфект в умовному способі;

б) модальне дієслово + віддієслівне ім'я (масдар)

Модальними дієсловами в АМ вважаються дієслова, які не позначають самостійної дії, а лише вносять відтінок можливості, необхідності або заборони у смисловий центр речення, що виражає можливу, необхідну чи заборонену дію. У групу модальних дієслів (або модальних зворотів) включені наступні дієслова: يَلْزَمُ أَنْ “треба, потрібно”; يَجِبُ أَنْ “необхідно”; يُمْكِنُ أَنْ “можна, можливо”; يَنْبَغِي أَنْ “слід, належить”; يَجُوزُ أَنْ “можна, можливо”; لَا يَجُوزُ أَنْ “не можна” (Al-Khazraji, 2023, p. 409). Наприклад: يجب أن يذهب إلى الطبيب: “Йому необхідно зараз іти до лікаря”.

Крім вищезгаданих дієслів обов'язку, необхідності, можливості, дозволу та заборони, до модальних дієслів ще належать і дієслова “могти”, “бути можливим”, “бути в змозі” – استطاع (يَسْتَطِيعُ)، وسع (يَسِعُ) (Al-Khazraji, 2023, p. 409).

Дієслово جاز вживається для вираження дозволу, припущення з відтінком сумніву, можливості вчинення дії. У негативній формі لا يجوز передає заборону та зазвичай перекладається українською мовою словом “не можна”. Наприклад: “Можна позбавляти життя та свободи тільки у випадках, передбачених законодавством” (букв. “Не можна нікого позбавляти життя та свободи, крім випадків, передбачених законодавством”).

Серед модальних дієслів найбільш поширеним є також أرادَ “хотіти”, “бажати”. Для передачі модального значення “хотіти”, “бажати”, “просити” також використовується дієслово رَجَا (يَرْجُو).

Поряд з модальними дієсловами та створеними за їх участю модальних зворотів, в АМ використовуються безособові конструкції, що виражають модальність і слугують як синтаксичні засоби передачі модальних значень та відтінків: من المهمُّ أَنْ “важливо”; من المستحيل أَنْ “марно”, “неможливо”; من الممكن أَنْ “можна”; من الطبيعي أَنْ “природно” та багато інших (Al-Khazraji, 2023, p. 412). Наприклад: “Важливо пам'ятати про жакливу ціну битви”.

Замість модальних дієслів також можуть вживатися утворені від них віддієслівні імена, які складають безособові конструкції або так звані предикативні модальні звороти зі значенням “бути у змозі”, “могти”: في إمكان: “Я сказав, що хотів би допомогти Вам чим би зміг”.

Модальні речення зі значенням “можна”, “не можна”, “потрібно”, “треба”, “слід” в АМ передаються по-різному. Найчастіше вони виражаються за допомогою відповідних дієслів або їх поєднань з масдарами в означеному стані, наприклад: يمكن القول “можна сказати”, يجب الظنَّ “необхідно подумати”, ينبغي الإشارة “слід вказати”.

Таким чином, в якості синтаксичних засобів вираження модальності загальним для всіх дієслів є те, що до структури речення з модальним дієсловом як обов'язкові елементи в наступній послідовності входять: модальне дієслово, суб'єкт модальності, повнозначне (або смислове) дієслово.

## ЛІТЕРАТУРА

- Бріцин, В. М. (2015). Модальність і предикативність: лінії розмежування і протиставлення. *Мовознавство*, 2, 77–85.
- Мацкевич, А. Р. (2017). Модально-оцінна семантика в сучасному українському й арабському публіцистичному тексті. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*, 65, 41–50.
- Мацкевич, А. Р. (2019). Емоційно-експресивна модальність у сучасному українському й арабському публіцистичному текстах. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*, 70, 168–175.
- Селіванова, О. О. (2006). *Сучасна лінгвістика: термінологічна*. Довкілля-К.
- Al-Khazraji, N. H. F. (2023). Arabic equivalents of the English modality. *International Journal of Humanities and Educational Research*, 5(1), 399–423.
- Grigore G., Sitaru L. (2016). *Romano-Arabica XVI: Modalities in Arabic*. University of Bucharest center for arab studies.

## КОМУНІКАТИВНІ ТИПИ РЕЧЕНЬ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

**Ковальова А. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Березенко В. М.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

На сьогоднішній день процес спілкування є досить неоднорідним та розгалуженим, адже складається з різних мовних актів, які, в свою чергу, відображають протилежні відношення мовця до конкретних подій або ситуацій. Відповідно, питання вивчення речень з погляду на їх комунікативні типи є суттєвим під час аналізу та більш детального опанування англійської мови.

Важливо зазначити, що одним із методів, який допомагає ефективно опанувати граматичні структури та покращити комунікативні навички людини є комунікативне викладання мови (Communicative Language Teaching (CLT)). Це нововведення передбачає, що на заняттях іноземна мова має розглядатися не просто як набір правил, а як засіб спілкування для досягнення конкретних цілей у повсякденній життєдіяльності (Berezenko, Cherkhava, & Musiienko, 2022, p. 88). Даний метод дає змогу вивчати речення не як самостійну ізольовану одиницю, а як частину тексту, тобто здійснювати його аналіз “у тому лінгвістичному та екстралінгвістичному контексті, в якому воно існує і набуває різноманітних модифікацій” (Загнітко, 1996, с. 141).

Будуючи певні речення залежно від граматичних, прагматичних та синтаксичних чинників, людина має вагому підставу зрозуміти, який вид

висловлювання вона збирається окреслити. Як наслідок, більша частина речень може закінчуватися такими розділовими знаками: крапкою, знаком оклику та знаком питання. В свою чергу, шляхи, якими вони можуть бути виражені, відображаються у повідомленнях, які людина висловлює з певною ціллю та метою. Це і вказує на комунікативно-прагматичну парадигму висловлювань, які можна віднести до трьох, а іноді чотирьох універсальних критеріїв – інформування, питання, спонукування та вигук, який є об'єктом суперечок та дискусій серед багатьох лінгвістів.

Перший, найбільш поширений вид – це розповідне речення. Воно виражає твердження, що містить певний факт або інформацію в стверджувальній або заперечній формі. Граматично таке речення оформлене прямим порядком слів та вимагає підмета за яким слідуватиме присудок, наприклад: *“I made myself sound as menacing as possible”* (Shaw, 2010, p. 195).

Наступний, не менш важливий, вид комунікативних речень – питальні. Вони ставлять прямі запитання в позитивній або негативній формі та закінчуються знаком питання. Однією з примітних граматичних характеристик таких речень є зворотній порядок слів або інверсія підмета і присудка. Наприклад, *“What hotel are you staying at?”* (Shaw, 2010, p. 82). Існує дві найбільш поширених систематизації питальних речень, яка угруповує їх на займенникові та незайменникові; і на загальні, спеціальні, розділові та альтернативні питання. Кожне з них має свої особливі риси завдяки структурі, будові, інтонації та пунктуації.

Наступний вагомий вид – це спонукальне речення. Воно обов'язково має містити якусь команду, наказ або прохання в стверджувальній або заперечній формі. Його центральним компонентом є імператив, який використовується для того, щоб наказувати, забороняти, пропонувати та ін.. Структура спонукального речення вирізняється відсутністю підмета і формою наказового способу дієслова-присудка. Наприклад, *“Ask him!”* (Lee, 2017, p. 73).

Останній фундаментальний комунікативний вид, який спричиняє велику кількість диспутів та дискусій серед лінгвістів та науковців – це окличне речення. Воно передає сильні емоції і закінчується знаком оклику. Зазвичай, такі речення починаються з окличних займенників, таких як: *what* і *how*, напр., *“What a lovely dress!”*. Потрібно відмітити, що окличне речення можна підсилити вигуком, який має стояти перед ним. Наприклад, *“Wow! I can't believe you got this for me!”*. Проте зараз більшість науковців не включає окличні речення в головну класифікацію як окремих комунікативний тип, і це пояснюється тим, що звичайні граматичні засоби, такі як порядок слів або використання конкретних допоміжних форм, службових слів, унеможливають протиставлення трьом основним типам.

Отже, аналіз основних типів речення за метою висловлювання у сучасній англійській мові показує, що кожен з них має свої особливості та дискурсивні риси, які виражаються у їх лексико-граматичних властивостях.

## ЛІТЕРАТУРА

- Berezenko, V., Cherkhava, O., & Musiienko, Y. (2022). Communicative language teaching approach in promoting the linguistic competence of efl learners. *Advanced Education*, 9(20), 88–96. <https://doi.org/10.20535/2410-8286.224016>.
- Lee, Harper. (2017). *To Kill a Mockingbird*. Антологія.
- Shaw, I. (2010). *Nightwork* (Денисова, С. В. Ред.). КАРО.
- Загнітко, А. П. (1996). *Український синтаксис: науково-теоретичний і навч.-практ. комплекс* (Т. 2).

## ЯВИЩЕ РЕДУПЛІКАЦІЇ ПРИКМЕТНИКІВ В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

**Ковальок А. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Кривошеєв Л. Д.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Словотворення – одна з найважливіших та найцікавіших ознак розвитку кожної мови. Мовознавець Ковалик І. І. (1961) описував словотвір як науку (дериватологія), що вивчає закони творення слів на базі моделей і зразків, наявних у системі слів, що належать до словникового складу мови. В сучасній китайській мові налічується декілька способів словотвору, але словоскладання є головним механізмом за допомогою якого здійснюється збагачення мови. Тому, в цій темі ми розкриємо явище редуплікації, як один із засобів словоскладання та насичення китайської мови. Такий метод є продуктивним типом словотвору майже всіх мов світу. За словами деяких вчених, редуплікація – це спосіб словотворення або формоутворення, що складається з подвоєння кореня або його елементів (звуків, складів), афіксів або цілих слів, які переходять на становище морфем (Мельник, 2020, с. 11). У китайській мові подвоєння відбувається як головних, так і службових частин мови. При цьому редуплікація окремих частин мови викликається різними причинами і має свої особливі риси.

Основним значенням редуплікації прикметників в сучасній китайській мові є надання інтенсивності якості та посилення ознаки, що позначається прикметником (Мельник, 2020, с. 32). Синтаксично редупліковані прикметники відрізняються від своєї початкової форми, і можуть брати на себе роль присудка, обставини та означення. Для дослідження цього явища в китайській мові ми використаємо спеціалізовані сайти, розроблені для полегшення вивчення китайської граматики студентами – AllSet Learning та Flexi classes. Подвоєння прикметників може відбуватися в п'ять способів, ми ж розглянемо найпоширеніші три: АА, ААВВ, АВ АВ. Проаналізуємо подібні трансформації в нижче наведених прикладах:

Подвоєння односкладових прикметників типом АА: 今晚的月亮圆圆的。 *Jīnwǎn de yuèliàng yuán yuán de* – Місяць круглий цієї ночі; 我妹妹瘦瘦小小的。 *Wǒ mèimei shòu shòu xiǎo xiǎo de* – Моя молодша сестра худесенька і малесенька. Випадок, коли прикметник складається лише з одного складу є найлегшим у подвоєнні та відбувається за схемою: АА+的 (+іменник). Єдина непроста частина цього шаблону полягає в тому, що не всі прикметники можна повторити в натуральному мовленні. Редуплікація переважно стосується прикметників, які описують фізичний світ: кольори, розміри, форми та інші фізичні описи. Односкладові прикметники висловлюють якість з точки зору їх семантики.

Проаналізуємо приклад, утворений за допомогою другої схеми, а саме ААВВ: 他的手干干净净的。 *Tā de shǒu gāngānjìngjìng de* – Його руки чисті. Структура ААВВ, що редуплікується, – це форма мовного вираження, утворена подвоєнням двоскладових прикметників АВ (张, 2021). Коли прикметник складається з більше ніж одного ієрогліфа, це змушує подвоєвати кожен символ окремо, а не все слово. У наведеному реченні, оригінальний прикметник складається з двох ієрогліфів: 干净 – це форма АВ, де перший ієрогліф прикметника позначається А, а другий – В. Подвоєння виконується за схемою ААВВ+的 (+іменник). Нюанс полягає в тому, що не всі двоскладові прикметники можуть вживатися у формі ААВВ. Ось кілька прикладів прикметників АВ, де ця схема не спрацювала б: 好吃 – 好好吃 *hǎochī*, 便宜 – 便便宜 *piányi*, 麻烦 – 麻烦 *máfan*.

Ми вже згадували, що редупліковані прикметники можуть брати на себе іншу граматичну роль. Ось один з прикладів, де прикметник виконує функцію прислівника в реченні: 我真想舒舒服服地躺在沙发上看电视。 *Wǒ zhēn xiǎng shūshūfúfú de tāng zài shāfā shàng kàn diànshì*. – Мені справді хотілося б зручно лягти на диван і подивитися телевізор. Схема застосування: ААВВ+地+дієслово.

Прикметники, що вживаються як предикати, зазвичай, утворюються способом АВАВ: 妹妹快过生日了, 我打算给她办一个生日派对, 热闹热闹。 *Mèimei kuài guò shēngrì le, wǒ dǎsuan gěi tā bàn yī gè shēngrì pàiduì, rènao rènao*. – Скоро день народження моєї молодшої сестри, і я планую влаштувати для неї вечірку і повеселитися. При вживанні такої конструкції прикметник заміняє дієслово та повноцінно виконує роль присудка. Це майже еквівалентно застосуванню конструкції 一下 *yí xià* після нередуплікованого прикметника. Також слід зауважити, що після АВАВ немає 的 *de*, оскільки 的 використовується під час модифікації іменників.

На завершення можна сказати, що редуплікація прикметників в сучасній китайській мові виконує дуже важливу словотворчу функцію, створює нові граматичні форми, являється вагомою силою у створенні нових лексичних одиниць та насичує лексику прикметниками різного ступеню якості. Редуплікаційна структура китайських прикметників є мовним феноменом, якому лінгвісти починають приділяти все більше, і більше уваги (杨, 2004).

## ЛІТЕРАТУРА

- Ковалик, І. І. (1961). *Вчення про словотвір: словотворча характеристика слова: відношення вчення про словотвір до інших мовознавчих дисциплін*. Львівський державний університет.
- Мельник, О. П. (2020). Повтори і їх функції в китайській мові: [Кваліфікаційна робота магістра, Київський національний лінгвістичний університет]. Репозитарій Київського національного лінгвістичного університету. <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/865>
- 杨, 洪建. (2004). 汉语形容词重叠结构在哈萨克语中的对应表达及其教学. 新疆大学.
- 张, 靖宇. (2021). 中文量增类AABB重叠结构的认知研究. 扬州职业大学社会科学版.

## ЛІНГВАЛЬНІ ЗАСОБИ ТВОРЕННЯ ОБРАЗІВ ЯК ЛІНГВІСТИЧНА ПРОБЛЕМА

**Ковач Б. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Голяд Н. І.**

*Кандидат філологічних наук, доцент,*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Будь-який художній твір складається з художніх образів, та містить їх велику кількість, оскільки образ виникає на кожному рівні художнього твору. Багато науковців та літературознавців досліджували поняття “художній образ” та довели, що у кожному жанрі він може бути різним, залежно від середовища, у якому він розгортається. Також важливим є те, що художній образ існує не тільки у літературі, а й у мистецтві, живописі, архітектурі, музиці та у різних сферах наук.

Завдяки естетичній природі, літературний образ здатний перетворювати буденну дійсність на художній світ, який існує за власними законами і правилами” (Ференц, 2011, 68). Проблема художнього образу містить безліч питань, що стосуються, насамперед, його генезису і функціонування. М. Храпченко вважає, що “у своєму генезисі, історичному русі образна творчість тісно стикається з різними явищами духовного життя суспільства” (Храпченко, 1993, 17).

Відповідно можна назвати два різних підходи до вивчення художнього образу. Перший підхід – це виділення власне естетичних і художніх проблем, таких як: особливості художнього відображення, типізація і умовність художнього образу. Другий підхід пов’язаний із зверненням до матеріалу психології, семіотики та інших наукових дисциплін, що дещо виводить вивчення способу за межі його художньої специфіки. “Належність категорії художнього образу до філософської естетичної науки пояснюється зазвичай особливим призначенням, особливою функцією образу в мистецтві – відображати в специфічній формі об’єктивну дійсність” (Храпченко, 1993, 19).



Тож, можна стверджувати, що поняття “художній образ” належить, і, відповідно, є об’єктом дослідження різних наук, таких як: естетика, літературознавство, лінгвістика, мистецтвознавство тощо.

Аналіз наукової літератури дозволив підтвердити тезу про найрізноманітніші функції художнього образу. Поруч з естетичною, вважаємо за необхідне акцентувати увагу на ціннісно-смысловій, комунікативній, психоемоційній, соціально-регулятивній, ідеологічній, виховній т. ін. Особливої уваги заслуговує символічне наповнення художнього образу, що має багатоманітні форми прояву на всіх рівнях його структури: від рівня елементарного знаку і художнього прийому до рівня архетипного, глибинного змісту твору як складного і цілісного “художнього світу”. З огляду на це, вважаємо актуальним дослідження специфіки художнього образу, по-перше, як явища культури світосприйняття й особливої форми вираження естетичного досвіду людини; по-друге, дослідження внутрішньої символічної структури і функцій художнього образу.

Стилістика мови вивчає окремі реальні тексти, розглядаючи, яким чином вони передають зміст, не тільки на основі граматичних і стилістичних норм мови, а й на основі значущих відхилень від цих норм. Вона вивчає також специфічні особливості функціональних стилів, жанрові, ситуативні та інші різновиди мови (Храпченко, 1993). Стилістика мови визначає стилістичні можливості мови в залежності від мети і завдань спілкування, змісту, типу, ситуації мовлення. “Розгляд твору кожного автора зокрема має на меті встановлення особливостей вживання частин мови в різноматематичних творах, і встановити ймовірні закономірності такого вживання” (Храпченко, 1993, 14).

Для того, аби повноцінно проникнути до глибин авторського стилю, необхідно опанувати комунікативні підсистеми, які автор використав для вираження власної ідеї. Подібний комплекс є підґрунтям, яке формує мовну структуру авторського стилю, що постає естетичною діяльністю, реалізованою через текст та спрямованою на встановлення зв’язків між дійсністю, автором та читачем.

Подібний підхід тісно сполучає авторську стилістику зі сприйняттявою, декодувальною стилістикою. Якщо зазначена особливість зауважена, це сприяє успішному визначенню функційності художнього образу, інспірованої умовами та принципами послугування ним з боку художника та рефлексивного сприйняття з боку читача (Ференц, 2011). П. Білоус зазначає, що “...здатність до образотворення закладена в багатозначності слів; слово з його значеннями – це вже образ”, що “несе в собі самотність творчої індивідуальності – особливості її світовідчуття, інтелектуальні і психічні риси, життєвий досвід” (Білоус, 2011,83).

Найчастотнішими механізмами творення художнього образу постає сукупність лінгвальних засобів, представлених, зокрема, метафорами, гіперболами, порівняннями та епітетами. Важливим є усвідомлення того факту, що художньому тексту може не бути притаманне активне послугування можливостями численних образних слів та виразів, наділених

іманентним експресивним або стилістичним забарвленням. Натомість, мові художнього твору цілком може бути притаманна образність, що є основою для витворення яскравого зображення та виникнення емоцій у реципієнтів.

На думку П. С. Дудика, дослідження, пов'язані з вивченням особливостей творення художніх образів, повинні в першу чергу орієнтуватися на розгляд стилю твору, виокремлення його стильових домінант. Науковець підкреслює, що мова твору є суттєвим і значущим компонентом опрацювання лінгвальної своєрідності художніх текстів (Дудик, 2005).

Отже, визначення функційності лінгвальних засобів, послугування якими сприяє набуттю різними елементами мови ознак образності та експресивності, сприяє поглибленому усвідомленню можливостей мовностилістичних засобів у витворенні своєрідності художнього образу. Окрім того, необхідно підкреслити важливість залучення потенціалу лінгвальних засобів письменниками для цілісного словесного оформлення художньої образності.

## ЛІТЕРАТУРА

- Білоус, П. В. (2011). *Вступ до літературознавства*. Академія.  
Дудик, П. С. (2005). *Стилістика української мови*. ВЦ “Академія”.  
Ференц, Н. С. (2011). *Основи літературознавства*. Знання.  
Храпченко, М. Б. (1993). *Обрії художнього образу*.

## ДЕФІНІЦІЯ ПОНЯТТЯ “СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНА ТЕРМІНОЛОГІЯ” У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

**Коверда А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*  
Науковий керівник: **Капранов Я. В.**  
*Доктор філологічних наук, професор*  
*Київський національний лінгвістичний університет*

На сучасному етапі розвитку лінгвістики продовжують актуалізувати поняття “суспільно-політична термінологія” для інтерпретації слів, понять, термінів, тощо, які сходять до складу цього пласту лексики.

У Передмові до “Словника іншомовних слів”, за редакцією О. С. Мельничука, зазначено, що: “суспільно-політична термінологія словника представлена найважливішими і найпоширенішими політичними, економічними, філософськими, історичними, соціологічними термінами іншомовного походження” (Мельничук, с. 3). Стає зрозумілим, що до складу суспільно-політичної термінології належать терміни різних типів і видів дискурсів: від політичного до соціологічного.

При цьому автори (Т. І. Панько, І. М. Кочан та Г. П. Мацюк) підручника “Українське термінознавство” описують *суспільно-політичну*

*термінологію* як “[...] відкрити систему номінативних одиниць, різних за походженням, які спеціалізовані лексично (створені або запозичені терміни), семантично (загальнозживані слова, що отримали термінологічне значення) і фразеологічно (новостворені словосполучення номінативного характеру) для вираження понять, що відбивають сферу суспільно-виробничого, політичного життя нації” (Панько, Кочан, Мацюк, с. 37). Продовжуючи цю думку, інші дослідники (В. В. Капуш, Я. С. Снісаренко, Л. В. Туровська) підкреслюють, що суспільно-політична термінологія входить до складу суспільно-політичної лексики. Насамперед, Я. С. Снісаренко зазначає, що “суспільно-політична лексика є значно ширшим поняттям, і вона включає до свого складу слова та поняття, що описують різні аспекти суспільно-політичного життя суспільства” (Снісаренко, с. 89).

На думку В. Я. Жалай, *суспільно-політична лексика й суспільно-політична термінологія* мають певний взаємозв’язок, тому необхідно “відрізнати ядро суспільно-політичної лексики, яке стосується суто політичних функцій держави і недержавних установ, і лексику політичного дискурсу, яка є мінливою і залежною від політичної ситуації в той чи інший історичний момент. З цього погляду, навіть економічні, культурні чи історичні терміни можуть вважатися суспільно-політичними термінами, коли вони набувають політичної ваги, бо вживаються у політичному дискурсі (тобто “політизуються”)” (Жалай, Линник, Пархоменко, Рахманова, Рубашова, с. 9).

До речі, лексичними відповідниками до поняття “суспільно-політична термінологія” в англійській практиці використовують такі, як: *political terminology, political terms, political words, political vocabulary, political jargon* (Жалай, Линник, Пархоменко, Рахманова, Рубашова, с. 8), які містять компонент *political*, зосереджуючи увагу власне на політичності, а не суспільній значимості лексики. Оскільки *політика* визначається як “діяльність уряду або людей, які намагаються на державне врядування” (переклад наш – А. К.) (букв. *the activities of the government or people who try to influence the way a country is governed*) (Politics...). Відповідно до цього визначення, громадяни країни також визнаються акторами політичного процесу і підкреслюються їх роль у системі прийняття рішень.

Натомість українська парадигма передбачає включення політичного компоненту у суспільну діяльність, оскільки “політика” зазвичай асоціюється з діяльністю великих державних акторів та міжнародними відносинами, тому існує необхідність підкреслення саме суспільної важливості процесу.

У підсумку зазначимо, що суспільно-політична термінологія може бути представлена як спеціалізованою термінологією інших галузей, так і частиною суспільно-політичної лексики, яка простежується в розмовному мовленні. Також варто зазначити, що, аналізуючи англомовні джерела, необхідно звернути увагу на історичний розвиток термінопонять “суспільно-політична термінологія” та “*political terminology*”, акцентуючи увагу на світоглядній парадигмі культур.

## ЛІТЕРАТУРА

- Жалай, В. Я., Линник, Т. Г., Пархоменко, А. Ф., Рахманова, І. І., Рубашова, Л. М. (2019). Політична термінологія у сучасному інформаційному просторі. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи / НАН України, Центр наукових досліджень і викладання іноземних мов, 9.*
- Мельничук, О. С. (Ред.). (1974). *Словник іношомовних слів*. Українська радянська енциклопедія.
- Панько, Т. І., Кочан, І. М., Мацюк, Г. П. (1994). *Українське термінознавство: підручник*. Світ.
- Снісаренко, Я. С. (2013). Вплив лінгвальних та екстралінгвальних чинників на розвиток суспільно-політичної термінології. *Термінологічний вісник, 2(2)*, 89.
- Politics, political, politician or policy? (б. д.). *Cambridge Dictionary* <https://dictionary.cambridge.org/grammar/british-grammar/politics-political-politician-or-policy>

## ФУНКЦІЙНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИГУКІВ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

**Коврига В. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Валігура О. Р.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Вигуки – це особливий лексико-граматичний клас слів (розряд, частина мови) незмінюваних слів, які не належать ні до повнозначних, ні до службових слів. Вони є засобом вираження (не називання) емоцій, почуттів, експресивних оцінок, вольових спонукань мовців (Русанівський & Тараненко, 2000)

Китайські лінгвісти також ще не дійшли єдиної думки щодо вигука та його місця у системі класифікації частин мов. Лі Цзіньсі (黎, 2007), наприклад, включає даний клас слів у так звані “слова стану”, Ван Ляо-і (王, 1951) розглядає вигуки як окремий клас, Люй Шусян (吕, 1982) об’єднують вигуки і звуконаслідування в один клас “звуконаслідувальні слова”. Чжан Чжигун (张, 1953), Ху Юйшу (胡, 1990) також виділяють вигуки в окремий клас слів.

У китайській мові існує досить велика кількість вигуків, проте теоретичні питання, пов’язані з цією частиною мови, ще не достатньо розроблені. Та попри це у розмовній мові вигуки використовуються дуже часто. Вигук передає чуттєву складність. Один і той самий вигук за різних обставинах може виражати різні почуття. Це залежить від тону вигука, позиції у реченні та від контексту. Наприклад, вигуки 啊ā, 哦ò використовуються в китайській мові для вираження питання, подиву, згоди, акцентування уваги, звертання. Розуміння експресивної різниці того чи іншого вигука та його

функціонування є принциповим питанням під час трактування та розуміння китайських текстів.

Вигуки – важливий компонент функціонування сучасної китайської мови. У реченнях вигуки виконують окремі функції, які допомагають у розумінні сенсу речення. Такими функціями, зокрема, є: 1) функція формування вигукового речення; 2) функція додавання реченню певної експресивного або емоційного забарвлення; 3) функція акцентування, посилення значення, вираженого будь-якої знаменної частиною мови; 4) функція члена речення.

Функція формування вигукового речення (вигук у цих випадках має силу висловлювання і характеризується самостійною інтонацією) властива всім вигукам і органічно випливає з їхньої природи. Наприклад: 嗨, 你不要喝那么多酒了。 Hāi, nǐ bùyào hē nàme duō jiǔle – *Гей, не треба тобі вже стільки пити!* У цьому реченні вигук 嗨 hāi привертає увагу до людини, що говорить, у контексті “стоп/ досить” із метою переключення уваги співрозмовника.

Функція додавання реченню певної експресивного або емоційного забарвлення – один із найрозповсюдженіших та найзрозуміліших випадків вживання вигуків. Вигуки відповідають за вираження емоцій – реакцію на інформацію, що ми отримуємо із навколишнього середовища, а емоції, зазвичай, важко стримувати. Через це у більшості випадків вигуки займають першу позицію у реченні та на письмі виділяються або комою, або знаком оклику, щоб ще більше підкреслити емоційність того чи іншого висловлювання. Наприклад: 欸, 啊寺, 没想到你会忘这件事那么快啊! – Āi, a sì, méi xiǎngdào nǐ huì wàng zhè jiàn shì nàme kuài a – *Ех, Сі, я й не думав, що ти так швидко про це забудеш.*

Рідше вигуки ставляться наприкінці речення та мають вже не функцію “реагування на повідомлення”, а функцію “висновку, завершеності” та репрезентують “загальну емоційну картину” людини в момент мовлення. Ще рідше за все вигуки ставлять у середині речення. Тоді вони розділяють дві частини речення. Наприклад: 你想用装死来吓唬我, 吓! 我根本就不怕! – Nǐ xiǎng yòng zhuāng sǐ lái xiàhǔ wǒ, pēi! Wǒ gēnběn jiù bùpà! – *Хотів налякати мене, прикинувшись мертвим? Тьфу! Я цього взагалі не боюся!*

Функція акцентування, посилення значення, вираженого будь-якою знаменною частиною мови. Наприклад: 天呢, 我怎么这么倒霉? – Tiān ne, wǒ zěnmē zhème dǎoméi? – *Господи, чого ж мені так не щастить?* У цьому реченні вигук 天呢 tiān ne репрезентує відчай, підкреслює безнадійність стану людини, що говорить.

Функція члена речення не є першочергово властивою вигукам і зазвичай виникає на основі заміщення вигуком будь-якої словоформи. Наприклад: 我侧目看看路外侧陡峭的山坡, 和山下雾腾腾的村庄, 啊噢一声, 用力往外滚去。 – Wǒ cèmù kàn kàn lù wàicè dòuqiào de shānpō, hé shānxià wù téngténg de cūnzhuāng, a ō yīshēng, yòng lì wǎng wài gǔn qù. – *Я дивився на круті схили за дорогою, і на туманні села внизу, крикнув та з силою скатився вниз.* У цьому реченні вигук 啊噢 āo у комплексі із рахівним словом 声 shēng виступає дієсловом.

Отже, проаналізувавши наведені вище речення, ми зрозуміли, що вигуки можуть виконувати кілька конкретних функцій у реченні. Нами також були

виведені певні закономірності вживання вигуків у реченнях. По-перше, вигуки не стосуються якогось окремого слова в реченні, а оформлюють думку, додаючи емпатично-експресивний характер. По-друге, вигуки можуть надавати реченню додаткового семантичного характеру та експресивного значення, або бути взагалі єдиним показником даних категорій у реченні. По-третє, при аналізі та систематизації відібраних прикладів ми дійшли висновку, що доволі часто китайці користуються вигуками для реалізації свого ставлення до ситуації в мовленні. Наступним міні-висновком можна вважати те, що, попри можливість вигуків займати різні позиції в реченні та виконувати різні функції, і у розмовній мові, і у письмовій, переважно, вигуки ставляться на початок речення. Вигуки оформлюють речення в цілому, не стосуються конкретного слова в реченні, надають реченню певні додаткові або основні семантичні та емпатично-експресивні характеристики та виступають одним з центральних засобів реалізації цієї категорії в мовленні.

Таким чином, дослідження властивостей і функцій вигуків сучасної китайської мови свідчить про те, що вигуки відрізняються від інших мовних одиниць своїми граматичними, морфологічними особливостями, незвичайним фонетичним оформленням і специфічною функцією в мові.

## ЛІТЕРАТУРА

Русанівський, В. М., & Тараненко, О. О. (2000). *Українська мова*.

Енциклопедичне видавництво імені М. П. Бажана.

- 黎, 锦熙. (2007). 新著国语文法. 湖南教育出版社  
王, 了一. (1951). 中國語法綱要. 商务印书馆  
吕, 叔湘. (1982). 中国文法要略. 商务印书馆  
张, 志公. (1953). 汉语语法常识. 中国青年出版社  
胡, 裕树. (1990). 现代汉语. 上海每教育出版社

## ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ЗАПОЗИЧЕНЬ В ІСПАНЬСЬКОМУ ДИСКУРСІ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

**Козка Д. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Бокова П. М.**

*Кандидат філологічних наук, доцент  
Київський національний лінгвістичний університет*

Лінгвістичні запозичення – це слова чи фрази, які запозичені з іншої мови, включені в загальну мову та можуть змінювати свою форму чи значення. Це відбувається, коли дві мови вступають у контакт з культурних, комерційних чи історичних причин, а певні слова чи терміни обмінюються один з одним і стають частиною лексики та загального мовлення. Загалом, запозичені слова зустрічаються майже в усіх мовах і стають дедалі популярнішими та вживаними, сприяючи багатству та різноманітності мови.

Іспанська мова збагатилася словами з багатьох мов світу. Наприклад, арабізми збагатили іспанський словник за рахунок арабських джерел. Серед них адміністративні та військові терміни: *aljaba, jinete* (сагайдак, вершник); торгові найменування: *tarifa, arancel* (швидкість, *тариф*). Арабізми проникли практично в усі сфери діяльності. Значна кількість французьких запозичень з'явилася в іспанській мові в період французької буржуазної революції: *comandar, retreta, bayoneta, fusil, comandor* (команда, відступ, багнет, гвинтівка, *командир*). XIX–XX століття дали нові запозичення з французької: *patriota, burocracia* (патріот, бюрократія). На іспанську лексику вплинули італізми, це слова, що прийшли з італійської мови, і належать до сфери культури, політики, промисловості, торгівлі, військової справи. Наприклад: *corsario, infanteria, escolta, escopeta, folleto* (корсар, піхота, ескорт, дробовик, брошура). Англіцизми, це слова, що прийшли з англійської мови. До них відносять виникнення таких слів, як *lub, reportero, turista* (клуб, репортер, турист). Лусизми, це запозичені слова з португальської і галісійської мов. З португальської і галісійської розмовної мови і літературних джерел іспанською мовою закріпилися: *tacho, carabela, arisco* (чоловік, каравела, похмурий). На характер лексичного формування іспанської мови вплинула не лише історія народу і географічне середовище проживання, а так само, як і громадські культури і економічний уклад, політика і культура, рівень соціального розвитку і психологія народу.

З найбільш відомих слів, запозичених в XVII столітті, приведемо наступні: *guitar* – гітара; *castanet* – кастаньєти; *toreador* – тореадор; *matador* – матадор; *duenna* – дуенья, компаньйонка молодій дівчини; *parade* – парад.

Серед запозичень, зроблених в XVIII столітті, можна відмітити назви іспанських танців, ігор і страв, предметів одягу, суспільно-політичні терміни. Наприклад, *quadrille* – кадрили; *bolero* – болеро; *picador* – пікадор; *marinade* – маринад; *caramel* – карамелька; *flotilla* – флотилія.

Важливу роль в іспанському реченні виконують службові слова, в першу чергу прийменники та сполучники. Проте, оскільки порядок слів в іспанській мові відносно вільний, не завжди просто зрозуміти, які елементи речення вони з'єднують.

“При перекладі на українську мову перед перекладачем виникає необхідність вміти правильно аналізувати граматичну структуру іспанського речення, виявляти ту модель, за якою воно побудоване. Для точного розуміння тексту важливим є як синтаксичний, так і морфологічний аналіз” (Gómez, 2004).

Особливої уваги потребують ті особливості іспанської мови, які не знаходять собі прямої паралелі в українській мові. При цьому речення, що містять подібні риси, потребують структурних трансформацій. В правилах перекладу визначається характер таких перебудов. Проте не слід розраховувати на те, що даний український еквівалент універсальний. Він є лише найбільш поширеним способом перекладу на українську мову. Конкретний лексичний зміст речення, а також більш



широкий синтаксичний контекст не завжди дозволяють використовувати еквівалент, що пропонується й змушує звертатись до його різноманітних варіантів. Особливий інтерес викликає переклад емпатичних конструкцій, оскільки способи емпізи в українській та іспанській мовах розрізняються між собою.

## ЛІТЕРАТУРА

Gómez, C. J. (2005). *La inmigración léxica*. Arco/Libros.

Gómez C. J. (2004). *Préstamos del español: lengua y sociedad*. Arco/Libros.

CLINTER. (2017). *Los préstamos lingüísticos: ¿Qué son? ¿Y qué significa su presencia en el lenguaje y la traducción?* Madrid. TRADUCCIONES E INTERPRETACIONES, S. A.

## НАЦІОНАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ КРІЗЬ ПРИЗМУ КУЛЬТУРИ ДІАЛОГУ

**Компанець А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Саволайнен І. П.**

*Кандидат філософських наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Чи можливе існування національної ідентичності без вибудованої і характерної культури діалогу? Для початку давайте розглянемо ці два явища окремо один від одного, щоб максимально розібратись в суті питання і вибудувати логічний зв'язок між цими дефініціями.

За загальновідомим визначенням національна ідентичність – це усвідомлена приналежність до національної спільноти на основі стійкого емоційного зв'язку, що виникає в результаті сформованої системи уявлень щодо традицій, культури, мови, політики, а також прийняття групових норм і цінностей (Стегній, 2020). Національна ідентичність розглядається і як визнання народом самого себе; знання і повага історії; національної культури, території, усвідомлення народом своїх особливих рис, розуміння членами національної групи власних інтересів, прагнень, цілей, ідеалів, потреб. Водночас культура діалогу є багаторівневим явищем, яке має багато складників. Базовий моральний складник – це взаємоповага, яка поширюється на всі елементи нашого буття, діалогу або поза його межами. Емоційна складова передбачає розуміння емоції іншого, вміння реагувати на них. Є простір нашого діалогу. А діалог – жива істота, організм, який ми повинні створювати і який треба розуміти, зокрема куди він спрямований. Тільки туди, куди я бажаю, чи куди бажає інший (Козловський, 2020).

Національна ідентичність може бути розглянута з різних ракурсів, а культура діалогу визначається як один з ключових аспектів, що формують цю ідентичність.

Культура діалогу полягає в здатності людей до побудови взаємодії на основі поваги до думок та інтересів інших, відкритості до інших поглядів та вмінні досягати консенсусу в процесі обговорення різних питань. Ця культура є стрижневим елементом для розвитку толерантного і різноманітного суспільства.

У контексті національної ідентичності культура діалогу може бути інструментом для сприяння міжкультурної комунікації, зміцнення спільності між різними національностями. Через відкритість і повагу до думок і культур інших, люди можуть взаємодіяти, обмінюватися досвідом, що своєю чергою сприятиме збільшенню розуміння та поваги до інших культур. А у широкому контексті під національною ідентичністю розуміють індивідуальне й колективне відчуття належності до певної національної спільноти, ототожнення з її символами, цінностями, культурою, історією, територією, державними і правовими інституціями, політичними й економічними інтересами. До того ж національна ідентичність з-поміж усіх інших колективних ідентичностей є найбільш інтеграційною, такою, що чітко “вписує” індивіда в ту чи іншу національну спільноту. Національна ідентичність є визнання народом самого себе, знання і повага історії, національної культури, території, усвідомлення народом своїх особливих рис, розуміння членами національної групи своїх інтересів, прагнень, цілей, ідеалів і потреб.

Сама по собі культура діалогу також може сприяти розвитку та зміцненню національної ідентичності. Шляхом обговорення різних питань люди можуть співчувати та зрозуміти потреби та інтереси своєї нації, знайти спільну мову і домовленість стосовно найкращого розв'язання своєї нації.

Культура загалом, як і філософія зокрема, за думкою Р. Рорті, є радше “*phronesis*”, ніж “*episteme*”, не пошуком істини, а розмовою, комунікацією. Саме тому навіть виник такий філософський напрямок як біологізм, який ставив перед собою завдання глибокого осмислення людських стосунків як діалогічних. На мою думку, духовний зміст культури виникає й існує саме в діалозі між особами та соціальними групами як нескінченний рух аж ніяк не до іманентності, як це може здатись на перший погляд, а виключно до трансцендентності. Оскільки від самого початку свідомості властиво не набуває у процесі досвіду, а навпаки, зумовлює і визначає можливості будь-якого досвіду. До прикладу, відмінна риса українського вільного суспільства в тому, що ми можемо кричати одне на одного, можемо не погоджуватись один із одним, але врешті-решт сідаємо і розмовляємо. І в цьому функціональна різниця зокрема й від наших сусідів, із якими у нас війна, бо вони можуть робити лише так, щоб підкорялися їхній силі, і думка не була вільною.

Отже, діалог – це поєднання різних смислів, у якому формується орієнтація розуму на взаєморозуміння. Сама ж культура діалогу в цілому може мати значний вплив на формування національної ідентичності, сприяючи взаєморозумінню і толерантності між різними культурами, допомагаючи зміцнювати спільність і єдність усього суспільства.

## ЛІТЕРАТУРА

- Козловський, І. (2020). *Культура діалогу: Ключові тези першого Національного круглого столу*.  
<https://mkip.gov.ua/news/4297.html>
- Стегній, О. І. (2020). Національна ідентичність. В. І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк ... & Я. С. Яцків (Ред.), *Енциклопедія Сучасної України*. Інститут енциклопедичних досліджень НАН України.  
<https://esu.com.ua/article-71062>

## СУБ'ЄКТНО-ОБ'ЄКТНІ ВІДНОШЕННЯ ТА ЇХНЯ РЕАЛІЗАЦІЯ В КОРЕЙСЬКІЙ МОВІ

**Коновал Д. Г.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Кан Ден Сік**

*Доктор політичних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

На сучасному етапі вивчення суб'єктно-об'єктних відношень в різних мовах, особливу увагу приділяють вивченню синтаксичної структури речення, оскільки вона має велике значення у визначенні суб'єкта та об'єкта в реченні. Корейська мова відноситься до аглютинативних мов і для позначення суб'єктів реченні використовує частки *이/가*, в той час як для об'єктів використовуються частки *을/를*. Через вільний порядок слів в реченні, суб'єкт і об'єкт в корейському реченні можна знайти за допомогою вищезазначених часток. Якщо речення має стандартний порядок слів *підмет-додаток-присудок*, частинки які позначають суб'єкт та об'єкт можуть бути опущенні, тільки в розмовній мові. В офіційних документах опущення часток не припускається.

Головну роль у реалізації суб'єктно-об'єктних відношень в корейській мові відіграє категорія стану. Категорія стану формується протиставленням активності і пасивності як таких граматичних значень, в яких укладено різне уявлення одного і того ж співвідношення між семантичним суб'єктом, дією і семантичним об'єктом. Ця різниця виражена одночасно і морфологічно – формою дієслова, і синтаксично – конструкціями активу і пасиву

У сучасній корейській мові існує три стани:

1) активний: коли підмет повідомлення є суб'єктом дії або виконання дії;  
2) пасивний: слугує для позначення дії, яка виконується суб'єктом, що виражається у реченні непрямым відмінком (підмет це об'єкт дії);

3) каузативний: позначає дію, яка виконується над об'єктом, виражається у реченні прямим и непрямым відмінками (суб'єкт – підмет, не є виконавцем дії; він лише спонукає/стимулює до дії іншого суб'єкта).

Активний стан використовується у більшості випадків, в корейській мові і є цілком зрозумілим людям, які вивчають мову, відповідно проблеми з визначенням суб'єкта та об'єкта в реченнях не виникають. Наприклад:

1) 저는 티비를 껐어요. – Я вимкнула телевізор.

В цьому реченні ми бачимо суб'єкт “저” з часткою називного відмінка 는, та об'єкт “티비” з часткою 를, яка вказує на те, що над цим об'єктом була виконана дія

Дієслово в пасивному стані висловлює дію, яку відчуває особа (або предмет) з боку іншої особи (або предмета). Особа, яка відчуває дію в реченні є підметом і оформляється частинками називного відмінка. Особа, яка є джерелом дії, оформляється часткою – 에게.

Пасивний стан в корейській мові показує, що 1) підмет піддається дії з боку іншої особи або предмета; 2) або, що в результаті певної дії воно знаходиться в якомусь певному стані. Наприклад:

1) 티비가 꺼져 있어요. – Телевізор вимкнений.

В цьому прикладі ми бачимо, як в пасивному стані суб'єкт “저는” зник, а об'єкт “티비를” в пасивному стані сам зайняв позицію суб'єкта. Іншими словами, оригінальний об'єкт стає новим суб'єктом, представляючи дію, отриману від оригінального суб'єкта.

У лінгвістиці каузатив – це стан, який вказує на те, що суб'єкт або змушує когось, або щось інше робити або бути чимось, або спричиняє зміну стану невольової події. Як правило, це вводить нову причину у перехідне речення, причому оригінальний суб'єкт стає об'єктом. Розглянемо декілька прикладів:

1) 저는 공부를 한다. – Я вчуся.

2) 부모님이 저에게 공부를 하게 한다. – Батьки змушують мене вчитися.

В першому прикладі ми бачимо звичайний порядок слів з присутнім суб'єктом “저”. В другому прикладі ми бачимо новий суб'єкт “부모님” та “저” який перейняв на себе роль об'єкта завдяки частці 에게.

Отже, правильне розуміння і можливість визначити головний об'єкт або суб'єкт в реченнях допоможе студентам краще розуміти особливості корейської мови під час перекладу. Також за наявності невеликої кількості робіт присвячених вивченню суб'єктно-об'єктних відношень саме в корейській мові, це питання не є повністю розкритим, що дає перспективу подальших досліджень.

## ЛІТЕРАТУРА

- Lee, E. H., Sean M., Park M. J. (2016). An Introduction to Korean *Linguistics* (Section 5.5.2). Routledge
- Lee, J. M. (1973). Abstract Syntax and Korean with reference to English. Ph. D. dissertation. Indiana University
- Song, H. K. (2005). Causatives and resultatives in Korean. Ph. D. dissertation, The University of Wisconsin at Madison
- 임흥빈, (1977). 피동성과 피동 구문, 국민대 논문집

## ПОРІВНЯННЯ, ЯК ЗАСІБ ЗОБРАЖЕННЯ КОМІЧНОГО У ПРОЗІ ЮЙ ХУА

**Костюченко Н. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Хамрай О. О.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Юй Хуа – представник письменників-авангардистів в сучасній китайській літературі. Під впливом праць А. Камю, Юй Хуа описує життя маленьких людей шляхом висміювання абсурдності навколишнього світу та їх власних дій (柳, 2002). Найпоширенішим засобом вираження комічного в розглянутих роботах автора (“空中爆炸” (“Вибух у повітрі”), “西北风呼啸的中午” (“Опівдні з завиванням північно-західного вітру”) є порівняння (余, 2013a; 余, 2013b).

Порівняння – троп, який використовується для пояснення одного предмета через інший за допомогою порівнюючої зв'язки і відповідних сполучників: як, мов, немов та інші (Жулинський, 2015).

Автор за допомогою порівняння описує неочікувану зустріч двох друзів після довгих років розлуки у творі “空中爆炸” (“Вибух у повітрі”).

Оригінал:

这时候我像是听到了嘹亮军号和公鸡报晓一样，我从地上腾地站起，将门打开，看到了有一年多没见的唐早晨。

Власний переклад:

*У цей час мені здалося, немов я почув гучний сигнал тривоги чи крик півня на світанку. Я підвівся з землі, відчинив двері й побачив Тан Цзаочена, якого я не бачив більше року.*

Ім'я героя “唐早晨” складається з окремих ієрогліфів, які перекладаються як “дикий (неочікуваний) ранок”, таким чином порівняння його стукоту з сигналом тривоги чи півнем є іронією. Точно передати іронію не вдається, через те, що власні назва не перекладаються, однак можливо зберегти порівняння, яке комічне саме по собі. В оригіналі використано граматичну конструкцію порівняння “像……一样”. У перекладі було застосовано синтаксичну перестановку, тому “гучний сигнал тривоги чи крик півня на світанку” стоїть після сполучника “немов”, натомість в оригіналі те ж словосполучення стоїть всередині граматичної конструкції.

Порівняння також використовується в епізоді, де герої зайшли в гості до свого друга Лі Шухая, щоб запропонувати допомогти Тан Цзаочену.

Оригінал:

离开我家以后，我和唐早晨先去了李树海的家，就像唐早晨说的那样，李树海的妻子把唐早晨教训了一通。那时候她刚洗了澡，她坐在电扇前梳着头，梳下来的水珠像是唾沫似的被电扇吹到了唐早晨的脸上，让唐早晨不时地伸手去擦一把脸。

Власний переклад:

*Вийшовши з мого дому, ми з Цзаоченом пішли спочатку додому Лі Шухая, і, як і казав Тан, він одразу отримав прочухана від дружини Шухая. Вона щойно прийняла душ і сиділа перед вентилятором, розчісуючи волосся. Краплі води, як пювки, потрапляли на обличчя Тана, змушуючи його час від часу протягувати руку, щоб витерти обличчя.*

Таким чином, автор одночасне зіставляє осуд від дружини Лі Шухая, яка, як і всі інші дружини героїв, знає ловеласа Цзаочена, та “пювки” вентилятора, що показує її ставлення до героя за допомогою конструкції “像……似的”. У перекладі було використано прийом членування речення і заміни дієслова “去” на сполучник “щоб”; опущення “梳下来的” в словосполученні “梳下来的水珠” та імені “早晨” задля уникнення тавтології.

У проаналізованих оповіданнях порівняння зустрічається і в “西北风呼啸的中午” (“Опівдні з завиванням північно-західного вітру”). Автор використовує порівняння в епізоді, де незнайомець вривається у будинок головного героя для того, щоб забрати його на похорони не відомого йому друга.

Оригінал: 我知道跟这家伙再争辩下去是毫无意义的，因为他的力气起码比我大五倍。他会像扔一条裤子似地把我从窗口扔出去。于是我就说：“既然一个快死的人想见我，我当然是乐意去的。”说完我从地上爬起来，开始穿衣服。

Власний переклад: *Я знав, що сперечатися з цим хлопцем далі безглуздо, тому що він був принаймні в п'ятеро сильнішим за мене. Він міг викинути мене з вікна, зовсім як пару штанів. І я сказав:*

*– Якщо вмираюча людина хоче мене бачити, звичайно, я з радістю піду. Я встав з підлоги та почав одягатися.*

Розуміючи свою долю, головний герой погоджується на переконання незнайомця і збирається піти з ним. У перекладі використано прийом синтаксичної перестановки, оскільки в оригіналі порівняння стоїть перед сполучником “似地” всередині конструкції “像……似地”, а в перекладі після сполучника “зовсім як”, що пов’язано з різницею в граматиці.

Отже, порівнянням характерні граматичні трансформації при перекладі, оскільки порядок китайських конструкцій, що утворюють порівняння, не є характерним для української мови. Незважаючи на це, порівняння вдається зберегти, оскільки вони абсурдні самі по собі і викликають відчуття комічного.

## ЛІТЕРАТУРА

柳, 鸣九. (2002). 沈志明. 加缪全集. 河北教育出版社.

Жулинський, М. Г. (Ред.). (2015). *Шевченківська енциклопедія*. Інститут літератури ім. Т. Г. Шевченка.

余, 华. (2013a). 空中爆炸.

<https://www.99csw.com/book/2423/72793.htm>

余, 华. (2013b). 西北风呼啸的中午.

<https://www.99csw.com/book/2423/72806.htm>

## СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА ЯК РІЗНОВИД КИТАЙСЬКОМОВНОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ

**Кошовий М. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Любимова Ю. С.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

На сьогоднішній день соціальна реклама є одним із видів рекламного дискурсу, спрямованого на підвищення свідомості аудиторії про соціальні проблеми та проблеми громадського значення. Головна мета соціальної реклами полягає в тому, щоб вплинути на поведінку та дії людей, спонукати їх до змін у соціальній сфері.

Соціальна реклама – це форма реклами, яка просуває соціальні ідеї та поведінкові норми з метою покращення соціальної ситуації насамперед в суспільстві. Це може бути пов'язано з такими темами, як охорона здоров'я, екологія, безпека, права людини, гендерна рівність, сімейні цінності тощо.

Вивченням теми дискурсу займалася плеяда вчених-філологів, які присвятили цій темі досить багато часу, наприклад С. І. Потапенко (2009), І. А. Бехта (2004), В. О. Ковчак (2015), Г. Г. Почепцов (2001) та інші.

Поняття дискурсивного історично означає логічну пов'язаність, доказовість. Значення поняття “дискурс” (введене де Соссюром) характеризує мовленнєві акти, мовлення, а не мову. У лінгвістичній літературі під терміном “дискурс” розуміють не просто акт мовлення, а конкретну ситуацію, позамовний контекст і невисловлені цілі й наміри, які цей акт мовлення супроводжують. Поняття дискурсу позначає мову, яка віддзеркалює суспільну, епістемологічну та риторичну практику специфічної групи як якийсь дискурс та конститує її, адже “дискурс – текст, зв'язаність якого значною мірою задається контекстом”. Мовленнєвий акт пов'язаний із контекстом висловлення і дискурс є тим мовленнєвим чинником, надає змогу мовцеві вважати свої слова відповіддю на запитання, поставлене Іншим як структуру “запит–відповідь”, і уможливує комунікацію. Сукупність настанов, що визначає, які запитання можуть, які не можуть бути поставлені в певному контексті, і є дискурс” (Ковчак, 2015).

Тому можемо сказати, що дискурс – це система повідомлень, яка має свої правила, структуру і функції, тобто, це особлива форма мовлення, що складається з певних лексичних, граматичних і стилістичних засобів, які використовуються в мовленні для досягнення певної мети.

У рекламному тексті дискурс має велике значення, оскільки він допомагає досягти мети, яка полягає у переконанні аудиторії в придбанні певного товару або послуги, але соціальна реклама не ставить на перший план продаж



товарів чи послуг, а зосереджується на соціальних питаннях та проблемах громадського значення. У рекламному дискурсі використовуються певні техніки та прийоми, такі, як маніпуляція емоціями аудиторії, застосування різноманітних стилістичних засобів, створення позитивного образу товару або послуги тощо (Почепцов, 2001).

Дискурс рекламного тексту має також свою специфіку, яка полягає у використанні певного жанру, лексики та стилістики. Рекламний дискурс прагне привернути увагу аудиторії та створити позитивний імідж товару або послуги, тому він має бути максимально ефективним та переконливим.

Китайськомовний рекламний дискурс має свої особливості, які відображають культурні, мовні та історичні особливості Китаю. У китайському рекламному дискурсі використовуються такі стилістичні засоби, як алегорії, метафори, порівняння та інші, щоб передати певні ідеї та повідомлення. Також у китайській культурі більше уваги приділяється колективним інтересам, а не індивідуальним. Тому соціальна реклама в Китаї має на меті не тільки покращення індивідуального благополуччя, а й підвищення соціального благополуччя в цілому. Також хочу зазначити китайських дослідників Лю Цзяньміна та Ван Тайсюаня, котрі висвітлили китайськомовний рекламний дискурс (刘 & 王, 1993).

Крім того, у китайській культурі великий значення має етика і моральність. Тому соціальна реклама в Китаї часто підкреслює моральні цінності та поведінкові норми, які повинні дотримуватися у суспільстві.

Наприклад, однією з тем соціальної реклами в Китаї може бути боротьба з корупцією. У такій рекламі можуть бути використані символіка та інформація, які наголошують на тому, що корупція є злом, яке шкодить суспільству в цілому, а не тільки окремим індивідам.

Отже, соціальна реклама в Китаї може використовувати особливості китайського культурного та соціального контексту, щоб підвищити ефективність свого впливу на громадську думку та поведінку.

## ЛІТЕРАТУРА

- Потапенко, С. І. (2009). *Сучасний англomовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти: монографія*. Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя.
- Бехта, І. А. (2004). *Дискурс наратора в англomовній прозі*. Грамота.
- Почепцов, Г. Г. (2001). *Теорія комунікації*. Рефл-бук, Ваклер.
- Ковчак, В. О. (2015). Дискурс як чинник суспільного здійснення людини. *Гілея: науковий вісник*, 97, 203–207.
- 刘, 建明, & 王, 泰玄. (1993). *宣传舆论学大辞典*. 经济日报出版社.

## ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ АНТОНІМІЇ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

**Крамаренко А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Малинюк І. В.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Одним з важливих проявів системних відношень у мові є протиставлення її елементів. Поняття завжди виникають парами. Кожне з понять містить у собі свою протилежність, яка ґрунтується на відмінності всередині одного й того ж явища (якості, властивості, стану, руху тощо). *Антонімічність* виступає як особлива характеристика лексичного значення слів, як специфічне мовне відображення відмінностей і протиріч в предметах і явищах об'єктивного світу. Осмислення такої протилежності допомагає точніше визначити значення слів, їх взаємозв'язки та місце в лексичній системі мови.

Антоніми, як виразний стилістичний засіб мови, потрібні для відтворення контрастів у мові, для побудови антитези, альтернативних запитань, епітетів-оксиморонів у художньому і публіцистичному стилях мови. В лексичній усно-розмовній, художньо-белетристичній та суспільно-політичній прояви антонімії різноманітніші, а в офіційно-діловій та науковій обмеженіші (Кочерган, 2000).

Про антонімію як явище лексико-семантичної системи мови можна говорити лише за наявності мінімально двох слів, протилежних, але водночас співвідносних за своїм лексичним значенням. Антонімія дозволяє логічно чітко визначити, ясно показати протилежні явища, властивості та особливості предметів навколишньої дійсності.

Антоніми виникають у мові як важливий засіб протиставлення понять. В антонімічній відносині зазвичай вступають слова із загальним значенням якості, кількості, а також слова, що позначають час та простір. Так утворюються *антонімічні пари*.

Антонімія у китайській мові є досить поширеним явищем. Як і будь-який інший аспект лексики китайської мови, явище антонімії у китайській мові також має свою специфіку. Воно поширене у словотворі, у якому з'єднання антонімів використовується висловлювання нового поняття.

У китайській мові найбільша частина антонімічних пар є *прикметники* (слова, що виражають ознаку предмета). Наприклад:

大 *dà* – 小 *xiǎo* (великий – маленький);

短 *duǎn* – 长 *cháng* (короткий – довгий).

Також утворювати антонімічні пари можуть *дієслова* (слова, що вказують на дію предмета). Приклади:

开始 *kāishǐ* – 结束 *jiéshù* (починати – закінчувати);

坐 *zuò* – 站 *zhàn* (сидіти – стояти).

Серед іменників (слова, що означають предметність) антонімічних пар порівняно небагато. Наприклад:

天 *tiān* – 夜 *yè* (день – ніч);

光 *guāng* – 黑暗 *hēi'ān* (світло – темнота).

Рідше пари антонімів утворюють прислівники (слова, що виражають ознаку дії, стан предмета або ознаку якості). Приклади:

低声地 *dīshēngde* – 大声地 *dàshēngde* (тихо – голосно);

高地 *gāode* – 低地 *dī* (високо – низько).

Числівники та більшість займенників не можуть вступати в антонімічні відношення (Wang, 2016).

Отже, антоніми – це слова з протилежним значенням. Вони в семантичному полі розташовуються на протилежних полюсах. Антоніми в мові існують тому, що в самій дійсності та в людських оцінках існують предмети, явища, дії, ознаки з протилежними якісними, кількісними, просторовими й часовими властивостями. Ці слова можуть утворювати антонімічні пари. У китайській мові в антонімічні пари можуть вступати прикметники, дієслова, іменники та прислівники, не можуть – числівники та більшість займенників.

## ЛІТЕРАТУРА

Кочерган, М. П. (2001). *Вступ до мовознавства*. Академія.

Wang, W. (2016). An analysis of Chinese antonyms and an investigation of their usage by secondary school ethnic Chinese students in Singapore [Doctoral dissertation, Nanyang Technological University at Singapore]. Repository of Nanyang Technological University at Singapore. <https://dr.ntu.edu.sg/handle/10356/69054>

## ПОНЯТТЯ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ФРАЗЕОЛОГІЧНОЇ ОДИНИЦІ

**Крезуб К. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Бобчинець Л. І.**

*Кандидит філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Фразеологічна одиниця – це стійке словосполучення, що має фіксовану форму та переносне значення. Це означає, що фразеологізм складається зі слів, які мають певний порядок та не можуть бути замінені іншими словами без порушення значення.

М. П. Кочерган (2001) зазначає, що фразеологізми – це стійкі сполучення слів, які не виникають під час мовлення подібно до вільних словосполучень, а відтворюються: якщо мовцеві потрібно вжити фразеологізм, то він його вилучає, як і слово, в готовому вигляді зі свого фразеологічного запасу, а не будує його заново (с. 241).

Фразеологізми використовуються в мовленні для передачі певного змісту або для створення певного настрою, а їхнє вживання допомагає збагаченню та розширенню словникового запасу мовця.

Фразеологічні одиниці можна класифікувати за різними ознаками, наприклад, за походженням, за змістом, за місцем вживання та іншими. Важливою характеристикою фразеологічних одиниць є ступінь фразеологізації, який вказує на те, наскільки слова у складі фразеологізму зберегли своє первісне значення та граматичну функцію (Ужченко, 2005, с. 217).

Характерними рисами фразеологізмів є їх стійкість (не можуть бути змінені без зміни значення), непрозорість (не можна розібрати на окремі складові частини та зрозуміти їх значення за допомогою буквального значення складових слів), та множинність (є багато різних варіантів фразеологічних одиниць, що мають близьке значення).

Очевидно, що раніше фразеологізми були вільними словосполученнями, але в результаті використання їх у не характерному для них контексті вони набули переносного значення. При постійному вживанні словосполучення в прямому й переносному значенні воно набуває ознак фразеологізму (Кочерган, 2001, с. 243)

За допомогою фразеологічних одиниць мовці можуть точніше та експресивніше висловлювати свої думки та почуття. Вони також мають певний культурний та історичний контекст, оскільки багато фразеологізмів походять з народних прикмет та легенд, а також із творів літератури.

Фразеологізм, як і слово, володіє стильовою характеристикою, яка пов'язана зі сферою його вживання. З точки зору функцій і властивих їм експресивних особливостей, фразеологізми сучасної літературної мови можна розділити на три групи: нейтрального, розмовного та книжкового стилю.

Нейтральний стиль мовлення передбачає використання загальноприйнятих та нефіксованих висловів. Фразеологізми в нейтральному стилі зазвичай мають зрозуміле значення для більшості мовців і вживаються без відчуття експресії або емоційної забарвленості. Наприклад: *estar al día*: бути в курсі подій; *dejar en paz*: не турбувати, залишити на спокої; *salir a flote*: вийти на поверхню, вирішити проблему (Martínez de Sousa, 2005, p. 82).

Розмовний стиль мовлення передбачає використання фразеологізмів, які характерні для певної групи людей або певної соціальної сфери. Ці фразеологізми можуть мати зменшувальні чи пестливі форми, бути іронічними, саркастичними або навпаки, позитивними. Наприклад: *andar con ojo*: бути обережним, уважним; *echar una mano*: допомогти; *hacer la pelota*: лестити, підлизуватись (Martínez de Sousa, 2005, p. 82).

Книжковий стиль мовлення передбачає використання фразеологізмів, які характерні для писемної мови. Ці фразеологізми можуть бути формальними та маловживаними у розмовній мові, часто мають високий рівень виразності, а також можуть бути зрозумілі лише в контексті конкретної сфери знань. Наприклад: *dejarse llevar por*: піддатися впливу, дати волю почуттям;

*ponerenteladejuicio*: ставити під сумнів, піддавати критиці; *echar por tierra*: руйнувати, знищувати (Martínez de Sousa, 2005, p. 81).

Класифікація фразеологічних одиниць була і є одною з найактуальніших проблем фразеології. Існують різні підходи до класифікації фразеологізмів. Найвідомішою класифікацією фразеологізмів за ступенем злиття їх компонентів є класифікація, розроблена французьким мовознавцем Ш. Баллі, і пізніше доповнену російський мовознавець В.Виноградов (Арсентьева, 2006, с. 244).

Прийнято виділяти три основні типи: фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності і фразеологічні сполучення. Кожен із цих типів відрізняється рядом певних ознак.

До фразеологічних виразів більшість вчених відносять прислів'я, приказки, влучні і яскраві вирази письменників, громадських діячів. Такі вирази стали "крилатими". Деякі з них вживаються в переносному значенні.

Всебічне вивчення фразеологічної системи будь-якої мови дозволяє нам отримати уявлення про її основні структурно-семантичні і стилістичні типи, дізнатися їх походження.

#### **ЛІТЕРАТУРА**

Арсентьева, Е. Ф. (2006). *Фразеология и фразеография в сопоставительном аспекте*. Казанский университет.

Кочерган, М. П. (2001). *Вступ до мовознавства*. Альма-матер.  
<http://surl.li/fozxxk>

Ужченко, В. Д., Ужченко, Д. В. (2005). *Фразеологія сучасної української мови*. Альма-матер.

Martínez de Sousa, J. (2005). *Diccionario de frases y locuciones españolas*. Espasa Libros.

### **КОНЦЕПТУАЛЬНА МЕТАФОРА В ПРОМОВАХ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ ВОЛОДИМИРА ЗЕЛЕНЬСЬКОГО**

**Кривенко А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Мінчак Г. Б.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Проблема функціонування метафори, зокрема і в політичному дискурсі, – одна з визначальних у сучасній лінгвістиці. Відомо, що метафора – це не лише найпродуктивніший шлях семантичного збагачення мови, мовна прикраса, а й засіб концептуалізації та категоризації дійсності і формування тих чи тих суспільно-політичних поглядів. На це вперше звернув увагу американський філософ М. Блек. Сучасні представники лінгвокогнітології (Дж. Лакофф, М. Джонсон, Р. Лангакер, С. Жаботинська, В. Жайворонок, Л. Кравець,

Т. Луньова, О. Селіванова, Н. Стефанова та ін.) тлумачать метафору як знаряддя мислення, як процес розуміння однієї сутності крізь призму іншої. Виходячи із цього, одна з основних функцій когнітивної метафори полягає в тому, щоб об'єкт пізнання став доступніший, ближчий. Це забезпечує і відповідний вплив на людську свідомість. Мовець не тільки висловлюється, а й мислить метафорично для того, щоб передати свої способи сприйняття світу слухачеві.

У надскладних умовах, у яких зараз перебуває Україна, міжнародний імідж Президента України Володимира Зеленського має величезне значення. Потужний зовнішньо- і внутрішньополітичний образ Володимира Олександровича формують, зокрема, його промови, що стали об'єктом нашого дослідження. Мета роботи полягає в описі та класифікації найбільш виражених концептуальних метафор, ужитих в офіційних промовах Президента України впродовж останнього року.

Концептуальна метафора – це “стійке та зафіксоване в мовній, культурній традиції етносу, а отже, і в мисленні людей, використання мовного знака одного концепту на позначення іншого, що передбачає розуміння сутності позначуваного за аналогією до позначуваного” (Кравець, 2012, с. 8).

Американський дослідник А. Ченкі виокремив такі особливості концептуальної метафори: 1) це “місток” від знайомого до незнайомого, від очевидного до неочевидного; 2) пов'язані з метафорою сфери асиметричні та не рівні: фізичні події не абстрактні; 3) вона парадоксальна: стверджує і заперечує щось водночас ( $A=X$  і водночас  $X \neq A$ ); 4) може функціонувати на різних рівнях конкретності.

Представники когнітивної лінгвістики в межах концептуальних метафор виокремлюють традиційні та образні метафори (Lakoff and Johnson, 1980). Користуючись цією класифікацією, у промовах Президента України в межах традиційних метафор можемо виокремити:

1) орієнтаційні метафори, які представляють абстрактні процеси або ситуації в просторовому плані на зразок “верх – низ”, “усередині – зовні”, “глибокий – дрібний”, “центр – периферія” тощо, наприклад: УКРАЇНА як РУХОМА СИЛА (“*Весну необхідно зробити такою, щоби відчувалося, що Україна рухається до перемоги*”);

2) онтологічні метафори (способи сприйняття дійсності, подій, ідей та емоцій як матеріальних сутностей і речей), наприклад: УКРАЇНА як ЖИВИЙ ОРГАНІЗМ: “*Україна жива та б'ється*”; “*Ми бачимо щасливих людей, коли вони зустрічають український прапор у звільнених містах – усюди, куди повертається Україна*”; “*Вона не впала за три доби. Вона зупинила другу армію світу. Україна здивувала світ. Україна надихнула світ. Україна об'єднала світ*”; УКРАЇНА – це ВОЇН: “*Коли я йшов у президенти, я говорив, що кожен з нас – президент. Бо ми всі відповідаємо за нашу державу. За нашу прекрасну Україну. А зараз так сталося, що кожен з нас – воїн. Воїн на своєму місці*”.

Серед цих метафор домінує концептуальна метафора, пов'язана з опозицією СВІЙ – ЧУЖИЙ: СВІТЛО – ЦЕ ДОБРО, ТЕМРЯВА – ЦЕ ЗЛО.

Спершу ці концепти мають також значення дня й ночі, адже відповідно до народних легенд та міфів зло активізується вночі, а на світанку сили зла відступають. Згодом значення СВІТЛА й ТЕМРЯВИ конкретизуються, що пов'язано, зокрема, із вимкненнями електроенергії в Україні через регулярні масовані ракетні обстріли РФ: “*Ми бачимо перемогу навіть у темряві. Попри постійні масовані ракетні удари й відключення електроенергії. Ми бачимо світло цієї перемоги*”; “*Життя переможе смерть, а світло переможе темряву*”;

3) структурні метафори (концепт метафорично структурований у термінах іншого, здебільшого більш конкретного поняття), наприклад: “*Ми маємо свободу – дайте нам, будь ласка, крила, щоб її захистити... Нам потрібні бойові літаки, бо літаки – це крила для свободи*”.

Уявлення про людину, місце, річ чи ідею за допомогою образу, який відображає певну асоціацію чи точку подібності, лежить в основі образної метафори. Тут часто вживаною є метафора УКРАЇНЦІ – це ВЕЛИКА РОДИНА: “*Всі ми разом – велика українська родина. Хоч би де ми перебували зараз – удома, на роботі, в окопі, в дорозі, в Україні чи за кордоном, – наша родина єдина як ніколи*”. “*Ми стали однією родиною. Серед нас більше немає чужих чи незнайомих. Українці сьогодні – це всі свої*”.

Отже, метафоричні образи уподібнюють Україну іншим сутностям, репрезентованих у промовах Президента України, засобами традиційної та образної метафори.

## ЛІТЕРАТУРА

- Кравець, Л. В. (2012). *Динаміка метафори в українській поезії ХХ ст.* Академія.  
Lakoff, G., Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By.* University of Chicago Press.

## СТАНДАРТИЗАЦІЯ ЛІНГВІСТИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ СУЧАСНОЇ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ

**Кривошеєва О. Є.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Валігура О. Р.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Термінологія – це специфічна лексика, яку використовують у певній професії, галузі чи академічній дисципліні для ефективної та точної передачі інформації. Вона включає в себе чотири основні характеристики: професійність, науковість, однозначність і системність. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів (2001) подає нам таке тлумачення поняття “термінологія”: система термінів певної галузі науки, виробництва, мистецтва, політики тощо.



Термінологія – це продукт науки і культури, і чим розвиненіші ці дві діяльності, тим багатша термінологія. Зважаючи на те, що об'єктом дослідження слугує лінгвістична термінологія, буде доцільним окреслити визначення термінології лінгвістичної галузі.

Лінгвістична термінологія – це специфічний набір термінів, що використовується в галузі лінгвістики для опису понять, структур і процесів, пов'язаних з мовою. Що стосується досліджень цієї галузі, то сьогодні досить помітним видається той факт, що наукових праць, присвячених вивченню лінгвістичної термінології набагато менше, ніж, наприклад, із технічних наук. Неосяжним залишається і той факт, що до групи неупорядкованих терміносистем відноситься термінологія лінгвістичної галузі. Парадоксальним таке явище можна вважати тому, що як галузь, у рамках якої і відбувається впорядкування термінів інших сфер, логічним є очікування порядку та чіткої систематизації всередині лінгвістичної терміносистеми. Проте на практиці далеко не всі мови світу мають добре вивчені та стандартизовані мовознавчі терміносистеми.

Тому особливо цікавим для спостереження та вивчення є процес стандартизації лексики китайської мови, адже діалектні варіації, історичні та політичні чинники, вплив інших мов призвели до того, що всі сфери китайської мови багаті на синоніми. Проблема перенасичення та різноманітності лінгвістичної термінології особливо гостро стоїть для китайської лінгвістики, де ця синонімія виникала не лише з історичних причин, але й через відсутність будь-якої системності в термінотворенні протягом періоду становлення китайської лінгвістичної науки. У китайській мові існує велика кількість термінів, що мають однакове значення, але виражаються різною термінологічною лексикою, наприклад, “модальне дієслово” може позначатися такими термінами: 能愿动词 néngyuàn dòngcí, 助动词 zhùdòngcí, 语气动词 yǔqì dòngcí; “присудок” – 谓语 wèiyǔ, 述语 shùyǔ, 谓词 wèicí, 谓项 wèixiàng; “фонетика” – 语音学 yǔyīnxué, 发音学 fā yīn xué та інші. Усі ці терміни й досі існують паралельно у китайській мові, що й призводить до плутанини. Особливо, це стосується ситуацій, коли під час мовленнєвого акту використовуються різні лексичні одиниці для одних і тих самих понять. Зважаючи на ці відмінності у системі позначень, якими володіють мовці, вони не зможуть розшифрувати повідомлення один одного. Тому стандартизація, як така, і потрібна для усунення непотрібної синонімії, яка спричиняє стільки проблем.

Термінологія є засобом вираження і передачі наукових ідей, і якщо термінологія дисципліни заплутана, це не лише впливає на академічну комунікацію, але й може змусити людей сумніватися в самій дисципліні. Наразі, різні науковці схильні перекладати терміни на власний розсуд відповідно до власного розуміння, що призводить до плутанини при використанні лінгвістичної термінології китайської мови. Це суперечить стандарту ISO/DIS740 “Принципи та методи термінології”, який стверджує, що “термінологія будь-якої предметної сфери повинна бути не довільним набором термінів, а скоріше послідовною системою термінів, що відповідає системі понять” (邹, 1988).

Тож для поліпшення комунікації і взаєморозуміння в різних галузях і сферах стандартизація лінгвістичної термінології має включати такі аспекти: 1) точність; 2) однозначність; 3) послідовність; 4) регулярні оновлення та зміни. Наприклад, під однозначністю терміну передбачається, що кожен конкретний термін вказує лише на одне поняття. У термінології будь-якої дисципліни під час її первинного впровадження існували неузгодженості. Наприклад, коли наприкінці XIX століття “психологія” як наука, що зароджувалася на Заході, була представлена в Китаї, вона була відома під кількома різними назвами: 心灵学xīnlíngxué, 灵魂学línghúnxué, 精神学jīng shén xué тощо, які згодом були об’єднані під назвою 心理学xīnlíngxué (申, 1996). Таким чином, з метою уніфікації термінології слід упорядкувати та відсіяти наявні терміни відповідно до понятійної системи дисципліни, зберегти істину та усунути явище множинної передачі одного поняття через різні терміни. Називання термінів має бути науковим, відповідати особливостям китайської мови, використовуючи знання лінгвістики та логіки. Під науковістю мається на увазі, що термін має точно відображати зміст і не створювати двозначності.

Отже, стандартизація сучасних лінгвістичних термінів є важливою, адже вона може допомогти покращити комунікацію, обмін знаннями та співпрацю у різних галузях. Лінгвістика як провідна дисципліна має нагальну потребу в стандартизації термінів лінгвістичної термінології.

## ЛІТЕРАТУРА

*Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів.* (2001). Либідь.

申, 荷永. (1996). 论心理学学术语翻译的标准化. 心理学报.

邹, 树明. (1988). 现代术语学与辞书编纂. 科学出版社.

## ОСОБЛИВІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЧЕНЬОУ В РОЗМОВНІЙ МОВІ

**Крисан О. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Щербаков Я. І.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Фразеологія у всіх мовах – це найцінніша спадщина в лінгвістиці, в якій відображаються не тільки традиції, культура, а також історія народу. Фразеологізм ченьюу (成语) це тип китайських ідіоматичних виразів, які складаються з чотирьох ієрогліфів, які часто походять з історичних оповідань або класичної літератури (郑 & 周, 2016). Вони широко використовуються в письмовій і розмовній китайській мові та вважаються важливим аспектом мови.

У розмовній мові частота використання фразеологізмів ченьюу може змінюватися залежно від контексту та походження людини. Як правило,

люди старшого покоління та люди з вищою освітою частіше використовують фразеологізми ченьюй у щоденних розмовах. Молодше покоління та люди з нижчим рівнем освіти можуть використовувати їх рідше. Також, використання фразеологізмів ченьюй може бути різним і залежить від контексту та рівня освіти людини.

Деякі люди можуть використовувати фразеологізми ченьюй досить часто, тоді як інші можуть уникати їх використання зовсім. Одна з особливостей використання фразеологізмів ченьюй в розмовній мові полягає в тому, що вони можуть надавати висловлюванню більш поетичний або літературний вигляд. Вони можуть також використовуватися для підкреслення точки зору або навіть як спосіб підкорення співрозмовника. Окрім того, використання фразеологізмів ченьюй може також слугувати як індикатор рівня освіти або культурного багажу співрозмовника, оскільки більш складні та складні фразеологізми ченьюй можуть вимагати додаткових знань про китайську історію та літературу. Крім того, частота використання 成语 також може залежати від регіону.

Отже, використання ченьюй в розмовній мові може мати різні особливості і залежить від контексту та особистості співрозмовника, проте вони залишаються важливою частиною китайської мови та широко використовуються в різних контекстах (马, 1959; 马, 1978).

#### **ЛІТЕРАТУРА**

- 郑, 微莉, & 周, 谦. (2016). 中华成语大词典. 商务国际.  
马, 国凡. (1959). 成语简论. 人民出版社.  
马, 国凡. (1978). 成语熟语丛书. 内蒙古人民出版社.

### **ХУДОЖНЄ МОДЕЛЮВАННЯ ЕКРАННОГО ХРОНОТОПУ: ЛІНГВОКУЛЬТОРОЛОГІЧНИЙ І ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТИ**

**Крисан. Ю. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Галич О. Б.**

*Кандидат філологічних наук, доцент  
Київський національний лінгвістичний університет*

Слово “хронотоп” походить від грецьких слів *χρόνος* (час) і *τόπος* (місце). **Хоронотоп**, або часопростір це – те що пов’язує часові та просторові відносини в творі. Головними характеристиками хронотопу вважають єдність просторових і часових параметрів, спрямовану на вираження певного (культурного, мистецького) сенсу; зображення (відображення) часу і простору в художньому творі в їх єдності, взаємозв’язку і взаємному впливі (Галич, 2018). На даному етапі вивчення цього поняття, хронотоп визначається, як культурно оброблена стійка позиція, з якої або через яку людина здатна осягнути простір топографічно тривимірного світу

(Манейчик); взаємозв'язок часових і просторових характеристик явищ, зображених у художньому творі (Гром'яка, 2007); єдність просторових і часових параметрів, спрямованих на вираження певного (культурного, художнього) значення; зображення (відображення) часу і простору в художньому творі в їх єдності, взаємозв'язку та взаємовпливі. Термін “хронотоп” вперше використав А. Ухтомський, а в літературознавстві ввів та розвинув цей термін Михайло Бахтін. Час і простір – одні з чільних історичних категорій, які перебувають у тісному взаємозв'язку з розвитком інших категорій і різних наук, зокрема фізики і філософії.

**Перекладацькі способи** відтворення мовних засобів художнього моделювання екранного хронотопу полягають у застосуванні підходів, що здійснюються перекладачем у межах традицій певних перекладацьких шкіл і пов'язаних з ними нових тенденцій у перекладі. Художній хронотоп відтворюється у художньому перекладі – виді словесної творчості, внаслідок чого тексти, написані однією мовою, можуть бути експліковані засобами іншої лінгвальної системи (Галич, 2018). Три підходи, за допомогою яких буде відтворено переклад мовних засобів художнього моделювання екранного хронотопу у цій роботі це – трансформаційний підхід, денотативний підхід і комунікативний підхід.

У межах трансформаційної теорії процес перекладу розглядається як процес трансформації та перетворення одиниць і структур з мови оригіналу на мову перекладу. Під час здійснення трансформаційних процедур диференціюють власне трансформації та еквіваленти. Трансформації або способи перекладацького відтворення є найбільшими помічниками перекладача при роботі з іноземними текстами. Саме завдяки трансформаціям переклад стає еквівалентним та адекватним.

Денотативний підхід є спробою більш точно інтерпретувати такі випадки. Згідно з денотативним підходом процес перекладу не є простою заміною, але складається з наступних розумових операцій:

- 1) перекладач читає (чує) повідомлення мовою оригіналу;
- 2) перекладач визначає, чим є референт повідомлення, тобто що позначається повідомленням;
- 3) перекладач формулює повідомлення мовою перекладу, спираючись на референт.

У процесі перекладу зіставляються одиниці-відповідники обох мов, однак, на відмінну від трансформаційного підходу, відносини між одиницями мови оригіналу й мови перекладу не регулярні, а залежать від того, як перекладач ідентифікує референт.

Комунікативний підхід ґрунтується на термінах “комунікація” й “тезаурус” (Mіgam, 2004). Комунікація може бути визначена як акт відправки й отримання будь-якої інформації, яка називається повідомленням. Інформація, що передається та отримується, може бути будь-якою, навіть невербальною, але в цій роботі розглядається лише вербальна комунікація, оскільки саме вона потребує перекладу письмового або усного тексту. Для того, щоб сформулювати повідомлення, використовується система

взаємопов'язаних даних, яка називається тезаурус. У вербальній комунікації розрізняють два види тезаурусів – мовний і предметний (Miram, 2004).

**Дискурс** розуміється як сукупність процесу і результату, єдність тексту і контексту, інтегральне мисленнєво-комунікативне утворення. Він представлений двома формами: монологічною і діалогічною, в останній найбільше повно втілений інтерактивний характер мовної взаємодії (Белова, 2002). Сучасний кінодискурс має настільки розлогу жанрову варіативність, що просто неможливо зараз сказати, що фільм або серіал належить до одного жанру. До кінодискурсу належать фільми, серіали та мультики. І хоча мультики роблять з допомогою анімації, підготовка до них така сама, як і для фільмів та серіалів. Кінодискурс співвідноситься з поняттями “кінотекст”, “кіномова” та “кіномовлення”. Всі ці поняття мають особливості.

Для історичного серіалу визначені певні групи характеристик. Перша група – це “композиційно-мовні форми і система точок зору”. До наступної групи ознак належить “сюжетна організація”. І остання група ознак історичного тропу це: “система персонажів”, “обов'язкова присутність історичних персонажів”, “наявність персонажів, протипоставлених один одному, як представників різних соціально-історичних сил”.

Ми не маємо забувати, що коли ми говоримо про історичний жанр то це означає велику кількість архаїзмів та історичних реалій. Історичні реалії протиставляються реаліям сучасним, які вживаються в сучасній мові і позначають поняття, що існують в актуальний час. Г. Томахін визначає сучасні і історичні реалії як історизми і неологізми: “Історизми — слова на позначення позначають мертвих реалій, а неологізми – слова, на позначення реалій, виниклих в сучасний період”.

Отже, хронотоп пов'язує часові та просторові відносини в творі, що дуже важливо для твору. Щоб правильно перекласти хронотоп на українську мову використовуються три підходи: трансформаційний, денотативний та комунікативний. Адекватний переклад хронотопу також залежить від дискурсу в якому його використовують. Наприклад, історичному жанру кінодискурсу притаманні архаїзми та історичні реалії.

## ЛІТЕРАТУРА

- Белова, А. Д. (2002). Поняття “стиль”, “жанр”, “дискурс”, “текст” у сучасній лінгвістиці. *Іноземна філологія*, 32–33. 7–14.
- Галич, О. Б. (2018). Художнє моделювання екранного хронотопу в кінодискурсі. *Філологічні студії. Збірник наукових праць*, 10, 73–79.
- Гром'яка, Р. Т., Коваліва, Ю. І., Теремка, В. І. (за ред.) (2007). *Літературознавчий словник-довідник*. ВЦ “Академія”.
- Манейчик, Т. *Художній хронотоп у структурі літературного твору (на матеріалі роману Уласа Самчука “Волинь”*.  
[http://eprints.zu.edu.ua/7058/1/Тетяна\\_Манейчик.pdf](http://eprints.zu.edu.ua/7058/1/Тетяна_Манейчик.pdf)
- Miram, G. (2004). *Translation Algorithms*. Elga.

## ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ЕМОЦІЙ ЗА ДОПОМОГОЮ ВИГУКІВ СУЧАСНОЇ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ

**Кротко С. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Малинюк І. В.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Перш ніж розглянути способи вербалізації емоцій за допомогою вигуків сучасної китайської мови, слід визначитися із поняттям вигук у китайській мові. Отже О. М. Рак (2000) зазначає, що “вигук – це мовний знак, незмінне за формою слово, ізольоване в реченні знаками пунктуації, яке самостійно утворює цілу фразу, не поєднуючись з іншими реченнями (фразами); наділений загальнорозумілим значенням; слугує для вираження волевиявлень та живої емоційної реакції на поведінку співрозмовника або навколишню дійсність; як особливий розряд слів, вигук характеризується відсутністю спеціальних граматичних показників” (с. 12).

У контексті вивчення емоційних характеристик вигуків сучасної китайської мови варто зазначити, що ці лексичні одиниці є емотивами, тобто “мовними одиницями, в семантичній структурі яких наявна емоційна доля у вигляді семантичної ознаки, семи, значення, завдяки чому ці одиниці використовуються усіма носіями мови для вираження емоційного стану” (Нестеренко, 2017).

Хоча і не всі дослідники вважають вигуки лексичними одиницями, але всі вони визначають емоційність (емотивність) як основну характеристику цього мовленнєвого явища. Так у сучасних наукових роботах можна знайти класифікації вигуків сучасної китайської мови за емоційною забарвленістю. Наприклад Д. А. Ташмухамедова (2020) поділяє вигуки наступним чином:

1. Вигуки, що виражають позитивні почуття.

Наприклад: 啊[ā], 啊呀[āyā], 啊哈 [āhā], 嗨 [hē], 喔唷 [ōyō], 喔嚯 [ōhuò], 哦 [ó], 哟 [yāo].

啊, 今年的庄稼长得真好哇! [A, jīnnián de zhuāngjià zhǎng de zhēn hǎo wa!] – Ого, а хліба цього року дійсно вродили! У цьому прикладі вигук 啊 [ā] передає захоплення певною подією.

嚯, 他真勇敢! [Huō, tā zhēn yǒnggǎn!] – О, а він дійсно хоробрий! У цьому прикладі вигук 嚯 [huō] виражає здивування.

2. Вигуки, що передають негативні почуття.

Наприклад: 呸 [pēi], 阿嚏 [ā], 哎 [āi], 哎呀 [āiyā], 嗨 [hài], 吓 [hè].

哎, 你怎么能这么说呢? [Āi, nǐ zěnmē néng zhème shuō ne?] – Ех, як ти міг так сказати? У цьому прикладі вигук 哎 [āi] виражає невдоволення.

啊哈, 我为朋友担心! [A hā, wǒ wèi péngyǒu dānxīn!] – Ой, я хвилююся за друзів! У цьому прикладі вигук 啊哈 [āhā] передає почуття смутку.

3. Вигуки, які виражають почуттєво нейтральні стани.

Наприклад: 阿 [ē], 哦 [ō], 哼 [hēng].

哦, 我知道! [Ó, wǒ zhīdào!] – Ага, я знаю!

Також у своєму дослідженні А. Мао (2020) вказує на те, що вигуки сучасної китайської мови можна поділити також на:

1. Вигуки, що можуть однаково виражати негативні й позитивні емоції. Наприклад, вигук 嗨 [hāi] може виражати й радість, і печаль; вигук 啊 [ā] – і здивування, і сумнів.

啊,这是怎么回事? [A, zhè shì zěnme huí shì?] – Гм, у чому справа? (вигук 啊 [ā] виражає сумнів).

2. Вигуки, що виражають конкретні емоції.

Наприклад: 呸 [pī] – вигук, який виражає невдоволення; 噢 [ǎo] – вигук, який виражає запит; 呸 [pī] – вигук, який виражає невдоволення; 喔嚯 [ōhuō] – вигук, який виражає здивування.

喔嚯,这么大的西瓜! [Ō huō, zhème dà de xīguā!] – Ого, який великий кавун!

Отже, ми з'ясували, що у сучасній китайській мові вигуки є способом вербалізації емоцій, що широко використовується серед носіїв мови. До того ж ми розглянули дві класифікації вигуків за емотивністю і вияснили, що вигуки поділяються на ті, що виражають позитивні, негативні та нейтральні почуття, а також на ті, що виражають негативні й позитивні емоції та конкретні емоції.

## ЛІТЕРАТУРА

- Рак, О. М. (2000). Про питання походження вигуків. *Науковий вісник Чернівецького університету: збірник наукових праць*, 72, 11–21.
- Нестеренко, О. О. (2017). *Вигуки сучасної китайської мови: типологія та функціонування*: [Дис. канд. філол. Наук, Київський національний університету ім. Т. Шевченка]. Репозитарій Київського національного університету ім. Т. Шевченка.  
[http://scc.univ.kiev.ua/abstracts/?PAGEN\\_1=49](http://scc.univ.kiev.ua/abstracts/?PAGEN_1=49)
- Ташмухамедова, Д. А. (2020). Interjection in Chinese language, communicative pragmatic functions of interjections in Chinese and Uzbek languages. *Молодий вчений*, 4, 473–475.
- Мао, А. А. (2020). Comparative Study of Interjections in Chinese and English. *Open Journal of Modern Linguistics*, 10(4), 315–320.

## ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ СТРАТЕГІЇ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЧНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ

**Курява А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Голяд Н. І.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Перекладацькі стратегії є важливими складовими елементами реалізації перекладачем свого творчого потенціалу та є основою його творчої діяльності. Загалом під стратегією розуміють генеральну програму дій, головний напрямок пошуку та розробки, який підпорядковує собі інші



дії (Дячук, с. 34). Тобто під стратегією перекладу слід розуміти програму втілення перекладацької діяльності, яка формується, ґрунтуючись на загальному підході перекладача до виконання ним перекладу в умовах ситуації двомовної комунікації, що визначається своєрідними особливостями й метою перекладу та визначає характер професійної поведінки перекладача в рамках цієї комунікативної ситуації (Михайленко, с. 149).

Стратегічна складова компетенції перекладача до останнього часу не виділялася дослідниками як самостійна, проте науковці зазначають, що діяльність перекладача здебільшого залежить від його можливості виробляти стратегію перекладу, тобто шукати найоптимальніші шляхи перекладу вихідного тексту.

У лінгводидактиці довгий час стратегічна компетенція розумілася як здатність долати лінгвістичні труднощі спілкування, використовуючи при цьому компенсуючі засоби, щоб уникнути порушення комунікації. Проте останнім часом до комунікативних стратегій перестають ставитися як до засобу заповнення браку мовних засобів. Стратегія сприймається як послідовність дій, організованих залежно від мети взаємодії. Оскільки у процесі спілкування існує, зазвичай, декілька способів досягання мети, стратегії перекладу мають відношення до їх вибору.

Стратегічну складову компетенції перекладача можна визначити, як його здатність аналізувати фактори перекладу, відібрати ті з них, які є значущими у певній професійній ситуації, та на їх підставі формувати послідовність перекладацьких дій. Стратегічну компетенцію слід розглядати, як невід’ємну складову перекладацької компетенції. Стратегічна складова професійної компетентності визначається:

- знанням факторів (прагматичних, лінгвістичних, соціокультурних, дискурсивних, ситуативних, видів перекладу), що детермінують переклад, та ступенем їх впливу на вибір стратегії перекладу текстів;

- вмінням залучати максимальну кількість визначальних переклад факторів і відбирати ті з них, які слід враховувати при розробці стратегії перекладу текстів у певній комунікативній ситуації;

- вмінням формувати послідовність перекладацьких дій на підставі визначальних факторів;

- вмінням обґрунтовувати використовувану стратегію перекладу.

Перекладацька компетенція поєднує:

- продуктивну компетенцію формулювання;

- рецептивну компетенцію розуміння;

- ідіоматичне володіння перекладачем мовою перекладу, тобто осмислення ним тексту, який потрібно перекласти;

- життєвий досвід перекладача;

- вибір і реалізацію стратегії перекладу.

Першим дослідником, який намагався розглянути перекладацьку стратегію з теоретичних позицій, був Х. Крінгс. Він запропонував під перекладацькою стратегією розуміти потенційно усвідомлені плани перекладача, спрямовані на розв’язання певної перекладацької проблеми

в рамках конкретного перекладацького завдання (Krings, с. 95). Х. Крінгс розрізняє дві перекладацькі стратегії:

- мікростратегія – способи розв’язання перекладачем декількох завдань;
- макростратегія – способи розв’язання одного перекладацького завдання.

Американський дослідник перекладу і перекладач Л. Венуті у своїй категоризації стратегій перекладу виокремлює стратегію відчуження і стратегію одомашнення (Venuti, с. 241).

Н. В. Дячук зазначає, що усі перекладацькі стратегії умовно можуть бути розділені на:

- комбінаторні, тобто стратегії комбінаторних дій;
- стратегії аналізування, або стратегії пошуку аналогів;
- трансформаційні, власне творчі чи евристичні стратегії (Дячук, с. 34).

Таким чином, під перекладацькою стратегією слід розуміти механізми досягнення перекладачем певних цілей. Стратегія перекладу є процесуальним явищем, яке включає етапи і способи перекладацької діяльності у вирішенні конкретних завдань перекладу для досягнення його головної мети – створення перекладеного варіанту оригінального тексту, який зберігає усі його функціональні домінанти. При визначенні стратегії перекладу перекладачу необхідно зберегти максимально можливу структурно-семантичну близькість вихідного та перекладного текстів задля досягнення перекладеним текстом такого ж самого комунікативного впливу на реципієнта, як і оригінальний текст.

## ЛІТЕРАТУРА

- Дячук, Н. В. (2017). Перекладацькі стратегії як елемент формування творчого профілю майбутнього перекладача. *Наукові записки Національного університету “Острозька академія”*. Серія: Філологічна, 66, 34–36
- Михайленко, О. А. (2014). Поняття “перекладацькі стратегії” як складова стратегічної компетенції. *Педагогічні науки*, 121, 148–154.
- Krings, H. P. (1986). *Was in den Kopfen von Übersetzern vorgeht : Eine empirische Untersuchung zur Struktur des Übersetzungsprozesses an fortgeschrittenen Französischlern*. Narr. XI.
- Venuti, L. (2005). Translation strategies. L. Venuti. In M. Baker (ed.), *Routledge encyclopedia of Translation studies*. Routledge Taylor&Francis e-Library.

## СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКЛАДУ ФРАНЦУЗЬКИХ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ УКРАЇНСЬКОЮ

**Лавренчук Я. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Філоненко Н. Г.**

*Доктор філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Період глобалізації тісно пов’язав різні культури, мови і народи. Відповідно, сьогодні спостерігається форсування налагодження соціально-

економічних взаємин між країнами. Орієнтація товарів та послуг переформатовується у першу чергу на міжнародний ринок, а ефективність їх продажів, безперечно, залежить від правильності ведення міжнародної комунікації, що у цьому випадку, зокрема, проявляється через рівень здійснення рекламної кампанії того чи іншого продукту, виробники якого намагаються вивести його на світовий ринок.

Міжнародна комунікація – це комплекс вербальних взаємозв'язків, суть якого полягає у здійсненні процесу взаємодії між комунікантами – представниками різних національностей, успішність якого досягається завдяки досягненню адекватності перекладу, зокрема й рекламних слоганів (від гальського “*sluagh ghairm*” – “*войовничий клич під час битви*”), заголовку та основного тексту, які є невід'ємними компонентами реклами (Колесникова, 2002, с. 78–79). У свою чергу, переклад, а згідно зі твердженням Г. Турі – вид мовленнєвої діяльності, в якому обов'язковими компонентами є принаймні дві мови і традиції двох культур (Тоугу, 1995). Відтак, для виконання адекватного перекладу перекладач має не лише досконало володіти мовою перекладу, а й бути обізнаним у країнознавстві, історії та культурі країни, з мовою якої він працює, що, зокрема, і створює труднощі при здійсненні перекладу рекламних текстів, адже зберегти яскравість та експресивність оригінального дискурсу, дотримуючись при цьому вищезазначених компонентів задля уникнення деяких казусів, буває досить проблематично. Прикладом цьому може стати спроба компанії “*Colgate-Palmolive*” вивести на французький ринок нову зубну пасту *Cue*. Так, американці не врахували, що з ідентичною назвою у Франції існує популярний еротичний журнал.

Реклама – це форма комунікації, яка перекладає якість товару на мову потреб споживачів, що представлена у формі креалізованого тексту (Зелена, 2013, с. 197) та відображає самосвідомість, самооцінку своєї лінгвокультурної спільності, ставлення до інших лінгвокультурних спільнот. Часто для цього використовують безпосередньо образ людини, її потреби, її зовнішність, її якості, можливості тощо. Прикладом цього може бути слоган косметичного бренду *L'Oréal Parce que nous le valons bien*, де компанія ніби асоціює свій товар зі новою системою світосприйняття, де на чолі задоволена та впевнена у собі жінка, адже вона на це заслуговує.

Повертаючись до проблеми перекладу французького рекламного дискурсу на українську мову та навпаки, варто зазначити, що для франкомовних рекламних текстів характерне використання ідіом, фразеологізмів, каламбурів, реалій тощо, зрозумілих виключно франкомовному реципієнтові, тому для української аудиторії переклад потребує адаптації або додаткових пояснень: *Il n' y a Maille qui t'aille*. – *Спадищина смаку*. Останнє може також ускладнюватися витонченістю і естетичною складовою тексту мови оригіналу. Так, для французької реклами більш важливо створити гарний настрій та психологічно сприятливе тло, ніж описати конкретні характеристики товару. Основним прийомом перекладу при передачі естетичної функції зазвичай є вибір варіантної відповідності: *Enlumineur de*

*teint. Le stylo magique pour un éclat sublimé.* – Дотик чаклунства. База для макіяжу для чудового сяйва та бездоганного кольору обличчя.

Серед перекладацьких трансформацій у рекламних текстах зустрічаються лексичні, лексико-семантичні та граматичні. Виокремлюються такі прийоми:

- транскодування, яке використовують для перекладу власних назв, географічних назв, назв фірм і т.д.:

1. *Kapalua est une station exclusive et sophistiquée parfaite pour la détente.* – Капалуа – це ексклюзивний і вишуканий курорт, що ідеально підходить для відпочинку.

2. *Orlando est une véritable usine à rêves.* – Орландо – це справжня фабрика чудес.

- калькування – перенесення слів та виразів мовою перекладу за допомогою точного відтворення морфемної структури, що у окремих випадках конкретизує продукт та допомагає створити більш яскраве та точне уявлення про нього у потенційного споживача:

1. *Pour un sourire éclatant de blancheur.* – Нехай Ваша усмішка сяє білизнаю.

2. *Offrez-vous une soirée exceptionnelle avec notre champagne de haute qualité, produit à partir des raisins soigneusement sélectionnés dans la région de Champagne en France.* – Подаруйте собі незабутній вечір з нашим високоякісним шампанським (назва продукту, наприклад *Cabaret Moulin Rouge Paris*), виготовленим з дбайливо відібраних виноградів з регіону Шампань у Франції.

- конкретизації, що у випадку зі рекламними текстами дозволяє реципієнту зрозуміти кінцеву користь продукту, що рекламується: *Découvrez notre nouvelle collection de chaussures confortables.* – Дізнайтеся про нашу нову колекцію комфортного жіночого взуття.

- генералізації, що спрямований на збільшення аудиторії потенційних покупців: *Les chaussures de notre marque sont idéales pour la course à pied.* – Взуття нашої марки ідеально підходить для спорту.

- смисловий розвиток/модуляція: *Tous les parcs à thème les plus fous dont rêvent les enfants, avec plein de chosses à faire pour les grands.* – У всіх найбільш дивовижних тематичних парках розваг, про відвідини яких мріють діти, знайдеться чим вразити дорослих.

- граматичні заміни, що спрямовані для урегулювання розбіжностей між МО та МП: *Pour des cheveux plus forts, utilisez notre nouveau shampoing.* – Наш новий шампунь підсилює ваше волосся, що призводить до видимих результатів.

Підсумовуючи, можемо зазначити, що переклад франкомовних рекламних текстів дійсно вимагає від перекладача не лише досконального володіння мовою, а й творчого підходу та знання лінгвокультурних особливостей цільової аудиторії. Французька мова мова має емоційно забарвлену лексику, ритмічні структури та повторення, складні граматичні структури, фразеологізми, реалії, що невідомі або маловідомі українському реципієнту, отже, для досягнення адекватності перекладу доводиться вдаватися до адаптації як змістовної частини тексту, так і її форми.

## ЛІТЕРАТУРА

- Зелена, Ю. (2013). Лінгво-прагматичний аспект сучасного франкомовного тексту. *Вісник Львівського університету. Серія "Іноземні мови"*, 21, 197–202.
- Колесникова, Н. В. (2002). Лексичні елементи композиційно-мовленнєвої форми опису в рекламі. *Вісник Запоріжжя*, 3, 77–78.
- Toury, G. (1995). *The Nature and Role of Norms in Translation. Descriptive Translation Studies and Beyond*. Amsterdam John Benjamins.

## ЯВИЩЕ ЕВФЕМІЗАЦІЇ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

**Ласкава А. М.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Мінчак Г. Б.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Мовці з давніх-давен використовують евфемізми для того, щоб замінити назви певних явищ і предметів дійсності описовими, естетичнішими словами та висловами. Такі заміни безпосередньо охоплюють теми-табу релігії, смерті, анатомії, фізіологічних процесів, статевого життя, негативних суспільних виявів та людських вад (*незрячий* замість *сліпий*; *той, хто недочуває*, замість *глухий*; *повний* замість *жирний* та ін.).

Об'єктом нашої роботи є евфемістичні мовні одиниці, предметом – їхні лінгвальні та прагматичні особливості в сучасному українському політичному дискурсі. Мета дослідження полягає в тому, щоб описати й проаналізувати явище евфемізації в сучасному українському політичному дискурсі. Матеріалом для роботи стали відповідні одиниці, ужиті в інтернет-комунікації (здебільшого в соціальних мережах) за останні вісім років.

Єдиного загальноприйнятого визначення терміна *евфемізм* немає досі. Услід за іншими мовознавцями, вважаємо, що евфемізми – це засоби вторинної номінації переважно з позитивним значенням (Великорода, 2009).

У сучасному українському політичному дискурсі евфемізми, за нашими спостереженнями, активно вживані. Це зумовлено тим, що евфемізація сприяє заміні негативного денотата на позитивний, а це створює сприятливіше (тому вигідніше) враження щодо неоднозначних понять. За допомогою таких одиниць виникають нові значеннєві нюанси, що дозволяє маніпулювати певною інформацією (*дефіцит* замість *криза*; *недоїдання* замість *голодування*; *напружена ситуація* замість *конфлікт*; *фінансова криза* замість *загроза девальвації*). Спостерігаємо появу значної кількості евфемізмів на позначення соціально табуйованої теми, які здатні викликати обурення та осуд адресатів, наприклад: *лібералізація цін* замість *підвищення цін*; *люди з алкогольною залежністю* замість *алкоголіки*; *зрлий* замість

*старий; юний замість малий; перебувати на фронті замість перебувати в гарячій точці.*

Евфемістична заміна – один із найдієвіших способів запобігти виникненню конфліктних ситуацій, тобто метою вживання евфемізмів у сучасному політичному дискурсі є здебільшого приховування денотативно-сигніфікативного значення безпосередніх назв, їхнє згладжування. Ці одиниці – ефективний спосіб досягнення успішного акту комунікації (Світлична, 2013). Виходячи зі сказаного, з погляду ономасіології суть евфемізації – непрямо назвати небажаний денотат. Із формального боку, тобто беручи до уваги кількісне співвідношення одиниць у вихідному й остаточному найменуванні, усі різновиди евфемістичних заміни можна продемонструвати трьома типами:

1) розгортання: слово → словосполучення (*заборонити → помістити російську культуру “на карантин”, відпочити від творів російської культури; страйкувати → піднялася хвиля невдоволення; брехати → поширювати неправдиві свідчення; війна → українська криза, збройне протистояння*); 2) згортання: словосполучення → слово (*убиті солдати → двохсоті; поранені солдати → трьохсоті*); 3) еквівалентна заміна, тобто кількість складників не змінна: словосполучення → словосполучення (*погрожувати ядерною зброєю → гратися червоною кнопкою; зубожіле населення → матеріально незахищені люди; фінансова криза → бюджетні химери, економічний спад; визнавати окупацію → прийняти нові територіальні реалії*); слово → слово (*брехуни → міфотворці; криза → нестабільність; криза → загроза*).

З-поміж відомих семантичних змін (розширення, звуження та зміщення значення), які сприяють утворенню евфемізмів, ключовим вважаємо поліпшення значення. Евфемізми такого типу тлумачать як етичні, спрямовані на пом'якшення пейоративного вислову словом або фразою, семантика яких не містить (або містить у значно меншій кількості) негативний денотат. Як видно з наведених вище прикладів, семантично утворюються шляхом метафоризації, часто із використанням літоти, заміною слова зі значенням дуже загальної родової ознаки (пор.: *акція замість розстріл; виріб замість атомна бомба; ракета*) або слів із дифузною семантикою на зразок деякий, відомий, певний, відповідний, належний та ін.

Специфіка політичних евфемізмів в тому, щоб вплинути в межах політичної комунікації на суспільну думку шляхом пом'якшення певних явищ, фактів тощо суспільно-політичної дійсності.

## ЛІТЕРАТУРА

- Великорода, В. Б. (2009). Механізми поповнення евфемістичної лексики. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені Михайла Драгоманова*, 4, 212–217.
- Світлична, Т. В. (2013). Способи творення евфемізмів (на матеріалі прозових творів). *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка*, 34, 277–281.

## СПОСОБИ ВІДТВОРЕННЯ МОТИВАЦІЙНОГО ДИСКУРСУ ОСОБИСТОСТІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Левандовська Т. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Галич О. Б.

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Зі зростанням кількості мотиваційної літератури з'являється необхідність виокремити способи відтворення та перекладу мотиваційного дискурсу особистості не тільки заради українського читача, а й задля полегшення роботи перекладача.

Мотивація часто фігурувала як об'єкт багатьох психологічних досліджень, проте досі по-різному трактують визначення мотивації. Клименчук В. О. наголошував, що мотивація “перетворюється на текст із безліччю контекстів і ймовірних варіацій, які відсікаються у момент появи мотиваційного наративу, у момент вибору того чи іншого конструкту і впливання його до свого досвіду, а також у момент ввілтання власного досвіду на його основі або дискурсивного впливу на чужий досвід” (Клименчук, 2015, с. 7). Схожа думка простежується у кваліфікаційній роботі Рудь А. О. Читач може побачити словом, яке “є своєрідним “маркером” усього тексту, але іноді вони створюють найменування парадокси, розгадка яких для читача лежить безпосередньо у подальшому контексті” (Рудь, 2020, с. 39). Проте тільки адресант знає точний намір, а через це можливі певні труднощі, тому основне завдання перекладача - це вміло застосовувати різноманітні перекладацькі методи для відтворення тексту.

Пятаченко С. М. виділяв адаптацію, як одну із прагматичних аспектів перекладу англійських текстів (Пятаченко, 2021, с. 19). У такому випадку доступні такі методи як примітки, ремарки, описовий переклад, а також допускається зазначення додаткової інформації (Пятаченко, 2021, с. 20). Не можна забувати про стиль та культурні особливості, які можна передати за допомогою форенізації, коли перекладачі залишають певні нетипові та специфічні явища оригіналу для читача з іншої країни, або доместикації, тобто одомашнення тексту для легшого сприйняття читачем, який може навіть не помітити неоригінальності. Також потрібно приділяти увагу “прагматичному потенціалу мотиваційної літератури, зокрема – маніпуляціям, засобам персуазивності...” (Пятаченко, 2021, с. 23). Якщо нейтралізувати контекст, тоді зникає важлива емоційна конотація й маніпуляція втрачає свою функцію.

На прикладі роману Джона П. Стрелекі “Кафе на краю світу” розглянемо деякі лексичні та граматичні трансформації, які Марія Пухлій використала під час перекладу.

*“Sometimes when you least expect it, and perhaps most need it, you find yourself in a new place, with new people, and you learn new things”* (Strelecky, 2020, с. 7).



“Часом людина опиняється у новому місці, знайомиться з новими людьми та дізнається щось нове тоді, коли найменше цього очікує, але, можливо, найбільше потребує” (переклад – М.П.) (Стрелекі, 2021, с. 11).

При перекладі речення перекладачка використовує перестановку, опущення, модуляцію “*find yourself*” у “опиняється”, а також “*you*” трансформували на “людина” для узагальнення, тобто відбувається заміна категорії числа.

“*Sometimes it helps to look at things from a different perspective*” (Strelecky, 2020, с. 22).

“Часом дивитися на щось з інакшого ракурсу корисно” (Стрелекі, 2021, с. 30–31).

Можна помітити використання заміни, а саме дієслова “*helps*” на прислівник “корисно” та генералізацію, під час якої “*things*” змінюється на “щось”.

“*That uncertain state of mind is where I was mentally when I found “The Cafe of Questions”*” (Strelecky, 2020, с. 7).

“Саме в цьому стані сум’яття я й знайшов кафе “Чому ви тут?”” (Стрелекі, 2021, с. 12).

Окрім перестановки наявне вилучення або опущення, також яскраво виражена конкретизація, за допомогою якої Марія Пухлій звузила значення “*The Cafe of Questions*” на кафе “Чому ви тут?”.

Отже, можна дійти висновку, що у контексті мотиваційної літератури перекладачеві вважливо проаналізувати усі труднощі, з якими можуть виникнути проблеми у адресата при розумінні інформації, щоб знати напрям вирішення перекладацьких проблем. Важливо звернути увагу на маркери, пояснення яких може буде пізніше залишене для роздумів читачів, щоб вони могли самостійно дійти висновку, тому істотно знайти такий еквівалент, який би не розкривав одразу всю суть. Для цього слід визначити стратегію перекладу зі застосуванням поєднання граматичних та лексичних трансформацій. Загалом не існує однієї чіткої та універсальної стратегії, що дає широкий вибір для креативу у рамках професійної та творчої майстерності перекладача, а також місце для подальших перекладознавчих досліджень.

## ЛІТЕРАТУРА

- Климчук, В. О. (2015). *Мотиваційний дискурс особистості: на шляху до соціальної психології мотивації*. ЖДУ ім. І. Франка.  
[http://eprints.zu.edu.ua/18596/1/Klymchuk\\_monograg.pdf](http://eprints.zu.edu.ua/18596/1/Klymchuk_monograg.pdf)
- Пятаченко, С. М. (2021). *Лексико-семантичні аспекти мотиваційного дискурсу: перекладацький аспект: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра*: спец. 035 – філологія. Сумський державний університет.  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86798>
- Рудь, А. О. (2020). *Особливості перекладу назв книг із саморозвитку й мотивації: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра*: спец. 035 – філологія. Сумський державний університет.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81767>

Стрелекі Джон, П. (2021). Кафе на краю світу; пер. з англ. М. Пухлій. Vivat.  
Strelecky John, P. (2020). *The Cage on The Edge of The World*. 1st Aspen Light  
Publishing ed.

## ВІЙНА І МИР У МОВНІЙ СВІДОМОСТІ УКРАЇНЦІВ

**Лисенко А. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Терехова Д. І.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Проблема війни і миру є актуальною в кожному етносу, країні, так і для всього світу з огляду на руйнівну силу зброї, катастрофічні наслідки для людей, інфраструктури, навколишнього середовища. Вона є предметом дискусій, баталій у ЗМІ, у політичній, юридичній, науковій сферах, займає окрему нішу в мистецтві, літературі, фольклорі.

У наш час ця проблема вийшла за межі студійних дискусій і стала реальією в житті країни, людей різних поколінь, світоглядів, віросповідань, професій, регіонів. Вона змінила і окремі долі, і світ загалом.

Отже, **актуальність** теми роботи зумовлена тим, що поняття *війна і мир* є основоположними фрагментами образу світу кожного народу, а також подіями сьогодення, що спонукають науковців до вирішення цієї проблеми. Ці концепти займають одне з центральних місць у дослідженнях провідних світових лінгвістів, культурологів і філософів.

Аналіз наукової літератури доводить, що *війна* (як лексична одиниця, поняття, концепт) частіше, ніж *мир*, була предметом вивчення науковців. Так, зокрема, переважають дослідження концепту ВІЙНА в когнітивному та лінгвокультурологічному аспектах (напр.: Барташук О., Ніколаєва А., Тарасюк М., 2020; Близнюк К. Р., Скідченко Р. О., 2022; Бойко Н., 2021, Васянович Є., 2020, Верьовкін В. В., 2013; Вільчинська Т., 2017; Волкова В. В., Зіневич Л. В., Красавіна В. В., 2017; Катречко А., 2019; Колесник О. С.; Огар А., 2019; Шевченко І. С., Морозова І. І., Шевченко В. О., 2022 та ін.).

Дослідження концепту МИР є багатоаспектним через полісемію слова (напр.: Багманова Л. М., 2013; Ерьомін М. А., 2004; Єфимець С. О., 2020; Мельник І., Голоюх Л., Каліщук Д., Левчук І., 2020; Митрофанова О. І., 2016, Мороз Н. А., 2006; Мурадова А. Р., 2002, Степанов Ю. С., 2004, Терехова Д. І., 2014, Фесенко Т. О., 1999, Худолій А. В., 2014, Чегодаєва М. І., 2005, Шмельова Г. В., 2000, Щербаков С. А., 2013 та ін.).

Обидва поняття було глибоко досліджено Яворською Г. (2015) та у співавторстві з Парахонським Б. (2019), Коць Т. (2019) та іншими.

У психолінгвістичному аспекті зазначені поняття розглянуто в роботах вітчизняних учених (напр.: Васянович Є., 2020; Мельник І., Голоюх Л., Каліщук Д., Левчук І., 2020; Терехова Д. І., 2014, Яворська Г. М., 2019 та ін.).

**Метою** нашої роботи є вивчення структури асоціативних полів стимулів ВІЙНА і МИР, що відбивають мовну свідомість українців у різні періоди.

Досліджувати образи мовної свідомості, що стоять за стимулами ВІЙНА і МИР, дають можливість насамперед лексикографічні джерела, зокрема асоціативні словники, та результати власне проведених психолінгвістичних експериментів, що і склали матеріал цієї наукової розвідки. Так, вільний асоціативний експеримент проведено в березні 2023 року в Україні серед 100 респондентів. Отримані результати надали можливість простежити зміни в мовній свідомості представників україномовної лінгвокультурної спільноти та висвітлили поняття ВІЙНА і МИР крізь призму національного досвіду.

Отже, у роботі проаналізовано асоціативні поля стимулів ВІЙНА і МИР, визначено їхню структуру, особливості образів мовної свідомості представників українського етносу, виявлено зміни, які відбулися упродовж часу. Зважаючи на невелику кількість респондентів, звичайно, неможливо проєкувати отримані результати на всю українську спільноту, проте простежуються основні тенденції у змінах мовної свідомості, що є показниками модифікації специфічних рис мовної свідомості, зумовлені екстралінгвістичними чинниками кожного періоду.

Перспективи дослідження вбачаємо в зіставленні результатів експериментів, отриманих від респондентів-українців, з результатами ідентичних експериментів, поданими носіями англійської мови. Зіставний аспект надасть можливість виявити спільні й відмінні риси в образах мовної свідомості представників різних лінгвокультур у відповідних фрагментах образу світу.

## ЛІТЕРАТУРА

- Близнюк, К. Р., & Свідченко, Р. О. (2022) Асоціативне поле концепту ВІЙНА у свідомості української молоді. *Закарпатські філологічні студії*, 23(1), 18–23.
- Васянович, Є. (2020) Психолінгвістичний аналіз асоціативного поля війна як фрагменту мовної картини світу українських студентів-гуманітаріїв. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. Т. 31 (70), 1 Ч. 1, 13–17.
- Верьовкін, В. В. (2013) Відображення уявлень про війну в античній і сучасній мовній свідомості (на матеріалі давньогрецької, латинської, англійської, німецької та української мов). [Автореф. дис. канд. філол. наук].
- Колесник, О. С. Концепт війна в аспекті лінгвосеміотики та лінгвокультурології. [http://philology.knu.ua/files/library/movni\\_i\\_konceptualni/48/22.pdf](http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/48/22.pdf)
- Коць, Т. (2019) Онтологія війни й миру в мовно-інформаційному просторі сьогодення. *Культура слова*, 90, 132–149.

- Терехова, Д. (2014). Аналіз асоціативних полів слів-стимулів МИР / МИР / МИР у східнослов'янських мовах. *Східноєвропейський журнал психолінгвістики*, 1(1), 194–201.
- Яворська, Г. М., & Чмир, О. Р. (2018) Семантика війни і миру в сучасних слов'янських мовах: історико-типологічний аспект. *Мовознавство*. 3, 15–29.
- Melnyk, I., Holoiukh, L., Kalishchuk, D., & Levchuk, I. (2020). Verbal Markers of the Concept of Peace: Psycholinguistic and Lexical Analyses. *East European Journal of Psycholinguistics*, 7(2), 214–230.  
<https://doi.org/10.29038/eejpl.2020.7.2.mel>
- Shaules, J. (2015) *The intercultural mind: connecting culture, cognition, and global living*. Intercultural Press, an imprint of Nicholas Brealey Publishing.

## СПЕЦИФІКА ВИКОРИСТАННЯ ЗВЕРТАНЬ В АРАБСЬКІЙ МОВІ

**Личковська О. Г.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Кононенко В. Г.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Мова, як комунікативний засіб дуже унікальна система, що була створена для спілкування людей. Однак треба зазначити, що засоби звертання різних народів відрізняються один від одного та можуть, як змінюватися під впливом західних культур, так і зберігати свої форми віками.

Відомо, що в арабській мові не існує формального і неформального звертання, яке притаманне багатьом мовам. Звертання в арабській мові відбувається в другій особі однини “ти” і стосується усіх, а для того, щоб виразити ввічливість та пошану араби використовують у спілкуванні традиційно-колективістські, формально-ієрархічні, експресивні та поліхромні титули. Загалом арабські титули поділяються на головні та другорядні. Головні вказують на ранг посади людини до якої звертаються у той час, як другорядні здебільш містять тип посади, походження або характеристику носія, наприклад: “батько короля”. Розглянемо деякі з них.

Государ – *الدولوم*: додавання займенника *نا* “наш”, надає слову значення “господар наш”, “пан”. Після епохи Фатімідів, такий титул нерідко можна було почути при звертанні до султанів.

Імам – *إماماً*: титул призначався тим, хто міг управляти справами мусульман як у релігійних, так і в життєвих питаннях та бути прикладом для віруючих у питаннях юриспруденції, шаріату та релігії.

Король – *كفلملا*: титул, наданий верховному голові світської влади. В епоху Фатімідів його використовували при звертанні до міністрів, після цього до губернаторів членів родини Айюбідів, а згодом він став використовуватись, як один з титулів султана і після титулу султана та перед його ім'ям, наприклад, *دمحا كفلملا ناطلسلا* “Султан, король, такий-то...”.

Мученик – *ديهشلا*: це той, кого було вбито несправедливо або на шляху релігії. Використовується при згадуванні покійних людей.

Наш господар – *انديس*: містить значення “власник” або “вождь”. За цим титулом частіше звертались до праведників та найшановніших священнослужителів, праведних халіфів і почесних сподвижників, також використовували у звертанні до голови родини. На сьогоднішній день цей титул зустрічається при звертанні до губернаторів і міністрів. Також слід зазначити, що в деяких країнах це слово використовують у побуті, як ввічливу форму звертання “чоловіче”.

Принц – *ريملاً*: за лексичним значенням – це людина, що має владу та бере на себе командування, ця посада використовувалася як почесний титул, який могли отримати губернатори в епоху Омейядів і Аббасидів (*ي درواملا*, 1978, с. 29).

Професор – *ذاتسلاً*: арабізоване слово перського походження, що вказує на майстра або спеціаліста та використовується у звертанні до фахівців свої справи, а також досить часто його вживають, як синонім до англійського *Sir*.

Суддя – *ضاقلاً*: в ісламському світі вважається однією з релігійних професій та безпосередньо пов’язана з головою держави. Іноді цей титул став офіційною назвою правителя.

Султан – *ناتلسلاً*: титул, у більшості випадків належить особі, яка знаходиться при владі та містить у собі риси незламності і панування.

Шейх – *خيشلاً*: за лексичним значенням старий у віці. Цей титул висловлює повагу та шану. Його можна використовувати при звертанні до людей похилого віку або вчених. Досить часто його використовують при звертанні до старших вчених, міністрів та інших осіб.

Розглянувши наведені вище титули, можна зробити висновок, що відсутність формального звертання в арабській мові не знецінює її, а навпаки збагачує, араби вміють з повагою звертатися до співрозмовника в залежності від віку та соціального статусу. Тому для подальшого зміцнення та налагодження міжнародних відносин слід використовувати арабські терміни та дотримуватися правильних форм звертання.

## ЛІТЕРАТУРА

- الماوردي، (1978). الأحكام السلطانية. بيروت: دار الكتب العلمية  
ابن فضل الله العمري. (1988). التعريف بالمصطلح الشريف. بيروت: دار الكتب العلمية  
حسن، الباشا. (1958) الألقاب الإسلامية في التاريخ والوثائق والآثار. القاهرة: دار النهضة العربية  
سعيد، مغاوري. (2000) الألقاب وأسماء الحرف والوظائف في ضوء البرديات العربية. الجزء 3. القاهرة:  
دار الكتب المصرية الطبعة الأولى

## ПРОСТИЙ МИНУЛИЙ І ПРОСТИЙ ТЕПЕРІШНІЙ ЧАСИ В ЗАГОЛОВКАХ АНГЛОМОВНИХ НОВИННИХ ПОВІДОМЛЕНЬ

Лютик А. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Коломієць В. О.

Кандидат психологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Незважаючи на існування великої кількості досліджень різних аспектів текстів новинних повідомлень, вони продовжують привертати увагу науковців, оскільки цей об'єкт дослідження “не є сталим і зазнає щоденного впливу і трансформацій” (Нечаюк, 2016, с. 30).

Новинні повідомлення є найпоширенішими текстами засобів масової інформації. Їх домінантна функція – оперативне, стисле й об'єктивне інформування про поточні події, повідомлення про те, що, де і коли відбулося.

Базовим елементом новинного повідомлення є заголовок, який виконує два головні завдання – презентує зміст тексту і привертає увагу до змісту публікації (Брухаль, 2015). Основними характеристиками заголовків є простота, стислість і доступність, які зумовлюють їх специфічне мовне оформлення, використання певного набору лексичних, граматичних, синтаксичних і стилістичних засобів.

Метою нашої розвідки є аналіз особливостей вживання простого минулого і простого теперішнього часів у заголовках англomовних новинних повідомлень. Для досягнення мети було поставлено завдання визначити частотність використання і значення вказаних часових форм у заголовках.

Матеріалом дослідження слугували заголовки новинних повідомлень, опублікованих в інтернет-версії авторитетної британської газети “The Guardian” за період з 1 по 10 січня 2023 року. Всього було проаналізовано 172 заголовки, відібрані методом суцільної вибірки з рубрики “Міжнародні новини”.

На основі отриманих даних встановлено, що у більшості заголовків (64%) вжито простий теперішній час. Простий минулий час зустрівся у семи заголовках (4%). Ще вісім заголовків (4,7%) містять дієслова і у простому минулому, і у простому теперішньому часах. Отримані дані співпадають із результатами досліджень, проведених іншими науковцями (Chovanec, 2003).

Простий теперішній час у проаналізованих заголовках реалізує три значення. Найчастіше, 75% дієслів у простому теперішньому часі, він використовується для репрезентації темпорального плану “минуле”, що підтверджується вживанням теперішнього перфектного або простого минулого часу в підзаголовку або лід-абзаці новинного повідомлення:

*US and Germany agree to send infantry fighting vehicles to Ukraine. (Joe Biden and his German counterpart Olaf Scholz have agreed to send infantry fighting vehicles to help Ukraine fight Russia ...)*

*Croatia takes final steps into EU with open border and euro switch. (Croatia has adopted the euro and joined the European Union's borderless Schengen zone ...)*

*More than 1m people **gather** in Paris to watch New Year's Eve fireworks display. (An unexpectedly large crowd of 1 million people crammed on to the Champs-Élysées to celebrate the start of 2023 ...)*

Другим за частотністю значенням простого теперішнього часу є актуалізація часового плану “теперішнє” (23% дієслів):

*'We **feel** welcome now': Brazilians of all kinds hail Lula as he takes office.*

*Russia-Ukraine war at a glance: what we **know** on day 313 of the invasion.*

У окремих випадках (2% дієслів) простий теперішній час реалізує темпоральний план “майбутнє”, про що свідчить вживання простого майбутнього часу в підзаголовку або в лід-абзаці:

*East German feminist author **gets** English debut, 50 years after death. (The first English translation of a novel by a cult voice of East German feminist literature will introduce the author Brigitte Reimann to a new audience in 2023, almost 50 years on from her death.)*

Простий минулий час вживається у заголовках для вираження завершені дії, що відбулася у минулому. Цей час вживається в уточнювальній фразі *as it happened*, у заголовках, які починаються з прислівника *how*, і в заголовках, де є обставина часу або інша вказівка на те, що дія або стан, виражені цією граматичною формою, завершилися у минулому:

*Head of Ukraine military intelligence tells Kremlin to expect strikes 'deeper and deeper' into Russia – as it **happened**.*

*How Zelenskiy **became** Hollywood's man of the hour.*

*Frog that **travelled** more than 4,000 miles among animals rescued in 2022.*

Отже, проведене дослідження показало, що в заголовках англомовних новинних повідомлень переважає вживання простого теперішнього часу, який здебільшого вказує на події, що відбулися у недавньому минулому, але може також виражати дію в теперішньому або відноситися до майбутнього. Заголовки з дієсловами у простому минулому часі складають менше 10% опрацьованого матеріалу і часто містять вказівку на завершеність дії і її непов'язаність із моментом мовлення.

Перспективу продовження дослідження бачимо в аналізі типів значення простого теперішнього часу, який актуалізує часовий план “теперішнє”, і в уточненні факторів, які впливають на вживання простого минулого часу в заголовках новинних повідомлень.

## ЛІТЕРАТУРА

- Брухаль, Я. (2015). Особливості вживання часових форм дієслова в інформативних статтях англомовного публіцистичного дискурсу. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету. Серія Філологічні науки (мовознавство)*, 136, 341–345.
- Нечаюк, І. О. (2016). Функціонально-стилістичні особливості заголовків англомовних новинних медіатекстів політичного дискурсу. *Науковий вісник Херсонського державного університету*, 5, 27–30.
- Chovanec, J. (2003). The uses of the present tense in headlines. *Theory and Practice in English Studies*, 1, 83–92.



## СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ МОДАЛЬНИХ ЧАСТОК В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

Максимишена Д. І.

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Самаркіна А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Китайська мова має багату історію та культурні традиції, які суттєво вплинули на розвиток мови та формування її граматичних структур. Ця мова є однією з найпоширеніших мов світу і, як і кожна мова, вона має свої особливості в будові та вживанні граматичних одиниць. Однією з таких граматичних одиниць є модальні частки, які відіграють велику роль у повсякденному спілкуванні китайців. Модальні частки відіграють роль вираження відношення мовця до слухача. Вони допомагають підкреслити емоційну інтонацію, тон та настрій мовця. Ці частки не мають самостійного лексичного значення, та позначають такі значення як оцінка, дозвіл, заборона, можливість, необхідність, тощо.

У даній статті ми розглянемо особливості вживання та функції модальних часток в китайській мові. Серед авторів, які займалися дослідженням особливостей вживання та функцій модальних часток в китайській мові можна назвати Любимову Ю. С., Дай Чжао Міна (戴昭铭), Шао Цзін Міна (邵敬敏), Фан Юй Цина (房玉清). У своїх роботах дослідники звертають увагу на те, як і яким чином можна вживати ті чи інші модальні частки для вираження експресивності у мові. Явище модальності, а саме модальні частки, все ще залишається об'єктом вивчення для багатьох лінгвістів, оскільки китайська мова має дев'ять груп діалектів, які в свою чергу мають свої особливості вживання граматичних одиниць та їх семантичні значення, специфічність мовного вираження та функціональні особливості.

Любимова Ю. С. (2019), досліджуючи функціонально-семантичний аспект модальної частки 呢 у сучасній китайській мові, зазначає, що модальні частки в сучасній китайській мові, оформлюючи речення загалом і надаючи додаткового модального значення пропозиції, є особливим класом у системі частин мови в китайській мові та потребують детального дослідження (с. 67).

Китайський дослідник Ян Юн Чжун (2013) зазначає, що модальні частки використовуються для передачі настрою речення, визначеного мовцем, яке значною мірою залежить від використання модальних часток, оскільки китайська мова є тональною мовою, а тому вираження емоцій шляхом зміни тону речення чи фрази може змінювати сенс речення (с. 97).

Модальні частки в китайській мові складаються з одного або рідше двох ієрогліфів. Сучасні дослідники китайської мови виокремлюють низку найбільш вживаних модальних часток – 啊 a, 了 le, 呢 ne, 吗 ma, 吧 ba, 呗 bei, 呀 ya. Деякі дослідження вказують, що у китайській мові речення поділяються на чотири типи: декларативні, імперативні, питальні та спонукальні (Shao Jingmin 邵敬敏, 2012). Розглянемо функції та особливості

вживання деяких модальних часток на прикладах. Частка 啊 а зазвичай вживається в кінці речення або фрази з метою надання згоди, вираженню захоплення, подиву, спонукання. Наприклад: 我可没有这么多的拉面啊! *wǒ kě méiyǒu zhème duō de lāmian a!* – У мене не так багато локшини! У цьому реченні частка 啊 а виражає подив. 快往河里跳啊, 还等什么呢? *kuài wǎng hé lǐ tiào a, hái děng shénme ne?* – Швиденько стрибайте у річку, чого чекаєте? Тут частка 啊 а виконує функцію спонукання до дії. Рідше ця частка вживається на початку речення, виражаючи збентеження, здогадку та прохання повторити фразу. Частка 呀 у зазвичай використовується для вираження здивування, почуття незадоволення, збентеження. Наприклад: 多么糟糕的消息呀! *duōme zāogāo de xiāoxī ya!* – Які погані новини! У цьому реченні частка 呀 у виражає почуття невдоволення. Частка 呢 не може вживатися в реченні з метою вираження докору, створення риторичного питання, створення спонукання до дії. Наприклад: 那么小的一个小子怎么能杀死它呢? *nàme xiǎo de xiǎo gèzi zěnmē néng shā sǐ tā ne?* – То ж як такий малюк може вбити його? У цьому реченні частка 呢 не поєднає у собі дві функції: розпитування та надання реченню глузливого характеру. Частка 吧 ба вживається в реченні для вираження дозволу, прохання, наполегливого прохання, м'якого спонукання. Наприклад: 妈妈, 我带你去看医生吧! *māmā, wǒ dài nǐ qù kàn yīshēng ba!* – Мамо, давай я відведу тебе до лікаря! У цьому реченні частка 吧 ба виконує функцію прохання та м'якого спонукання. 我还多了几间房, 你来住吧! *wǒ hái duōle jǐ jiān fáng, nǐ lái zhù ba!* – У мене є ще кілька кімнат, приходь і живи! Тут частка 吧 ба виражає спонукання до дії та вказує на дозвіл дії.

Таким чином ми розглянули основні особливості вживання та функції модальних часток в сучасній китайській мові, дослідили різні види модальних часток, їх функції та способи вживання, проаналізували використання модальних часток у різних контекстах та ситуаціях. Можна зробити висновок, що модальні частки виконують різні функції в реченнях, такі як вираження докору, спонукання до дії, збентеження, захоплення та інші; модальні частки можуть виконувати різні функції, надавати різноманітні значення в залежності від місця в реченні, контексту та стилю мовлення, вони передають суб'єктивне ставлення мовця до сказаного, виражають оцінку та настрій мовця. Вивчення модальних часток необхідне для досягнення ефективності комунікації з носіями китайської мови, розуміння китайської культури та мовленнєвих традицій.

## ЛІТЕРАТУРА

- Любимова, Ю. С. (2019). Модальна частка 呢 у сучасній китайській мові: функціонально-семантичний аспект. *Закарпатські філологічні студії*, 7(2), 66–70.
- 戴, 昭铭 (2006). 汉语语气助词的类型学价值. In Abstract for 39 th International Conference on Sino-Tibetan Languages and Linguistics (pp. 19–20). University of Washington.  
[https://depts.washington.edu/icstll39/icstll39\\_abstract\\_book.pdf](https://depts.washington.edu/icstll39/icstll39_abstract_book.pdf)

- Li, B. (2006). Chinese sentence-final particles and the syntax of the periphery [Doctoral Dissertation, University of Leiden].  
[https://www.lotpublications.nl/Documents/133\\_fulltext.pdf](https://www.lotpublications.nl/Documents/133_fulltext.pdf)
- Shao, J. (2012). The Function of Modal Particle “A (啊)” in Interrogative Sentences and the Introspection of Relevant Methodology. *Linguistic Sciences*, 11(6), 596–603.
- Yang, Y. (2013). Modal Particles and Their Projections: A Minimalist Approach. *Language Research*, 49 (1), 95, 136.

**ЗАСОБИ ВІДТВОРЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЛАКУН  
У МІЖКУЛЬТУРНОМУ СПІЛКУВАННІ  
НА МАТЕРІАЛІ ТЕКСТІВ  
РІЗНОЇ ЖАНРОВО-СТИЛІСТИЧНОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ  
ГВІНЕЙСЬКОГО ВАРІАНТУ ІСПАНСЬКОЇ МОВИ**

**Маленченко Ю. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Залєснова О. В.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Сьогодні іспанською мовою розмовляють мільйони людей у різних расових, релігійних, етнічних та культурних спільнотах. Через таке широке розповсюдження не можливо було уникнути того, щоб іспанська мова не отримала певних регіональних особливостей морфологічного, лексико-семантичного та фонетичного характеру за всю історію функціонування мови у різних країнах. Значимі різноманітні історичні події з'єднали долі двох традицій: іспанської європейської та екваторгвінейської (африканської). Результат даного контакту можна зараз споглядати в іспанській мові в Екваторіальній Гвінеї, яка має статус державної у цій країні. Від дифузії цих двох світів утворюється широка гамма особливостей, які є дуже цікавими для філологічного дослідження.

Вивченням відмінностей іспанської мови гвінейського діалекту займався не багато авторів, серед яких Селія Касадо-Фреснійо, Антоніо Кіліс, М. Кастійо Барріль, Херман де Гранда, Джон Ліпські. Дослідники приділили увагу різниці іспанської мови гвінейського діалекту з нормативним кастильським варіантом.

Лексичні відповідники допомагають перекладачеві з точністю передати кінцевому адресату інформацію, закладену в тексті оригіналу, відтворюючи різницю в міжкультурних аспектах різних варіантів іспанської мови, з метою віднайти правильний відповідник.

Наприклад слово *condena* в Гвінеї має одне із значень – образа: *En la escuela, los niños recibían una enloquecedora educación paramilitar y se pasaban*

*el día profiriendo condenas: largas listas de insultos contra el imperialismo occidental en general* (Quilis, 1992, p. 216). Також слід зазначити, що дієслово, яке походить від нього *condenar* також змінило своє значення.

Слово *emancipado* є концептом, який досить часто використовується в Гвінеї. Цим терміном у колоніальні часи називали освічених та асимільованих гвінейців, які жили згідно способу життя європейців. *Fue al Patronato de Indígenas a renovar la licencia de la escopeta o a inscribir el nacimiento del nuevo hermanito para que figurase como emancipado desde siempre, porque tu padre había sido emancipado por su trabajo y su continuo contacto con los ocupantes...* (Ndongo Bidyogo, 1987, pp. 140–141). Слово *emancipado* походить від дієслова *emancipar*, тобто звільняти від батьківської влади, звільняти від опіки або звільняти від рабства; звільняти від будь-якого типу субординації або залежності (Real Academia Española, 1992). В постколоніальну епоху Гвінеї це слово у більшості розумілося як визволений раб. Відповідно цим словом називали туземців (в колоніальну або постколоніальну епоху), які могли займати посади залишені колоністами (після набуття незалежності), тобто робота в адміністрації через свою вихованість та освіченість; і в першу чергу через засвоєнні правила життя на європейський лад. Так звані *emancipados* були проміжним класом між колоністами та туземцями. Пізніше, через ті самі мотиви під *emancipado* розумілася людина культурна, тобто та яка розірвала зв'язки зі своїм африканським віруванням, ритуалами, та традиціями, та відповідно відкрита для європейської цивілізації. Як наслідок, слово *emancipado* у сучасному контексті розуміється як поняття соціального та економічного добробуту, який притаманний привілеям статусу професії або особистості про яку говориться. З цього і походить теперішнє сприйняття, яке обумовлене історією країни. Цей термін становить частину загальної маси евфемізмів, які іноді мають глузливий відтінок, які використовують по відношенню до певних соціальних, економічних, расових, політичних, сексуальних груп, тощо.

Слово *criollo* в Екваторіальній Гвінеї набуває нового змісту, цим словом називають африканських іммігрантів, які прибули до острова Біоко та живуть там багато років: *Hablo el pichi con mis amigos que no saben castizar ya que son típicos crioyos* (Quilis, 1992, p. 223). У Гвінеї, під словом *criollo* розуміють тих креолів та колишніх рабів, яких британські колоністи та місіонери привезли з Сьєрра-Леоне до острова Фернандо По як помічників для роботи в полі та в адміністрації. Сьогодні, їх розглядають як гвінейців, які не відносяться до жодного оригінального етнічного та лінгвістичного типу країни.

Іспанська мова, попри свій державний статус, не є рідною для багатьох гвінейців, і через цей факт відбуваються семантичні калькування. Наприклад, слово *lloro* в Гвінеї має значення надія, бажання. У мові фанг – туземній мові, на якій розмовляють приблизно 80 % населення слово *ayú* означає плакати та хотіти: *Ha sido el lloro nuestro durante mucho tiempo* (Casado-Fresnillo, 1998, p. 88).

Іспанська мова в Республіці Екваторіальна Гвінея змінилася та набула місцевих африканських рис, особливо в семасіологічному плані, що

проявляється в змінах значення, набування протилежного змісту та іронічній інтерпретації. Цілком зрозуміло, що кожна країна та культура має свої культурологічні відмінності, що інколи може спричиняти значні труднощі при перекладі. Метою даної роботи є вивчення особливостей гвінейського варіанту іспанської мови, які необхідно врахувати для досягнення перекладацької еквівалентності.

## ЛІТЕРАТУРА

- Casado-Fresnillo, C. (1998). *La lengua y la literatura españolas en África. Centenario de Melilla.*
- Ndongo Bidyogo, D. (1987). *Las tinieblas de tu memoria negra. Fundamentos.*
- Quilis, A. & Casado-Fresnillo, C. (1995). *La Lengua Española en Guinea Ecuatorial.* UNED.
- Quilis, A. (1992). *La lengua española en cuatro mundos.* Mapfre.
- Real Academia Española (1992). *Diccionario de la lengua española.* Espasa-Calpe.

## ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ІМІДЖУ УКРАЇНИ В ПЕРЕКЛАДІ АНГЛОМОВНОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ

**Малецька А. Є.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Козяревич-Зозуля Л. В.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

У сучасних лінгвістичних дослідженнях об'єктом постають теми формування та підтримання позитивного іміджу держави (І. В. Арістова, 2009, О. М. Щурко, 2017). Увагу дослідників привертають питання інтенсифікації глобалізаційних процесів та їхній вплив на різноманітні сфери діяльності національної держави. У гуманітарних науках існує безліч підходів до визначення поняття “імідж”. Це поняття було вперше вжите в 1961 році К. Болдингом, професором Мічиганського університету, практикуючим економістом К. Боулдінгом. Науковець довів значущість поняття для ведення підприємницької діяльності. Також, було сформовано наукову дисципліну, яка досліджує поняття іміджу, та яка має назву “іконіка” або “іміджезнавство”.

У сучасній науці, окремо виокремлюють таке поняття як “міжнародний імідж держави”. Дослідниця І. В. Арістова визначає це поняття як сукупність пов'язаних одне з одним характерних властивостей державної системи, яка сформувалася як результат процесу розвитку державності, та ефективність якої має визначальне значення для встановлення тенденцій в політиці, економіці, соціальному устрої суспільства, характерних саме для конкретної країни, що є носієм даного іміджу (Арістова, 2000: 49). Імідж

держави зазвичай визначають як цілеспрямовано сформований (фахівцями зі зв'язків з громадськістю та політичною елітою) образ країни. Водночас характер стереотипу є емоційно забарвленою сукупністю уявлень про країну в основних сферах її життєдіяльності (політичної, економічної, соціальної культурної, наукової, спортивної, екологічної тощо) (Чечель, 2016: 83). Дослідження поняття “імідж” дозволяє зробити висновок щодо розгалуженості поняттєвої структури лексеми “імідж”. Так, наприклад, О. М. Щурко виокремлює в іміджі інформаційну, емоційну і мотиваційну складові (Щурко, 2017: 24). Згідно І. Ю. Палеха, у структурі іміджу можливо розрізнити чотири складові (Палеха, 2005: 88): 1) реальні характеристики країни; 2) модель іміджу або ідеальний імідж, що “накладається” на вихідний образ; 3) вплив засобів масової інформації та комунікації; 4) вплив на сприйняття аудиторії.

У цьому дослідженні ключовим для нас постає перекладацький аспект лексичних засобів на позначення іміджу країни. З огляду на те, що кожна мова має власну концептуальну систему, для перекладу кожної з груп концептів використовуються якісні перетворення, які дозволяють зберегти адекватність перекладу як на рівні цілого тексту, так і на рівні словосполучення / слова. Такі перетворення називаються перекладацькими трансформаціями (заміни, перестановки, опущення, додавання, вибір іншої лексеми, граматичні категорії, конструкції всього речення, фрази, вислову) (Сухенко, 2000: 36). Дослідники відзначають, що основним методом перекладу концептів є переклад за допомогою лексичного еквівалента (Карабан, 2002: 89). Проте, в багатьох випадках неможливо застосувати лексичний еквівалент. У такій ситуації перекладач вдається до перекладацьких перетворень. Розглянемо на прикладах специфіку перекладу лексичних засобів реалізації іміджу України: *Zelenskiy: A victorious Ukraine will become a member of the victorious EU* (UBN, URL). Зеленський: **Переможна** Україна стане членом **переможного** ЄС (UBN-UK, URL). У наведеному фрагменті, президент України В. Зеленський формує на міжнародній арені імідж України як переможної держави, застосовуючи повторення лексем *victorious*. При перекладі, перекладачеві вдається застосувати еквівалентний переклад лексичних одиниць: **переможна**.

– *An association agreement currently exists between Ukraine and the EU which fosters political cooperation and trade* (UBN, URL). *Наразі між Україною та ЄС існує угода про асоціацію, яка сприяє політичному співробітництву і торгівлі* (UBN-UK, URL). Приклад демонструє використання таких суспільно-політичних термінів для реалізації іміджу України в англомовних ЗМІ, як: *political cooperation and trade*. Так, в прикладі, Україна постає в якості об'єкта міжнародного співробітництва та торгівлі. У наведеному прикладі, лексичні одиниці, що утворюють імідж України, було відтворено засобами еквівалентів.

– *And ideally, according to Petraeus, it should be Ukraine's membership in NATO* (UBN, URL). *І, в ідеалі, на думку Петреуса, це має бути членство України в НАТО* (UBN-UK, URL). В цьому випадку, Україна постає

як претендент на членство в НАТО: *Ukraine's membership in NATO*. В ході перекладу, перекладач застосував перекладацьку трансформацію перестановки, про що свідчить зміна порядку слів у тексті українського перекладу: *членство України в НАТО*.

Отже, при перекладі лексичних одиниць на позначення іміджу України, перекладачі застосовують як еквівалентний переклад, так і перекладацькі трансформації, обумовлені відмінностями лексико-граматичної та синтаксичної організації англійської та української мов.

## ЛІТЕРАТУРА

- Арістова, І. В. (2000). *Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти*: монографія. О. М. Бандурка (Ред.). Видавництво Університету внутрішніх справ.
- Карабан, В. І. (2002). *Переклад англійської наукової і технічної літератури*. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Нова книга.
- Палеха, Ю. І. (2005). *Іміджологія*. З.І. Тимошенко (Ред.). Видавництво Європейського університету.
- Сухенко, К. М. (2000). *Лексичні проблеми перекладу*. Вид-во Київ. університету.
- Чечель, Ю. (2016). Формування іміджу держави на міжнародній арені. *Державне управління, Інвестиції: практика та досвід*, 10, 82–86
- Щурко, О. М. (2017) *Функціональні аспекти образу держави на сучасному етапі. S.P.A.C.E. Society, Politics, Administration in Central Europe*: електронний науково-практичний журнал, 4, 22–26.

## ЧЕСЬКІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ НА ПОЗНАЧЕННЯ РИС ХАРАКТЕРУ ЛЮДИНИ ТА ЇХ ЕКВІВАЛЕНТИ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

**Мамчур А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Ващенко О. О.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Фразеологізми – це важливий елемент кожної мови. Вони збагачують мовлення, роблять його дотепнішим, виразнішим та додають емоційно-експресивного забарвлення.

Для передачі фразеологізмів іншою мовою зазвичай вживають кілька способів перекладу: 1) фразеологічний еквівалент в цільовій мові: чес. *na dosah ruku* – укр. *на відстані витягнутої руки*, чес. *tváří v tvář* – укр. *лицем в лице*, чес. *házet perly sviním* – укр. *кидати бісер перед свинями*; 2) фразеологічний аналог (передає те саме значення, але за допомогою



іншого образу): чес. *za velkou louzí* – укр. *за синім морем*, чес. *mít srdce v kalhotách* – укр. *душа в н'яті втікля*; 3) описовий переклад (цим способом користуються, коли не вдається знайти відповідник мовою перекладу): чес. *rozkmotřit se* – укр. *чорна кішка пробігла* тощо.

Фразеологія чеської та української мови має чимало спільного, спільне поняття, спільний компонент, спільне походження. Наприклад, у творі К. Чапека “Гордубал” натрапляємо на фразеологізм “*nést hlavu nahoru*”: “... tvrdá a rovná jako sloup; zřídila dvorec jako kaštel, sedm tisíc stržila za pár koní, tak co, má proč nést hlavu nahoru”, який був ужитий на позначення “гордої людини”. Українською ж це речення переклали як: “Міцна й рівна, як смерека, садиба – як панський замок, сім тисяч за пару коней взяла, то має чого високо нести голову”. Отже, ця фразеологічна пара в обох мовах має однаковий сенс і зберегла всі основні компоненти: соматичний компонент “голова” та ідентичну структуру.

А ось у творі “Пригоди бравого вояка Швейка” чеський автор Я. Гашек ужив фразеологізм “*mít o kolečko víc, nebo míň*” (дослівно – мати в голові на одне коліщатко більше, або менше): “Jakmile uviděl známé obálky s razítkem “Portofrei-dienstlich”, srdce mu vždy zabušilo a v noci, přemýšleje o všem, přicházel k přesvědčení, že se konce války nedočká, a že zemské četnické velitelství ho připraví o poslední špetku rozumu a že se nebude moci těšit z vítězství rakouských zbraní, poněvadž bude mít buď o kolečko víc, nebo míň”. В українському ж перекладі це звучить так: “Як тільки бачив знайомі конверти з печаткою “Portofrei-dienstlich”, – серце в нього завжди починало тріпотіти, і він уночі, передумуючи все, доходив висновку, що кінця війни не дочекається, що крайове жандармське командування забере в нього останні крихти розуму і він уже не зможе радіти з перемоги австрійської зброї, бо матиме в голові на одну клепку більш або менш”. Ця пара фразеологізмів має подібну структуру, єдиною відмінністю є головний компонент “коліщатко” та “клепка”. Загальний сенс фразеологізму – “чи порозумнішає, чи подурнішає”.

Цікаво переклади фразеологізми, які вважаються “власними”. Вони належать лише конкретному народові, конкретній культурі й тільки цей соціум розуміє його сенс. Часто густо такі фразеологізми перекладаються кількома способами: описовим способом; дослівно, а потім у зносках подають пояснення. Третім способом інколи хиблять перекладачі. Замінюють національні фразеологізми відповідними аналогами мови, на яку перекладають. Наприклад, в чеській мові є вираз *Zvanivý jako stará Káča* (дослівно – балакуча, наче стара Кача). Не дослідивши походження цього фразеологізму, не можна зрозуміти про що мовиться. І тут є кілька складових. По-перше, треба з’ясувати, хто така *Káča* і чому вона балакуча. Пояснення можна знайти у фразеологічних словниках. Саме там є пояснення, що *Káča* це скорочений варіант жіночого ім’я *Kateřina* та вважається “символом дурної, незграбної та балакучої людини”.

Отже, дослідження доводить, що у цій категорії фразеологічних одиниць є такі фразеологізми, де міститься однаковий для обох мов компонент і у більшості прикладів є повними еквівалентами. Інша група – чеські фраземи,

до яких існує український еквівалент, але в цьому еквіваленті міститься інший компонент, ці фразеологізми вважаються частково або відносно еквівалентними. Третя група це фраземи специфічні лише для чеської культури. Такі називають аналогами або безеквівалентними фразеологізмами.

## **МІФОЛОГІЧНА ОБРАЗНІСТЬ У РОМАНІ ІЛЛАРІОНА ПАВЛЮКА “Я БАЧУ, ВАС ЦІКАВИТЬ ПІТЬМА”**

**Маслак Д. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Мейзерська Т. С.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Сучасна масова література підштовхує письменників до пошуку все нових і нових шляхів зацікавлення читачів, утримання їх уваги протягом усього твору. Серед продуктивних засобів інтригування помітно виділяються звертання до міфологічного інтертексту, використання багаточисленних алюзій, міфообразів, міфоакцентів, які в свою чергу нерідко відсилають до конкретних витворів літератури чи мистецтва. Завдяки таким прийомам художні тексти набувають об'ємності, багатогранності, що потребує глибшого проникнення у лабіринти авторських художніх задумів.

На основі міфологічної образності цікаву художню інтригу вибудовує молодий український прозаїк Ілларіон Павлюк у своєму романі “Я бачу, вас цікавить пільма”. Так чи так герої його твору, історії їх життя і становлення, система колізій, характерів і переживань виявляють тісну пов'язаність із текстами давньогрецької та фіно-угорської міфології. Водночас, міфоакценти автор використовує і як рушійну силу сюжетного розвитку роману. Такий підхід забезпечує енігматичну структуру твору, безпосередньо впливаючи на зацікавленість читача, щільно тримаючи його увагу та залишаючи для роздумів все більше і більше питань.

Роман “Я бачу, вас цікавить пільма” побудований на зіткненні двох світів – реального та нереального, потойбічного. Уособлення міфологічної образності переважним чином притаманне останньому.

Загалом, романний сюжет твору демонструє цілу низку подібностей між типовими міфами про порятунок душі людини під час подорожі у потойбічний світ та історією пошуків головного героя роману.

Серед яскравих наскрізних образів роману виділяється, насамперед, Чоловік у червоному, або, як його ще називають у творі, – Харитон Еребович. Попри деяку цілком реальну конкретизацію цього образу, неможливо не помітити авторського натяку на зв'язок персонажа з героєм давньогрецької міфології, сином Ереба й Ночі (варіант: німфи Стікс), перевізником померлих у царство Аїда. Його ім'я, одяг, звичка до колекціонування монет,

функція переправлення головного героя у селище “Буськів сад” (що в романі уособлює потойбічний світ, точніше, – Пекло) – в сумі своїй відверто відсилають до конкретної міфологічної алузії.

Не випадковою є і назва ріки, якою Харитон Еребович перевозив людей до Буськового саду, – це ріка Туонь (Манала (фін. Manala, також Туонела фін. Tuonela), що у фіно-угорській міфології асоціюється з потойбічним світом.

На увагу заслуговує і жіночий персонаж роману на ім'я Емпуса. Як відомо з давньогрецької міфології, ця жінка постає нічною демонічною істотою, однією зі страховиськ підземного світу, здатною змінювати свою подобу, аби лякати людей і висмоктувати з них кров. У комедії Аристофана “Жаби”, скажімо, Емпуса постає в подібні жінки, що перетворюється в собаку. Одна нога в неї мідна, інша – з гною. Усі ці характеристики міфологічного образу простежуються й у описі героїні письменником.

Прикметною рисою роману постає й та, що прозаїк широко звертається не лише до міфологічних образів, але й до деяких конкретних деталей та подробиць, що відсилають нашу увагу до конкретної міфаакцентації, а саме: “мідної жаби” як символу потойбіччя; чарівної “теки” як своєрідного смислового акумулятора тексту тощо.

Деталізація контексту потойбічності простежується і в назві єдиного в селищі Буськів сад кафе “Мінотавр”, що прямо натякає на контекст “Божественної комедії” Данте Аліґ'єрі, де у частині “Пекло” саме Мінотавр постає стражем сьомого кола. Важливими у символічному контексті твору постають алузії до відомих живописних полотен Ієроніма Босха “Сім смертних гріхів” та “Сад земних насолод” (рука, прикріплена до дверей номеру Андрія; браслет, одягнутий на кисть, тощо). Харитон Еребович постійно цитує “Божественну комедію”, Книгу Буття, Євангеліє, казку Антуана де Сент-Екзюпері “Маленький принц”, проте ці цитати ніхто з його оточення не розуміє, і тому він радить співбесідникам більше цікавитися мистецтвом, адже тоді світ стає пізнаваним.

Отже, у своєму творі “Я бачу, вас цікавить п'ятьма” Ілларіон Павлюк вибудовує образність, сюжетні лінії за допомогою міфологічних алузій. Міфологічний інтертекст твору постає прихованим, він ніде не декларується і не знаходить прямого авторського пояснення, проте постає могутнім чинником інтриги, значно поглиблює авторську ідею, створює елемент таємничості та загадковості, що безпосередньо впливає на утримання уваги читачів.

## ЛІТЕРАТУРА

Павлюк Ілларіон. (2020). Я бачу, Вас цікавить п'ятьма. Видавництво Старого Лева.

[https://chtyvo.org.ua/authors/Pavliuk\\_Illarion/Ya\\_bachu\\_Vas\\_tsikavyt\\_pitma/](https://chtyvo.org.ua/authors/Pavliuk_Illarion/Ya_bachu_Vas_tsikavyt_pitma/)

Учасники проєктів Вікімедіа. (2004b, 28 липня). Емпуса – Вікіпедія.

<https://uk.wikipedia.org/wiki/Емпуса>

Учасники проєктів Вікімедіа. (2016, 20 вересня). Манала – Вікіпедія.

<https://ru.wikipedia.org/wiki/Манала>

Учасники проектів Вікімедіа. (2019, 31 січня). Пекло (Божественна комедія) – Вікіпедія. Вікіпедія. [https://uk.wikipedia.org/wiki/Пекло\\_\(Божественна\\_комедія\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Пекло_(Божественна_комедія))

Учасники проектів Вікімедіа. (2004с, 29 липня). Харон (міфологія) – Вікіпедія. Вікіпедія. [https://uk.wikipedia.org/wiki/Харон\\_\(міфологія\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Харон_(міфологія))

## **ОСОБЛИВОСТІ МОВНОГО ОФОРМЛЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ**

**Маслак Д. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Мунтян О. О.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Мова реклами є переконливою і показує, як відбувається спілкування між рекламодавцем та аудиторією, головною метою якого – є захоплення уваги споживача та спрямування їх на пропонований продукт чи послугу.

Дослідження реклами є частиною більш загального дослідження мови, точніше способу, яким мова звикла переконувати та маніпулювати іншими. Рекламодавці маніфестують мову як твір мистецтва і перетворюють чорне в біле, з метою переконання та враження споживачів.

Можна виокремити такі основні цілі рекламного повідомлення: атракція, пробудження цікавості, емоційний вплив, запам'ятовування.

Рекламний текст обов'язково звернений до якого-небудь адресата; він апелює до його інтересів та покликаний сприяти поширенню інформації про товари чи послуги, їх реалізацію. Рекламний текст – особливий текст і, відповідно, він читається також по-особливому, тому при його складанні важливо враховувати мовні та мовленнєві можливості, оптимальну композиційну структуру, психологічний вплив на одержувача і психологію сприйняття рекламного тексту.

Серед основних специфічних рис рекламного тексту виділяються:

1. “згорнутість”; 2. доповнення; 3. “сигнальність”; 4. ієрархічність; 5. оцінність; 6. інструктивність.

В структурі рекламного тексту наявні два головних компоненти, зорієнтовані спеціально на чітке вираження його прагматичної спрямованості: кода – заклик спожити послугу або товар та слоган – короткий припис, що виражає рекламну ідею у такій формі, яка найлегше запам'ятовується. Вплив реклами передбачає безпосереднє проникнення у свідомість отримувача рекламної інформації в загальній системі діяльності комунікатора, формування у нього конкретних бажань, пересвідчень, установок на цілеспрямовану дію. Це можливо лише за умов успішного проходження рекламної інформації через психологічні бар'єри реципієнта. В результаті цього може виникнути достатньо сильний мотив, здатний спонукати реципієнта до фактичної дії.

Слоган виступає як своєрідне, прагматично-спрямоване рекламне резюме. Рідше слоган може відігравати роль самостійного рекламного повідомлення, підкріплюючи позитивний образ чи асоціацію.

Інформація організовується авторами рекламних текстів відповідно до обраного підходу рекламування та різноманітних логіко-композиційних схем, утворюючи певну модель рекламного тексту. У ході дослідження нами були виявлені такі рекламні моделі, як перелік-констатація, опис-перелік, перелік дій, запитання-відповідь, проблема-вирішення, остання з яких є найпоширенішою.

Таким чином, рекламні тексти мають складну структуру, яка передбачає взаємозамінність елементів. Однак композиційна будова рекламних текстів дуже схожа, оскільки всі вони містять слоган, заголовок, основний рекламний текст і кінцівку. Саме завдяки цим складовим вдається створити влучний рекламний текст, який здатен підтримувати обізнаність та утримання у свідомості покупців наявність рекламованого товару; позиціонування товару чи фірми; утримання покупців, а також створення образу відмінного від конкурентів.

## ЛІТЕРАТУРА

- Абрамова, Г. О. (1981). Про лінгвістичний аналіз рекламного тексту. *Культура слова*, 21, 76–78.
- Гузенко, С. (2004). Типи комунікативних реєстрів рекламного дискурсу. *Вісник Львівського університету: Серія: Філологія*, 34, 385–391.
- Кравець, Т. В. (2012). Український рекламний текст в прагмалінгвістичному аспекті. Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка.
- Колісниченко, Т. В. (2020). Рекламний дискурс: поняття, ознаки та функції. *Закарпатські філологічні студії*, 13, с. 93–97.

## МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛОКАЛІЗАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ГРИ GENSHIN IMPACT)

**Мельничук В. Ю.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Хамрай О. О.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Локалізація – це процес створення продукту, який відповідає певній мові. Цей процес включає створення локалізованих ресурсів або активів, впровадження наявних активів у інтернаціоналізовану збірку, тестування, редагування та виправлення помилок. Активи локалізації можуть включати перекладені файли ресурсів, локалізовані файли голосового зв'язку, перекладений пакувальний матеріал та перекладені метадані, інше (Jon, 2012).

Говорячи про локалізацію, переклад комп'ютерних ігор представляє собою специфічний напрям лінгвістичних та перекладацьких досліджень, який потребує міждисциплінарного комплексного підходу, який обов'язково

повинен враховувати семіотичну багатокомпонентність об'єкту. На даний момент важко говорити про обшир досліджень в цій галузі, термінологічний апарат якої тільки-но формується на перетині перекладознавства, лінгвістики та інформатики. За кордоном дослідження локалізації беруть свій початок у другій половині XX ст., започатковані такими дослідниками як К. Рейсс, А. Честерман, І. Фодор, Ф. Шауме, Ч. Тітфорд, Д. Цінгас та іншими. Праці дослідників були присвячені феномену локалізації, як перекладу текстових і аудіовізуальних матеріалів одночасно, основною проблемою якого було поєднання художнього та інформативного видів перекладу в умовах міжкультурної адаптації.

Переклад іноді може собі дозволити дослівну інтерпретацію, а локалізація завжди повинна замінити ідіому на аналогічну, яка буде зрозуміла людям. Іншими словами, у перекладу та локалізації все ж таки різні цілі. У першого – перекласти суть і зміст повідомлення, у другого – донести вихідний сенс з урахуванням багатьох чинників, які можуть вплинути на отримання досвіду від продукту (Sandrini, 2008).

Наприклад: в перекладі власної назви 匣里灭辰 (Спис: Драконяча погибель) назва переосмислюється і спрощується, застосовується прийом ущільнення (опускаються одразу дві морфеми: 匣 та 里) але додається назва виду зброї – “спис” для кращої візуалізації наві за відсутності графічного зображення ігрового предмету на екрані. Таким чином, з вихідних чотирьох лексем в перекладі зберігаються дві, і додається слово-класифікатор. Оскільки локалізація передбачає збереження у перекладі мінімальної кількості знаків для зручності вписування тексту в код, використовується прийом ущільнення. Однак для гравця (реципієнта) ущільнення в перекладі не впливає на сприйняття фінального продукту.

Таким чином, перекладач-локалізатор має враховувати ряд особливостей для досягнення високого рівня адекватності перекладу як кінцевого продукту:

Графічна локалізація – всі наявні у грі написи, розміщені на графічних об'єктах: газети, вивіски магазинів, постери тощо;

Локалізація тексту – переклад інтерфейсу та текстів гри різних стилів та жанрів, переклад власних назв, адаптація жартів;

Локалізація озвучки – переклад аудіо-текстової складової (Fry, 2003).

В даній роботі ми предметно розглянемо особливості перекладу текстової та графічної складових гри, їх взаємозалежність та методи перекладу, актуальні для локалізації як окремого виду перекладу.

## ЛІТЕРАТУРА

- Jon, F. (2012). *Game Localization Best Practices*. IGDA Localization SIG. Second Draft.
- Sandrini, P. (2008). *Localization and Translation*. LSP Translation Scenarios. MuTra Journal, 2, с. 167–191.
- Fry, D. (2003). *The Localization Primer*. The Localization Industry Standards Association.  
<https://www.immagic.com/eLibrary/ARCHIVES/GENERAL/LISA/L030625P.pdf>

## СЛОВОТВОРЕННЯ У ВОЄННИЙ ЧАС: НЕОЛОГІЗМИ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Михалик І. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Гмиря Л. В.

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Українська мова як інструмент комунікації постійно змінюється та розвивається. В останні роки в Україні відбуваються активні воєнні дії, що відображається не лише на безпеці країни, але й на мовному аспекті. У воєнний час відбувається інтенсивне вживання неологізмів, що виникають як унаслідок ситуації на полі бою, так і через потребу у створенні спеціальних термінів для позначення нових понять та процесів. Це стосується не лише військової та воєнної, але й загальної лексики, яка вживається у повсякденному мовленні. Саме тому важливим аспектом мовленнєвої діяльності в умовах війни є словотворення.

Словотворення означає створення нових слів шляхом поєднання вже існуючих лексичних одиниць або за допомогою різних афіксів та інших морфемних засобів. Неологізми, які виникають у воєнний час, є важливим засобом забезпечення точного та швидкого вираження концептуальних ідей та понять. О. І. Дзюбіна (2018) виокремлює чотири типи класифікації неологізмів у сучасній українській мові: за видом мовної одиниці, за ступенем новизни мовної одиниці, за видом зазначуваної реалії та за способом утворення (с. 38).

Проаналізуймо детальніше неологізми воєнного часу згідно з розподілом їх за видом мовної одиниці.

I. Неолексеми – це нові слова, які є результатом запозичення.

Приклади: *байрактарити*, *енлоїти*, *джавелінити*, *стінгерити*, *хаймарсити*, *кобзонити* – нищити ворога; *зетів* – ворожий; *бандеромобіль* – бойовий автомобіль ЗСУ; *ухілянт* – той, хто ухиляється від мобілізації; *притуліти* – жертвувати гроші на армію; *донатити* – жертвувати кошти; *могілізація* – мобілізація у росії; *рашист* – російський військовий; *рашизм* – російський варіант нацизму; *задвохсотити* – знищити ворога; *шойгувати* – робити вигляд, що все йде за планом; *макронити* – робити стурбований вигляд; *наволонтерити* – знайти щось потрібне, навіть з-під землі; *натівець* – людина яка не дотримується своїх обіцянок; *арестовлення* – заспокійливе повідомлення; *Бандера-смуги* – Коктейль Молотова; *кімити* – зберігати оптимізм навіть у найскрутніші та найважчі часи.

II. Неофраземи – це нові, стійкі сполучення слів із ідіоматичною семантикою.

Приклади: *іти за російським кораблем* – зазнати поразки; *завести трактор* – застосувати найбільш неочікуваний аргумент, найнесподіваніший засіб для боротьби; *два-три тижні* – дуже довго, нескоро; *жест доброї*



*волі* – відступ росіян з окупованих територій; *Концерт Кобзона* – потойбіччя для росіянина (*відправити на концерт Кобзона* – убити росіянина); *хороші рускі* – мертві окупанти; *шукати хороших рускіх, шукати Бандеру* – робити щось безглузде; *зловити покемона* – взяти в полон російського військового; *валяти Шольца* – обіцяти щось зробити і не виконувати; *пригостити помідорами* – захищати; *Леся Українка на танку їде* – щось нереальне, фантастичне, брехня.

III. Неосемеми – це нові значення старих слів.

Приклади: *бавовна* – вибух на території росії (раніше – атмосферні опади у вигляді частинок льоду різного розміру); *дискотека* – бойові дії (раніше – розважальний захід, який проводиться в спеціальному клубі або на відкритому повітрі); *Мордор* – росія (раніше – країна, яка існувала у вигаданому світі Середзем'я Дж. Р. Р. Толкіна і була осередком сили Чорного Володаря Саурана); *орк* – російський військовий (раніше – вигаданий вид або раса істот з фантастичних, переважно фентезійних творів); *тривога* – сигнал про необхідність прямувати до укриття (раніше – неспокій); *чисте небо* – відбій повітряної тривоги (раніше – сонячна погода); *приліт* – влучання ворожої ракети чи снаряда у що-небудь (раніше – дія за значенням прилетіти); *пиксель* – українська військова форма (раніше – найдрібніша одиниця цифрового зображення в растровій графіці); *мрія* – літак Ан-225 “Мрія” (раніше – думка про щось бажане, приємне); *Пташка* – позивний української військової Поліщук К. О. або літальний апарат ЗСУ (раніше – зменш.-пестл. до птах); *аватар* – військовий, що любить випити алкоголь (зображення користувача Інтернету; американський науково-фантастичний фільм); *moped* – баражуючий боєприпас “Shahed-136” (раніше – легкий малопотужний мотоцикл).

Отже, словотворення у воєнний час є важливим аспектом мовленнєвої діяльності, який відображає специфіку воєнних дій та забезпечує ефективну комунікацію між військовими та цивільними особами. Для науковців, які займаються вивченням словотворення у воєнний час, важливо не тільки відстежувати зміни у лексичному складі мови, але й встановлювати зв'язок між новими словами та конкретними ситуаціями, що виникають у ході повномасштабної російсько-української війни. Важливо вивчати не тільки механізми створення нових слів, а також суворий семантичний відтінок, який вони несуть. Також варто враховувати, що не всі неологізми, які виникають у воєнний час, мають довготривалу дію та стають популярними у загальному вжитку мови. Багато з них є тимчасовими термінами, які втрачуть свою актуальність після закінчення війни.

## ЛІТЕРАТУРА

Дзюбіна, О. І. (2018). Типологічні принципи класифікації неологізмів у сучасній англійській мові. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 33 (2), 38–40.

## СТРУКТУРНІ ТА СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СЛЕНГУ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ В ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ

**Мільченко Л. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Шутова М. О.**

*Доктор філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Україна стала жертвою агресії Російської Федерації ще у 2014 році, але повномасштабний наступ у 2022 році став каталізатором змін не тільки в політичному, але й у мовному просторі. Завдяки соціальному аспекту лінгвістики та сучасним технологіям, люди з усього світу дізналися про реалії війни тоталітаризму проти демократії на території України. Інтернет став майданчиком для створення та поширення нових слів, які відображали сучасну реальність.

І. І. Ковалик (1979) стверджує, що способи словотворення – це комплексна система використання різних структурних словотворчих засобів і способів утворення дериватем з їхніми словотвірними структурами, формами і значеннями на всіх етапах розвитку мови. Не є секретом, що існують структурно різні шляхи й прийоми творення нових слів у результаті використання всіх наявних у даній мові словотворчих ресурсів. Носії української та англійської мов використовували різні способи словотворення, включаючи змішування, афіксацію, конверсію, основоскладання та скорочення. Наприклад, слова “рашисти (ruscists)” та “рашизм (ruscism)” є прикладами змішування слова “Росія” з ідеологією фашизму. Саме після деокупації частини української території, західні та локальні ЗМІ почали активно розповсюджувати вищезгадану термінологію, адже не існує інших слів та понять, аби описати скоєні звірства та масові вбивства цивільного населення.

Спосіб конвертування (convertation) також було застосовано щодо імен деяких відомих політиків. Наприклад, “макронити або замакронити (to macronize)” використовується користувачами всесвітньої мережі, коли людина показує хибне занепокоєння та висловлює словесні співчуття без активної допомоги насправді. Саме так охарактеризували поведінку президента Франції Емануеля Макрона, який, навідміну від своїх європейських колег, довго вагався щодо висловлювань про війну в Україні, та навіть закликав уряд України до перемовин з терористичним режимом РФ.

Ще у 2014 році у ЗМІ та соціальних мережах можна було помітити новий термін, що утворився за допомогою способу скорочення (blending) зі слова “сепаратисти” (прихильники відокремлення та відособлення) на зневажливе “сепари”. Такий термін користувачі застосовували як до російських військ,

так і до завербованих солдатів, які воювали за анексію Донецької та Луганської областей.

Деякі мовні одиниці увійшли до розмовної лексики українців шляхом запозичення. Прикладом цього твердження може слугувати книга Дж. Р. Р. Толкіна “Володар пернів” та її персонажі “орки”, які зараз використовуються в для позначення російських військ, їхньої численності, а також відсутності індивідуальності. За допомогою суфіксального способу словотвору та додавання суфікса “-стан” утворилася назва сусідньої країни – “Оркостан”, аби позначити місце проживання “орків”. Під процес запозичення також потрапила одна із земель “Володаря пернів”. Наразі “Мордор” з його жадливим образом у книзі та фільмах використовують як синонім вищезгаданого “Оркостану”.

Не менший за своєю важливістю приклад є “російський військовий корабель”, він же крейсер Москва. Ще декілька років тому у свідомості не тільки звичайного українця, та і всього світу не виникало яскравих когнітивних образів щодо російської військової техніки такого типу. Після героїчного вчинку прикордонників з острова Зміїний, фраза одного із військовослужбовців стала символом незламності та міцності українського народу. Багато європейських політиків завершували свої промови реченням про корабель, а західне видання CNN популяризувало уже на той момент крилату фразу військового. Саме так колишній символ міці російської армії став частиною жартівливих або образливих висловлювань: “Іди за російським військовим кораблем!”.

Ці нові слова та вирази наразі не включені до сучасних словників англійської та української мов, але вони отримали широке визнання в ЗМІ по всьому світу. Це вказує на те, що мова може відображати не тільки культурні та історичні події, але й політичні реалії, які перевернули весь світ на 180 градусів.

## ЛІТЕРАТУРА

Ковалик, І. І. (1979). *Дериватологія (словотвір) як самостійна лінгвістична дисципліна та її місце у системі науки про мову*. Словотвір сучасної української мови, 5–56.

Учасники проєктів Вікімедіа. Рашизм – Вікіпедія. Вікіпедія.

<https://uk.wikipedia.org/wiki/Рашизм> (дата звернення: 25.02.2023).

СЕПАРАТИЗМ – *Академічний тлумачний словник української мови*.

<http://sum.in.ua/s/separatyzm> (дата звернення: 23.02.2023).

Soldiers on Snake Island reacted with defiant words to threats from Russian warship. CNN.

<https://edition.cnn.com/2022/02/25/europe/ukraine-russia-snake-island-attack-intl-hnk-ml/index.html> (date of access: 23.02.2023).

## СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ СУЧАСНИХ ФРАНЦУЗЬКИХ ЗМІ

Мірохіна Д. Г.

Київський національний лінгвістичний університет

Філоненко Н. Г.

Доктор філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному світі реклама займає особливе місце в інформаційному просторі. Зростає вплив реклами на соціальну поведінку людини, адже реклама у суспільстві виконує широкий спектр функцій. Насамперед, вона виконує економічну функцію, оскільки є економічним засобом залучення уваги потенційних споживачів до продукту. Вона виконує функцію маркування соціокультурного простору. Однією з головних функцій є ідеологічна функція – тому що реклама впроваджує у суспільство певні стереотипи та стандарти поведінки. У французькій мові існують такі терміни як *réclame* і *publicité*, що відображає ідею масовості адресата рекламного повідомлення.

Прагматична складова є основою будь-якого тексту. Для виконання свого прагматичного завдання реклама використовує мовні та позамовні механізми, що дозволяють маніпулювати свідомістю людини.

При перекладі рекламних текстів слід враховувати прагматичний компонент, який відображає відношенням між відправником та одержувачем інформації. У процесі перекладу здійснюється прагматична адаптація вихідного тексту, тобто внесення певних поправок на соціально-культурні, психологічні та інші відмінності між одержувачами оригінального і перекладного текстів. Поряд із зіставленням різних мовних систем, у процесі перекладу відбувається зіставлення різних культур. Прагматичний чинник один із найважливіших чинників, визначених як спосіб реалізації процесу перекладу, а й сам обсяг переданої у перекладі інформації.

Будуючи повідомлення, відправник завжди стоїть перед вибором, яка інформація має бути словесно виражена у тексті, а яка може лише матися на увазі. Цей вибір реалізується по-різному залежно від того, чи є одержувач носієм вихідної мови або мови перекладу. Те, що є само собою зрозумілим і не потребує словесного вираження для носія вихідної мови, нерідко вимагає згадки при переадресуванні повідомлення носієві мови перекладу і навпаки. Важливо враховувати цей фактор при перекладі текстів рекламних повідомлень соціальної спрямованості, тому що лексиці рекламного тексту притаманна виразність, експресивність, емоційна забарвленість, оцінність.

При перекладі рекламних текстів важливо враховувати передачу безеквівалентної лексики, а саме: власних назв, географічних найменувань і назв різного роду культурно-побутових реалій у прагматичному аспекті.

Сучасний текст соціальної реклами використовує ресурси художньої літератури, у ньому використовуються літературні алюзії, фразеологізми та інші прийоми, які роблять рекламу яскравою, що доставляє одержувачу естетичну інформацію, але ускладнює переклад.

Об'єм когнітивної інформації, яку несе реклама, невеликий. Це назва фірми, точне найменування товару, його технічні характеристики, ціна, контактні відомості: телефони, адреси. Все це не є складними даними для перекладу. Складнощі починаються тоді, коли назва фірми є складником фігури стилю. Рідко виходить так, що можна зберегти і форму та зміст у перекладі, тому виникають неминучі втрати.

Відповідно до класифікації і визначень Ж. Моліньє (Molinié, 2011), найпоширенішими стилістичними фігурами французького рекламного тексту є:

1. Метафора, яка є перенесенням властивостей одного предмета на інший предмет за принципом їхньої певної подібності, наприклад: *Le grand allié de notre immunité, c'est le vitamine C* (Le Parisien Magazine octobre 2020);

2. Порівняння – це словесний вираз зіставлення двох схожих у якійсь характеристиці предметів або явищ із метою визначення певних рис одного з них через порівняння з іншим, наприклад: *La critique littéraire est comme la pêche au saumon : dans les deux cas, il s'agit de se placer au milieu du flot et d'attraper les plus beaux spécimens* (Le Nouveau Magazine littéraire);

3. Алюзія – натяк, відсилання до певного літературного твору або історичної події, має витлумачити обізнаний і кмітливий читач, наприклад: *Alors qu'il avait toujours une épée de Damoclès sur la tête, avec la réouverture de l'enquête de l'UEFA...* (France Football No 75);

4. Персоніфікація – надання неживим предметам чи явищам природи людських якостей, що сприяє поетичному олюдненню довколишнього світу, наприклад: *À 12 000 kilomètres de la France, le raisin parle souvent français* (L'Obs No 2909);

5. Евфемізм – заміна слів з грубим або непристойним змістом чи забарвленням на слова й вирази, які виражають цей зміст у пом'якшеній формі або завуальовано, наприклад: *LAGERFELD SE DÉFILE. Le couturier star, directeur artistique de la maison Chanel, est mort mardi* (Elle No 3889);

6. Каламбур – використання омонімії або паронімії, будь-які форми полісемії, часто вживається в комічному та сатиричному контекстах, наприклад: *La guerre d'irréligion* (Le nouveau magazine littéraire No 25);

7. Риторичне питання – запитання, що містить у собі ствердну відповідь, воно ставиться не з метою отримання відповіді, а з метою афористичного узагальнення загальновідомої або очевидної думки, наприклад: *Quand est née la lumière ? Ou plutôt quand sont apparus les photons, les particules de lumière* (Sciences et avenir No 875);

8. Сатира – гостра критика з висміюванням, засудженням вад і негативних явищ у різних сферах індивідуального, суспільного й політичного життя, суперечних із загальнообов'язковими принципами чи цінностями, наприклад: *Ukraine. Le clown ne fait plus rire. Un humoriste devenu chef d'État*

: *l'élection de Volodymyr Zelensky en 2019 a marqué un tournant pour l'Ukraine. Mais la lune de miel aura été de courte durée* (Valeurs actuelles No 4338).

Розуміння культурного контексту є важливим для сприйняття ідей і знання того, як інтерпретувати заклик, закодований у рекламі. Мовні та культурні особливості використання стилістичних засобів у французькому медійному дискурсі зумовлені сучасним станом суспільства.

Вивчення культурних особливостей має важливе значення у прагматичному аспекті, адже це сприяє та забезпечує гарне розуміння між мовцями і є перспективним з огляду на прагматичні дослідження рекламного дискурсу.

## ЛІТЕРАТУРА

Molinié, G. (2011). *Éléments de stylistique française*. Presses Universitaires de France.

## СУНІТИ ТА ШИЇТИ: ЗАГАЛЬНІ ВІДМІННОСТІ ДВОХ ТЕЧІЙ ІСЛАМУ

**Мовлаєва А. З.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Голець О. Я.**

*Кандидат філософських наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Поділ мусульман на шіїтів і сунітів сходиться до ранньої історії ісламу. Враховуючи те, що синів у пророка Мухаммеда не було, відразу після його смерті в VII столітті виникла суперечка про те, хто саме повинен очолити мусульманську громаду Арабського Халіфату. Частина віруючих, які пізніше прозвали себе сунітами, притримувалася думки, що наступник Пророка має бути обраний демократичним шляхом, а інші ж, шіїти, виступили за права двоюрідного брата, а пізніше улюбленого зятя Мухаммеда – Алі ібн Абу Таліба, стверджуючи, що очолити мусульманську громаду має право лише кровний родич Мухаммеда. Саме так вперше розділився іслам (Аль-Мустафаві, 2009).

Фундаментальні принципи ісламу поділяють як суніти, так і шіїти. Прихильники обох течій дотримуються п'яти стовпів ісламу, п'яти ключових принципів, необхідних людині, щоб бути праведною. Серед них – підтвердження віри в Аллаха як єдиного істинного Бога і в Мухаммеда як його єдиного пророка, щоденна молитва, благодійна діяльність або милостиня, дотримання посту в Рамадан і паломництво до Мекки, але, на відміну від сунітів, шіїти здійснюють паломництва також і у Кербелі, Неджефі, Казімейні, Мешхеді і Кумі, тобто у місцях поховання імамів і їх родичів (Syed Hasan, 2022).

Варто зазначити, що суніти складають близько 85% мусульманської громади, тоді як мусульмани-шіїти складають лише близько 15%. Однак, не зважаючи на свою меншість, прихильники шіїтської течії пояснюють таку

різницю у відсотках порівнянням на кшталт: “золота у світі менше ніж піску, проте золото цінніше” (Syed Hasan, 2022).

Як ми вже зазначали раніше, першою відмінністю сунітів від шіїтів є різні погляди на те, хто мав стати наступником Мухаммада, що, власне, і послугувало першочерговою причиною їхнього розколу. Суніти вважають, що саме перші чотири халіфи, яких обрав народ, повинні були стати наступниками Мухаммеда, проте на думку шіїтів – це все ж мав бути хтось із роду Пророка.

Другою відмінністю є те, що суніти мають простішу релігійну ієрархію, адже дозволяють уряду мати право на голос для призначення лідера. Шіїти ж мають повний контроль над своєю ієрархією, а духовенством завжди є хтось з прямих нащадків Алі ібн Абу Таліба.

Третьою відмінністю є різні погляди на потойбічне життя. І сунітський, і шіїтський іслам поділяють віру в існування загробного життя, раю і пекла. Різниця між сунітами та шіїтами, власне, полягає в уявленнях, яким чином можна потрапити в рай чи в пекло. Суніти вірять, що вони повинні вірити в Аллаха та його пророків, у праведні вчинки, які зазначені в Корані, і визнавати Мухаммеда як останнього пророка, аби хоча б отримати шанс увійти в рай. Шіїти ж вірять, що якщо вони будуть слідувати Мухаммеду і дванадцяти імамам, вони гарантовано потраплять у рай.

Четвертою відмінністю є процес молитви. Суніти та шіїти визнають обов'язковість п'яти молитов на день, але, те, як конкретно вони моляться – дуже відрізняється. Суніти, наприклад, моляться п'ять разів на день окремо. Однак мусульмани-шіїти “читають” усі п'ять молитов протягом трьох разів (одна молитва зранку, дві вдень та дві ввечері). Крім того, суніти моляться зі схрещеними на грудях руками, тоді як шіїти моляться, тримаючи руки опущеними по боках.

П'ятою відмінністю є різні переконання щодо імамів. У сунітському ісламі для того, щоб бути призначеним імамом, потрібна сильна віра в Коран і Сунну. Імам, з їх точки зору, звичайний релігійний діяч, богослов, керівник мечеті, а інститут духовенства у них позбавлений містичного ореолу. У шіїтському ісламі ж імами призначаються лише Богом і є єдиними законними тлумачами Корану. Для сунітів шіїтське розуміння функції імама як посередника між Богом і людиною – безглузда і прояв багатобожжя.

Шостою відмінною рисою є різні переконання щодо самобичування. Певна частина шіїтів активно практикують самобичування як спосіб щорічного вшанування мученицької смерті онука Мухаммеда Хусейна, хоча й не всі шіїтські богослови визнають таку практику. Суніти ж зовсім не згодні з самобичуванням, як формою релігійної дисципліни, адже в ісламі шкодити собі вважається гріхом.

Сьомою відмінністю є відношення обох течій до так званих “тимчасових шлюбів”. Тимчасовий шлюб – це давня практика в ісламі, яка об'єднує чоловіка і жінку як офіційне подружжя, але лише на визначений, тимчасовий проміжок часу. У шіїтському ісламі ця практика все ще поважається, тоді як у сунітській течії вона вважається перелюбом.



Восьмою відмінністю є погляди сунітів та шиїтів на дванадцятого імама Мухаммеда Аль-Махді (за переказами, він ще дитиною зник безвісти, мусульмани вважають його месією). Шиїти вірять, що імам Махді повинен повернутися на землю і встановити справедливість, перемігши Даджалея (Антихриста). Суніти ж вважають, що Махді не зник, а ще досі не народився.

## ЛІТЕРАТУРА

Syed Hasan (2022). *Similarities Between Sunni and Shia*. Knowswhy.

<https://www.knowswhy.com/similarities-between-sunni-and-shia/>

Аль-Мустафаві, Саїд Джавад (2009) *المقالة: التفاهم بين الشيعة و اهل السنة* Horizons of Islamic Civilization Magazine, № 8

<https://hawzah.net/ar/Article/View/>

## ВИКОРИСТАННЯ МЕТАФОР У НОМІНАЦІЯХ ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ

**Молодоженя К. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Білоус О. М.**

*Кандидат філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Мова та комунікація є ключовими складовими суспільства. Метафори є одним з інструментів, які використовуються в мовленні та комунікації. Метафора – це спосіб вираження певної ідеї, який базується на перенесенні значення з одного об'єкта на інший. Використання метафор в номінаціях воєнних конфліктів є однією з найбільш ефективних стратегій політичної пропаганди. Нижче буде проаналізовано роль метафор у номінації воєнних конфліктів та їхній вплив на сприйняття конфлікту.

Метафора – це засіб вираження та передачі ідеї, який базується на перенесенні значення з одного об'єкта на інший. Метафори використовуються в мовленні та комунікації для вираження складних або абстрактних понять. Існує кілька типів метафор: позначення, порівняння, узагальнення, перенесення. Позначення метафори відбувається за допомогою прямого перенесення одного об'єкта на інший. Порівняння метафори базуються на використанні словосполучень “як” або “ніби”. Узагальнюючі метафори використовуються для вираження загальних понять, в той час як перенесення метафори передають значення одного об'єкта за допомогою іншого (Форсунка, 2015).

Використання метафор у політичному дискурсі є поширеним. Метафори використовуються для створення певного образу подій, явищ та людей, а також для передачі емоцій та моральних оцінок. Використання метафор у політичному дискурсі є особливо ефективним у номінаціях воєнних

конфліктів, оскільки вони дозволяють дати зрозуміти складні процеси та події широкій аудиторії.

Застосування метафор у політичному дискурсі може мати як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, метафори допомагають узагальнити складні поняття та зробити їх доступнішими для аудиторії. Вони також можуть надати певну емоційну забарвленість та створити певний настрій у людей. З іншого боку, використання метафор може призвести до зменшення точності та об'єктивності мовлення, а також до створення негативних стереотипів та стимулювання ворожості між сторонами конфлікту.

Використання метафор у номінаціях воєнних конфліктів дозволяє політичним лідерам впливати на сприйняття конфлікту громадськістю. Це може бути здійснено шляхом використання метафор, які надають воєнному конфлікту певних характеристик. Наприклад, конфлікт може бути описаний як “боротьба за свободу” або “боротьба проти тероризму”. Такі метафори звучать звабливо і надають конфлікту певної легітимності. Водночас, номінації можуть мати інший характер, що підсилює агресивний характер конфлікту, наприклад “війна проти нашого ворога”. Використання таких метафор допомагає мобілізувати громадськість та створити враження, що конфлікт є необхідним та справедливим (Ільїн, 2017).

Наприклад, метафора “війна за свободу” використовувалася в часи Другої світової війни для надання справедливого підрунтя війні проти фашизму.

З іншого боку, метафори можуть мати агресивний характер та призводити до непотрібної ескалації конфлікту. Наприклад, метафора “війна проти тероризму” може сприйматися як пропаганда агресії та створювати додаткові напруги між країнами та групами.

Також важливо зазначити, що метафори використовуються для впливу на громадську думку. Вони можуть бути ефективним засобом маніпулювання та впливу на сприйняття конфлікту.

Однак важливо бути критичним до використання метафор у політичному дискурсі. Розуміння справжнього значення та впливу метафор на сприйняття конфлікту допоможе уникнути неправильних рішень та надмірної ескалації конфлікту. Тому важливо аналізувати метафори в номінаціях воєнних конфліктів, щоб зрозуміти, як вони використовуються та як впливають на сприйняття конфлікту громадськістю. На думку деяких дослідників, метафори можуть мати великий вплив на наше мислення та поведінку. Використання метафор у номінаціях воєнних конфліктів може мати різні наслідки, залежно від того, яку метафору використовують та як вона сприймається громадськістю.

Наприклад, метафора “війна проти наркотиків” може мати позитивний вплив на сприйняття заходів, що спрямовані на боротьбу з наркотиками. Але в той же час, метафора “війна проти тероризму” може мати негативний вплив на сприйняття заходів, спрямованих на боротьбу з тероризмом. Ця метафора може стимулювати ескалацію конфлікту та відчуття ворожості між країнами або народами. Також, ця метафора може спричиняти дискримінацію та стереотипи щодо певних національностей чи релігій.

Дослідження показують, що метафори впливають на сприйняття не тільки самого конфлікту, але й на спосіб, яким ми сприймаємо себе та інших учасників конфлікту. Наприклад, метафора “миротворець” може надати позитивного образу особі, що займається миротворчою діяльністю, тоді як метафора “терорист” може негативно впливати на сприйняття особи, яка вважається терористом (Schmitz-Emans, 2015).

Нижче наводяться приклади використання метафор у номінаціях збройних конфліктів:

1. “Холодна війна” – метафора, яка описує геополітичний конфлікт між Заходом і Сходом, де застосовувалися економічні та політичні санкції, а також військові загрози.

2. “Вогняна хвиля” – метафора, яка описує наступ інтенсивних бойових дій, коли сили атакують противника без жодних зупинок.

3. “Буря в пустелі” – метафора, яка описує операцію зі звільнення заручників в іракському місті Багдаді під час війни в 1991 році.

4. “Вогненна куля” – метафора, яка описує міні-дрони, що використовуються в сучасних конфліктах для здійснення автономних атак.

Доречним також буде наведення метафор, що використовується у російсько-українській війні з 2014 року по наш час:

1. “АТО” (антитерористична операція) – це термін, який використовується урядом України для опису війни проти бойовиків на Донбасі. Ця метафора підкреслює те, що українські військові борються з терористами, які діють в Україні.

2. “Російська агресія” – це термін, який використовують українські та західні політики для опису війни на Донбасі та окупації Криму. Ця метафора підкреслює те, що Росія є агресором та порушником міжнародного права.

3. “Зелені чоловічки” – це термін, який використовують для опису військових сил Росії, які з’явилися в Криму без офіційного згоду України в 2014 році. Ця метафора підкреслює те, що війська Росії діють нелегально та без офіційної авторизації.

4. “Майдан” – це термін, який використовують для опису протестів в Україні, які призвели до повалення проросійського президента Віктора Януковича в 2014 році. Ця метафора підкреслює те, що протести були масштабними та міркувалися за зразком революції на площі Майдан у Києві.

5. “Донбас” – це термін, який використовують для опису регіону в Україні, де проходить війна між українськими військовими та проросійськими силами. Може використовуватись як метафора для опису глибокого розколу, який існує між різними групами та інтересами, які стоять за конфліктом в Україні.

6. “Новоросія” – це термін, який використовується проросійськими силами та російською пропагандою для опису територій в Україні, які прагнуть до самостійності та/або приєднання до Росії. Ця метафора підкреслює те, що території на сході України не повинні бути частинами України, але складати окрему державу.

7. “Гібридна війна” – це термін, який використовують українські та західні політики для опису війни, яка поєднує в собі військові та не-військові методи. Ця метафора підкреслює те, що Росія використовує не тільки військову силу, а й політичний, економічний та інформаційний тиск на Україну.

8. “Мінометний дощ” – це термін, який використовують українські військові для опису артилерійських обстрілів з мінометів, які нерідко випадають на певні території з певною регулярністю. Ця метафора підкреслює те, що обстріли є непередбачуваними та необхідно постійно бути насторожі.

9. “Штурмові війська” – належить до проросійської пропаганди, яка використовує цю метафору для опису сил, які вони називають “освітніми військами” та “добровольчими батальйонами”, що прийшли на схід України з метою встановити порядок і захистити російськомовне населення. Ця метафора підкреслює те, що проросійські сили стверджують свою легітимність у захисті “прав інтересів” та “прав національних меншин” в Україні. Однак, насправді, ці “штурмові війська” виступають як військові формування, які використовуються для здійснення агресії проти України.

#### **ЛІТЕРАТУРА**

- Форсунка, О. В. (2015). *Метафора війни в політичних дискурсах: проблеми репрезентації конфлікту. Актуальні проблеми політичної комунікації*.  
Льїн, І. Д. (2017). *Метафора в текстах про війну на Донбасі*. Мовознавство.  
Schmitz-Emans, M. (2015). *Metaphern in politischen Diskursen am Beispiel des Ukraine-Konflikts*.  
Бондаренко, О. В. (2015). *Метафора в англоязычных публицистических текстах о событиях на Украине*. Филологические науки. Вопросы теории и практики.

### **СЛУЖБОВІ СЛОВА, ЯК СПОСІБ ЗВ'ЯЗКУ СКЛАДНОГО РЕЧЕННЯ В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ**

**Момот Е. Ю.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Самаркіна А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Службові слова, як і сталий порядок слів, є важливим синтаксичним аспектом китайської мови через відсутність морфологічних змін. Питанням структури синтаксису дослідники ґрунтовно почали займатися після виходу першої граматики Ма Цзяньчжуна. Пізніше цим питанням займалися Ван Лі, Лі Цзіньсі, Люй Шусян та інші.

Службові слова – це повнозначні морфеми, які в рамках складного речення виконують роль службових слів, послаблюючи своє лексичне значення (Акбудақ, 2021). До складу службових слів відносять:

прийменники, сполучники, частки, за допомогою яких відбувається зв'язок у складних реченнях в китайській мові. Службові слова йдуть до нас ще з давньокитайської мови Веньянь (що була односкладовою), тому при перекладі інколи виникають питання, яку функцію може виконувати певна морфема у контексті. Є багато службових морфем, які мають давньокитайське походження, які функціонують у мові й досі. Наприклад: 而ér – сполучник, з'єднував як слова так і речення, виконував функції з різними значеннями: 和hé与yǔ 及jí – з; 就jiù – і; 并且bìngqiě – до того ж, і; 可是kěshì, 却是què shì – але, проте. Часто вони можуть бути використані у якості сталої конструкції, тому для правильного перекладу виникає потреба у розумінні та вмінні виокремлювати рамкові конструкції в межах речення. Акбудақ К. Г. (2021, с. 47) зазначає, що службові слова за часів давньокитайської мови взагалі не позначали самостійних предметів, дій, якостей, а служили лише для зв'язку слів у реченні або для вираження додаткових граматичних значень, які додавались до основного лексичного значення слова. Функцією службових слів, а саме сполучників та часток сполучникового типу, є поєднання частин складного речення, в залежності від характеру зв'язку між ними.

Складні речення характеризуються наявністю двох і більше суб'єктно-предикативних речень, підмет в яких може бути опущеним, у випадку якщо він є спільним для усіх предикативних частин. Складні речення зі сполучниковим типом зв'язку можна класифікувати на складносурядні (СС) та складнопідрядні (СП) (程, 2008). Деякі сполучники в реченнях можуть бути односкладові або двоскладові, в залежності від інтонаційного членування речення. СС речення складаються з двох самостійних частин. СП речення утворюються з частини головного та частини залежного від нього речення, підрядним реченням характерна наявність сполучників, Гобова Є. В. (2012, с. 10-11) у своїй праці зазначає, що з точки зору структури вони можуть бути одноморфемними, двоморфемними або у складі рамкової конструкції (інколи елементи рамкової конструкції можуть бути опущені, тому що мова тяжіє до спрощення).

За семантичним значенням сполучники поділяються за метою функціонування між частинами складного речення. Сполучники у СС реченнях: 1) єднальні: 和hé, 与yǔ, 并bìng – і; 并且bìngqiě, 而且érqiě – і, до того ж; 2) протиставні: 可是kěshì, 但dàn, 但是dànshì, 然而rán'er – але, однак, та(але); 不是...而是bùshì...èrshì – не...а; 3) розділові: 或huò, 或者huòzhě, 还是háishì – чи, або, то; 或...或huò...huò – чи то...чи то; 4) співставні: 如果...则rúguǒ...zé; 一方面...一方面yī fāngmiàn... yī fāngmiàn – якщо...то... (Jian, 2011).

Сполучники у СП реченнях за класифікацією Цзяна Лоара (2011, с. 213-221): 1) мети: 为wèi, 为了wèile, 以yǐ – щоб, для того щоб; 2) причини: 由于yóuyú, 为了wèile, 因yīn, 因为...所以yīnwèi... suǒyǐ – бо, тому що; 3) умови: 如果rúguǒ, 若是ruòshì, 假如jiǎrú – якщо; 如果...那么rúguǒ... nàme – якщо...то; 4) допустові: 虽然suīrán, 就算jiùsuàn, 即使jǐshǐ – хоча; 虽然...可是suīrán... kěshì – хоча...; 5) порівняння: 像xiàng, 好像...一样hǎoxiàng... yīyàng, 仿佛...是de fǎngfú...shì de – як, ніби як.

Деякі частки, які виступають у якості службового прислівника і стоять між частинами складного речення, що використовуються для зв'язку, також можуть виражати взаємовідношення між частинами складного речення. Наприклад: 就jiù – одразу ж; 也yě – теж, також, і; 才cái – тільки; 再zài – ще, знову; 还hái – ще, крім того; 只zhǐ – тільки, лише; 却què – проте, а(але), однак... Наприклад: 今天外面太阳很晴、气温却真低 Jīntiān wàimiàn tàiyáng hěn qíng, qìwēn què zhēn dī – Сьогодні на вулиці сонячно, проте температура дуже низька.

Отже, складні речення в сучасній китайській мові загалом поділяються на складні речення з сурядним та підрядним зв'язками. Ми можемо характеризувати тип речення за наявним у реченні службовим словом. Взаємовідношення між частинами головного і залежного речення зумовлюють використання певних службових слів, що є повнозначними морфемами, які у межах складного речення підсилюють своє граматичне значення, аніж лексичне. Визначення та класифікація службових слів, особливо у складі складнопідрядного речення, забезпечує розуміння смислової мети речення.

## ЛІТЕРАТУРА

Акбудақ, К. Г. (2021). *Історія китайської мови*. Гельветика.

Гобова, Є. В. (2012). *Визначення меж складних речень у сучасній китайській мові*. Сходознавство, 59, с. 7-15.

程, 美珍. (2008). *外国人实用汉语语法/李德津. 2版 (修订本)*. 北京语言大学出版社.

Jian, K. L. (2011). *Chinese Syntactic Grammar: Functional and Conceptual Principles*. Peter Lang Publishing.

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ "GÜL"

**Москаленко Н. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Сіленко Н. В.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Однією з найбільш актуальних мовознавчих проблем останніх десятиліть є зв'язок мови народу з його національною культурою. Вивчення фразеології є необхідною ланкою при засвоєнні мови, при підвищенні культури мовлення, так як у фразеології втілений багатий історичний досвід народу, в ній відображені уявлення, пов'язані з трудовою діяльністю, побутом, культурою та інтелектом людей. Одним із таких аспектів є фразеологія. Визначення семантичних особливостей фразеологізмів будь-якої мови дає підстави стверджувати, що компонентний склад фразеологізмів, навіть дуже близьких мов, має свої відмінності.

Метою нашого дослідження є ознайомитись із національно-культурною специфікою фразеології крізь призму лінгвокультурології.

Слово “фразеологія” буквально означає “вчення про звороти мови” (по-грецьки *phrases* – зворот, вислів, *logos* – поняття, вчення). Фразеологізм – семантично пов’язане сполучення слів, яке, на відміну від подібних до нього за формою синтаксичних структур (висловів або речень), не виникає в процесі мовлення відповідно до загальних граматичних і значенневих закономірностей поєднання лексем, а відтворюється у вигляді усталеної, неподільної, цілісної конструкції.

Ужченко В. Д. (2005) зазначає, що фразеологізми являють собою специфічні мовні формули, “картини світу” із закодованою інформацією про минуле, про наших предків, про їхній спосіб сприйняття світу і їх оцінку всього сутнього; вони акумулюють культурні потенції народу, тільки йому притаманним способом маніфестують дух і неповторність ментальності нації. Фразеологічні одиниці увібрали історичні події й соціальне життя, вирізняють найменші порухи нашого серця, розказують про неосяжний світ людських почувань, вражають точністю асоціацій між природою, звичністю життєвих фактів і людською поведінкою, нашими емоціями й учинками. Вони скарбниці поетичних уявлень народу (с. 6).

Коціпак М. М. (2010) зазначає, що вивчення особливостей формування, організації та функціонування фразеологічної семантики уможлиблює розуміння її природи та сутності, поглиблює осмислення закономірностей організації семантичної системи мови, її специфічних властивостей, що зумовлюють спроможність мови бути засобом пізнання та комунікації (с. 53).

З давніх давен люди любили троянду “gül” заможні люди купалися у ваннах із рожевою водою; з троянд робили вино, їх додавали до страв, у різні солодощі, які досі люблять на Сході. Турецькі письменники часто згадують троянду в своїх поетичних та прозових творах. Також є чимало легенд та казок про цю гарну рослину, винятком не стали й фразеологізми.

Найчастіше троянду використовують у порівнянні з чимось прекрасним, із гарно зробленою роботою, неймовірною красою: “gül gibi” переклад укр: як троянда. “Ortalığı gül gibi yapmışsın” переклад укр: Ти зробив усе навколо таким же прекрасним, як троянда, “Herkes evinin önünü temizlesin, şehir gül gibi olur.” переклад укр: “Якщо кожен приведе до ладу зовнішній вигляд свого будинку, місто виглядатиме так гарно, як і троянда”. Слово троянда, також може набувати значення “піклуватись”, наприклад: “Gül gibi bakmak” (Çoluk çocuğuna gül gibi bakıyor; переклад укр: Він піклується про своїх дітей, як про троянду; “Hastalara gül gibi bakıyor” переклад укр: За хворими доглядають, як за трояндою. Ще один вираз “gül gibi geçinmek (veya yaşamak)” перекл. укр.: жити дуже добре, без сварок, турбот, смутку, без будь-яких труднощів у житті. “Komu komşu gül gibi geçiniyoguz” перекл. укр.: Ми живемо, як сусідська троянда. До наступного фразеологізму “gülü tarife ne hacet, ne çiçektir biliriz” можна підібрати українські відповідники: “знати як облупленого”; “знати як свої (своїх) п’ять пальців”; означає щось, чи когось



дуже добре знати. “Bir ağaçta gül de biter, diken de” до цього фразеологізму ми можемо зробити наступний переклад укр.: на одному дереві може вирости як троянда, так і шип. Це означає, що в одному середовищі та оточенні за різних причин можуть вирости різні за характером люди. Чи вираз “Dikensiz gül olmaz” говорить про те, що кожний шлях до успіху тернистий та не буває нічого легкого.

Отже, роль фразеологізмів у створенні мовної картини є незаперечною. Саме в фразеологічному складі мови повною мірою відображаються національні цінності та традиції нації. Це є набуттям певних знань про етнос.

## ЛІТЕРАТУРА

- Учасники проєктів Вікімедіа. (2007, 10 січня). Фразеологізм – Вікіпедія. Вікіпедія.  
<https://uk.wikipedia.org/wiki/Фразеологізм>
- Коціпак, М. М. (2010). Структурно-семантичні особливості фразеологічних одиниць (на матеріалі американського детективу 21 ст.). *Філологічні трактати*, 1, 52–55.
- Уженко, В. Д. (2005). *Фразеологія сучасної української мови*. Альма-матер. Türk Dil Kurumu Sözlükleri.  
<https://www.lafsozluk.com/2011/03/gul-ile-ilgili-atasozleri-deyimler-ve.html>

## СКЛАДНОЩІ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТА ОБРОБКИ ДІАЛЕКТИЗМІВ ВБУДОВАНИМИ ПЕРЕКЛАДАЧАМИ

**Мясоєдова М. П.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Мелько Х. Б.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Сучасне суспільство невід’ємно пов’язане з інноваційними технологіями, і одне із головних надбань прогресу є Інтернет, який міцно закріплюється в майже кожній сфері нашого життя і претендує на роль головного цифрового простору. Але однією з перешкод для користувачів Інтернету став мовний бар’єр. Хоча все ще не було винайдено універсального рішення цієї проблеми, доволі ефективною допомогою став машинний переклад. Однак цифровий простір зібрав у собі представників різних спільнот, чия мова може бути неоднорідною через регіональні відмінності. Наші спостереження показують, що саме тому діалектизми постали проблемою у міжкультурному спілкуванні через складнощі їх ідентифікації та оброки автоматизованим перекладачами.

Діалектна мова є одним з форм виявлення національної мови, яка протиставляється літературній. В діалектах відображається ментальність нації, звичаї та ціннісні орієнтири. Загалом розрізняються два типи діалектів:

територіальний, тобто притаманний регіональній та історико-культурній спільноті, та соціальний, уживаний в середовищі окремих соціальних, професійних, вікових та інших груп населення Голянич, Бабій, Стефурак, с. 58).

На цьому етапі варто розрізнити поняття “діалект” та “діалектизм”. У “Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія” О. Селіванової подається наступне розмежування: діалект – “форма мовного існування, що використовується як засіб безпосереднього повсякденного побутового спілкування на певній обмеженій території”, а діалектизм – “слово або сполука, яка не належать до літературної унормованої мови, а до регіональних діалектів цієї мови” (Селіванова, с. 126). В цій ж роботі вона зазначила, що діалектизми поділяються на лексико-фонетичні, лексико-словотворчі, власне лексичні, лексико-семантичні та етнографічні (Селіванова, с. 126).

Окрім попередньо зазначеної класифікації діалектизмів, лінгвіст С. Бевзенко запропонував розрізнення *протиставні*, чи співвідносні, які мають рівноцінний відповідник у літературній мові, та *непротиставні*, чи неспіввідносні діалектизми, у якого відсутній відповідник (Бевзенко, с. 33). Важливо відзначити, що попри протиставлення унормованої літературної мови та діалектів, вони не виключають одне одного, а доповнюють. Вони активно взаємодіють, тому діалектні слова проникають в літературну мову, збагачують новими лексемами та особливостями вимови. Саме тому їх можна зустріти в онлайн-спілкуванні, і постає проблема їх обробки вбудованими машинними перекладачами, чия мета полегшити міжкультурну комунікацію.

Вбудований перекладач це інструмент, який дозволяє користувачу перекладати вміст повідомлень, дописів чи цілого інтерфейсу, не покидаючи додаток чи сайт. Вбудовані перекладачі працюють на існуючих системах машинного автоматичного перекладу, таких як Google Translate (Beladel, с. 19).

Незважаючи на широке використання машинних перекладачів, імплементація вбудованого перекладу в додатки та соціальні мережі почалась відносно недавно. Головною причиною цього стала швидка глобалізація та зростаючий попит на користування цифровими продуктами представниками різних культур. Автоматизований переклад був доданий в таких соціальних мережах та додатках як Twitter, Instagram, Telegram, Viber та додаткові розширення в браузерях як Google Chrome.

Існують різноманітні класифікації систем машинного перекладу, одна із найрозповсюджених виокремлює чотири види систем: заснований на правилах, статистичний, гібридний та нейронний (Веселовська, Радецька, с. 25). *Системи машинного перекладу засновані на правилах* опираються на лінгвістичну інформацію про мови. *Статистичний машинний переклад* заснований на порівнянні великих обсягів мовних пар. *Гібридний тип машинного перекладу* поєднує в собі якості обох вищезгаданих систем. Четвертий тип це *нейронний машинний переклад*. Він є найновішим в царині машинного перекладу, однак має великий потенціал. Нейронний тип

використовує одну велику нейронну мережу для самостійного навчання. Саме на цьому типіві оперує Google Translate (Google Neural Machine Translation), до якої перейшов в 2016 (Google Neural...).

Незважаючи на можливість швидко розвиватися, покращену точність та плавність перекладу, ніяка система не може працювати без похибок. В контексті нашого дослідження головним викликом є нестача фактичного матеріалу для опрацювання машиною. Хоча нейронна система показує кращі результати в опрацюванні нового матеріалу та слів малого вжитку ніж статистичний переклад, обидві системи видають неточні результати, особливо якщо залучена флексія (Koehn, Knowles, с. 28).

Нестача тренувального матеріалу та складності обробки словозміни є актуальними в дослідженні автоматизованого перекладу українських діалектизмів. Через те, що діалектизми переважно використовуються усно, вони рідкісні в цифровому просторі. Тому деякі діалектизми, яку увійшли в загальний вжиток, можуть бути ідентифіковані вбудованим перекладачем, а інші – ні. Порівняймо переклад двох повідомлень, оброблені автоматично в месенджері Telegram: “файна філіжанка кави” – “a nice cup of coffee” та “загоречка плесканка” – “a bitter clap”. Провівши самостійне дослідження, ми виявили, що перша словосполучка була перекладена із застосуванням літературних еквівалентів, зберігаючи відносний рівень адекватності, оскільки зазначені діалектизми “файнї” та “філіжанка” є розповсюдженими. Однак перекладач не зміг ідентифікувати діалектизм “плесканка” та фонетичний діалектизм відображений на письмі у слові “загоречий”.

Хоча на перший погляд може здатися, що перекладач успішно обробив словосполучку “файна філіжанка кави”, однак ми не можемо погодитися, що цей переклад є повністю достовірним. Окрім опису національних реалій, використання діалектизмів часто несе стилістичне навантаження задля змалювання територіального колориту (Козачук, с. 174. Оскільки машина не володіє емоціями, вона не має змоги повністю проаналізувати культурний та лінгвістичний контексти. З цього виходить, що машинний перекладач на даному етапі розвитку не може вибрати найбільший влучний метод перекладу.

Лінгвісти сперечаються, чи можливо взагалі повністю передати значення діалектизму. Більшість зазначають, що під час перекладу діалектизму, перекладач вдається до компенсації, яка неминуче веде до втрат (Козачук, с. 175). Існують декілька загальноприйнятих підходів до перекладу діалектної мови: 1) переклад літературним еквівалентом, який найчастіше імплементується під час машинного перекладу; 2) передача діалектизму літературним еквівалентом та компенсація стилістичного навантаження в іншому місці; 3) транслітерація, під час якої діалектизм стає реалією і може потребувати додаткового пояснення від перекладача, тобто 4) експлікації; 5) лексикалізація, тобто використання регіонального діалектизму в мові перекладу.

Оскільки машина не здатна проаналізувати смисл, який закладає автор, вона не може вибрати спосіб для ефективного перекладу діалектизму.

Рідкісність діалектизмів в ролі тренувального матеріалу для машини чи штучного інтелекту створює складнощі для подальшої ідентифікації та їх обробки. Оскільки вбудовані перекладачі були запроваджені задля покращення міжкультурного спілкування, неможливість обробки певних мовних одиниць може стати перешкодою у комунікації. Один із методів покращення перекладу діалектизмів є їх фіксація в цифровому просторі та збільшення мовних пар, де вони перекладаються.

## ЛІТЕРАТУРА

- Бевзенко, С. П. (1980). *Українська діалектологія*. Вища школа.
- Веселовська, Г., Радецька, С. (2021). Машинний переклад: його типологія, переваги та недоліки. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 7(35), 23–27.
- Гармаш, Т. А. Особливості перекладу діалектизмів німецькою мовою (на основі твору Марії Матіос “Солодка Маруся”). *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія “Філологічні науки”*. Мовознавство, 12, 30–34.
- Голянич, М. І., Бабій, Р. І., Стефурак, І. О. (2019). *Словник лінгвістичних термінів. Лексикологія. Фразеологія. Лексикографія*. Сімик.
- Дичка, Н. І., Гордієнко, Н. М. (2018). Особливості відтворення діалектизмів у перекладі (на матеріалі українського перекладу новели Н. Патерсона “Scotch Settlement”). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*, 2(36), с. 131–133.
- Козачук, А. М. (2013). Англomовний переклад української діалектної лексики як чинник стильової трансформації тексту. *Слово і речення: синтактика, семантика, прагматика : матеріали Міжнар. наук. конф., м. Київ, 10–13 жовт.*, 173–178.
- Пушик, Н. В., Горда, В. В. (2021). Техніка машинного перекладу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*, 2(49), 170–173.
- Селіванова, О. (2006). *Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія*. Довкілля-К.
- Beladel, S. R. (2020). *Text-linguistic evaluation of Twitter’s auto-translation service: Donald Trump’s Tweets during USA elections*. Effat University Institutional Repository. <https://repository.effatuniversity.edu.sa/handle/20.500.14131/342>.
- Koehn, P., Knowles, R. (2017). *Six challenges for neural machine translation*. Proceedings of the first workshop on neural machine translation, Vancouver. Stroudsburg, PA. <https://doi.org/10.18653/v1/w17-3204>
- Novikova, O., Suina, I., Shevchyk, K. *Contemporary tendencies in development of machine translation from English into Ukrainian*.
- Google Neural Machine Translation. [https://en.wikipedia.org/wiki/Google\\_Neural\\_Machine\\_Translation](https://en.wikipedia.org/wiki/Google_Neural_Machine_Translation).

## СПОСОБИ УТВОРЕННЯ НОВИХ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ В СУЧАСНІЙ МОВІ ІВРИТ

**Нагорний І. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Марченко І. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Протягом двох тисячоліть мова іврит жила лише на сторінках іудейських релігійних текстів, тому її відродження йшло пліч о пліч з модернізацією. Остання, в свою чергу, проводилася двома способами: запозичення з інших сучасних мов слів, яких не було в івриті, або утворення суто івритських слів. Найвідомішим з дослідників мови іврит, який займався модернізацією та утворенням нових лексичних одиниць був Еліезер Бен Єгуда. Його справу згодом продовжила Академія мови іврит.

Аби зрозуміти, яким чином вони утворюють нові лексичні одиниці варто зануритися в історію діяльності Академії мови іврит, яка протягом свого існування видала більше шести брошур. В них, зокрема, друкувалися списки слів, затверджених Академією, а також їх етимологія. Усього налічується 348 слів із зазначенням джерела, з них (Fellman, 1973):

- з Мішни та Талмуду – 116 слів;
- з періоду після Талмуду – 59 слів;
- набули нового значення – 58 слів;
- створених Академією – 72 слова;
- створених не Академією – 33 слова.

Проаналізувавши слова, запропоновані самою Академією, можна зробити такі висновки. По-перше, справді, віддається перевага якщо не давньоєврейським, то семітським кореням – серед нових слів є тільки одне слово з несемітським коренем. Це назва квітки гіацинт – גַּזְזִיל. Наукова латинська назва походить від імені героя давньогрецьких міфів, юнака Гіацинта. У латинській транскрипції це слово передається як *hyacinthus*; початкове грецьке слово виглядає як Ἰακίνθος, що у сучасному грецькому звучить як [iakínθos]. Члени Комітету використовували грецьку назву, точно передавши її кореневі приголосні: י – [i], ק – [k], ג – [n], ל – [θ]. Це слово досить незвичайне ще й тим, що Академія закріпила в івриті грецьку, тобто язичницьку, передісторію назви. Проте, крім цього слова, решта запропонованих Академією в опублікованих списках термінів має семітське походження.

Академією було запропоновано назву для кисню – קָמַח (від קָמַח – “скисати”). Цей неологізм утворений за аналогією з давньогрецькою назвою цього хімічного елемента: πατήρ (“батько”) замінює *genos* (γένος, “народження”) і в поєднанні з коренем קָמַח відображає здатність кисню до окислення, що виражається і в давньогрецькій назві. У цьому випадку члени Академії просто повторюють досвід інших мов, наприклад, української, де *genos* замінюється на *рід*.

Схожим способом була утворена назва кульбаби – קַשְׁוֵי־הָרֵרֶת. Наукова латинська назва цієї квітки *taraxacum* походить від латинізації арабської

(tharakhchakon) або перської (talkh chakok) назви іншої рослини того ж виду. Однак члени Академії вважали за краще спертися на народні французьку – dent-de-lion – і німецьку – Löwenzahn – терміни, що перекладаються як “зуб лева”. Таким чином, можливість створити назву для цієї рослини від семітського кореня була, але Комітет нею не скористався, віддавши перевагу звичний носіям індоєвропейських мов термін.

Показовим є також випадок введення слова щітка – מברשת. В одній статті у своєму словнику Бен-Єгуда (1896) пише, що слово було утворене від арабського mivṭasa від кореня baṣasa, хоча, можливо, це не семітський корінь (с. 6). Насправді ж воно утворене від відповідного слова в несемітських мовах (нім. Bürste, фр. brosse, англ. brush). В даному випадку Бен-Єгуда відмовляється визнати очевидний факт, що навіть для такого повсякденного слова, як “щітка”, йому не вдалося знайти термін семітського походження.

Таким чином, можна сказати, що загалом теоретичні положення про роботу Академії у справі затвердження нових термінів дотримуються: в основному використовуються давньоєврейські корені, що беруться з усіх історичних шарів мови; якщо не вдається знайти корінь в івриті, як основа обирається якийсь семітський корінь. Однак коли йдеться про створення слів із чистого аркуша, членам Академії очевидно складно абстрагуватися від існуючих у їх рідних мовах слів; встановлювані ними терміни, навіть ті, що зовні повністю відповідають граматиці іврити і утворюються від принаймні семітського коріння, найчастіше створюються “за мотивами” іноземних слів. Академія намагається створювати слова, які будуть не лише правильні з погляду граматики, але й красиві за зовнішньою формою та за звучанням, і які відповідали б духу мови. (לארשי, 1970)

## ЛИТЕРАТУРА

- Fellman, J. (1973) *The revival of a Classical Tongue: Eliezer Ben Yehuda and the Modern Hebrew Language*. Walter de Gruyter.  
ב"ערת) וויס-נסין 'א תרבחמ: מלשורייב תירבעה. ב. ה. ה. ו. לארשי. (1970). וישלה דעו תונורכו א, הדוהי וב. (1896). הפקשה

## ІСТОРИЧНО-МАРКОВАНА ЛЕКСИКА ЯК ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧА ПРОБЛЕМА: ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ЇЇ ВИВЧЕННЯ

**Наконечна Х. Ю.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Подсєвак К. С.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Незважаючи на велику кількість досліджень, присвячених аналізу історично-маркованої лексики, у лінгвістиці досі не існує єдиного визначення,

яке б повністю характеризувало дану групу лексики. Різні автори описують її як історичний, історико-культурний компонент, національно-самобутню лексику, лінгвоспецифічну лексику, лакуни, безеквівалентну лексику, фонові знання, реалії, культуроніми тощо.

Так, означені лексичні одиниці з історичним компонентом відносять до розряду безеквівалентної лексики, яка виявляється при зіставленні мов різних культур (Потапенко, 2018), визначають як залежність семантики мови від культурного середовища індивідуума (Vaugh, 2002) або ж за словами А. Волошиної (2000) це та категорія, яка виразно відбиває єдність мови та культури, дає змогу описати їх взаємодію через зв'язок образної основи назв зі світоглядом народу. Тому можна дійти висновку, що історично-маркована лексика – це терміни та слова, які мають відтінок історичної або культурної пам'яті та пов'язані з певними історичними періодами, подіями, культурними традиціями або з іншими культурними явищами. Ця лексика є важливою складовою мовного виразу та може мати велике значення для розуміння культурної спадщини та історії народу.

Історично-маркована лексика становить певну проблему для перекладачів, оскільки часто позначають місцеві чи культурні реалії, значення яких може бути складним для передачі іншою мовою й тим самим може призвести до певних неточностей та неправильного розуміння тексту в перекладі.

Для успішного перекладу текстів з історично-маркованою лексикою перекладачу потрібно мати не лише глибокі лінгвістичні знання, а й знання історії, культури лінгвоспільноти, яка є носієм вихідної мови, а також використовувати різноманітні підходи до вивчення цієї лексики. Завданням перекладача є правильна передача культурних особливостей, що стоять за певною історично-маркованою лексичною одиницею, з метою забезпечення правильного розуміння тексту читачами в мові перекладу.

Основні підходи до вивчення історично-маркованої лексики у перекладознавстві включають наступні:

- Історичний підхід, що базується на дослідженні історичного контексту, у якому вживається даний термін або слово.
- Контекстуальний підхід полягає в дослідженні контексту, у якому вживається історично-маркована лексика.
- Семантичний підхід – дослідження семантики історично-маркованої лексики.
- Культурологічний підхід – це все про дослідження культурологічного контексту, у якому вживається історично-маркована лексика. Перекладач повинен бути обізнаним щодо культурних традицій, звичаїв та обрядів, що пов'язані з даним терміном або словом. Це допоможе зрозуміти відтінок культурного значення слова та правильно передати його у перекладі.
- Когнітивний підхід базується на вивченні когнітивних процесів, які відображаються в історично-маркованій лексиці.

Серіал “Bridgerton” (“Бріджертони”) є яскравим прикладом використання історично-маркованої лексики та її впливу на переклад тексту. Деякі приклади слів, які можуть створювати перекладознавчі труднощі, наведено нижче:



“*ton*” – це англійський термін, який використовувався в XVIII та XIX століттях для позначення соціальної еліти Лондона. У серіалі “Бріджертони” це слово використовується для опису вищого суспільства. При перекладі цього терміну потрібно враховувати його історичний та культурний контекст та знати, як він використовувався в різні епохи.

“*modiste*” – це французьке слово, яке в серіалі використовується для позначення жінки, яка створює модні вбрання. Для того, щоб підібрати адекватний переклад варто враховувати його походження та використання спершу у французькій мові, а потім в англійській мові зважаючи на історико-культурні реалії його вживання. При перекладі серіалу українською використано застарілий термін “модистка”, який в українській мові теж є запозиченням з французької, але має звужене значення – майстриня, що шие плаття, білизну та жіночі капелюхи. Незважаючи на певні семантичні зміни значення, такий мовою перекладу відображаються культурні особливості тієї ж історичної епохи, що і вихідною мовою.

“*courting*” – це англійське слово, яке в серіалі використовується для позначення процесу запрошення жінки на побачення з метою знайомства, відповідно переклад звучатиме як “запрошення на перше побачення”, адже семантика цього словосполучення включає таку компоненту як знайомство. Однак, це слово має відтінки значень та асоціацій, які можуть бути важко передати у перекладі. Наприклад, у деяких культурах та епохах це слово може використовуватися для позначення процесу куртування, який може включати у себе взаємні візити, подарунки та інші вияви уваги. Такому значенню відповідає український еквівалент “залицяння”. Тому при перекладі потрібно бути дуже уважним та звертати увагу на контекст вживання цього слова.

“*chaperone*” – це англійське слово, запозичене з французької, яке в серіалі використовується для позначення жінки, яка супроводжує молоду дівчину на зустріч з потенційними претендентами на руку. В перекладі українською використано застаріле “дуенья”, запозичене з іспанської мови, що позначає літню жінку в Іспанії та інших країнах, яка стежить за моральністю, поведінкою молодої жінки-дворянки. Таким чином в перекладі підібраний відповідник з ширшим значенням, який охоплює і те поняття, яке позначається в історично-маркованій лексичній одиниці вихідної мови.

Ці приклади показують, що історично-маркована лексика може створювати складнощі у процесі перекладу тексту, особливо якщо перекладач не має достатньої інформації про історичний та культурний контекст слів. У таких випадках перекладачі повинні проводити додаткову роботу з дослідження історії та культури, щоб зрозуміти значення та контекст використання історично-маркованої лексики в оригінальному тексті та знайти адекватний переклад.

Отже, історично-маркована лексика є важливою складовою мовного матеріалу, що стосується історичних подій та періодів. Переклад цієї лексики може стати проблемою для перекладачів, які повинні зберігати точність історичних фактів та звичаїв у перекладі. Є кілька основних підходів до

вивчення даної лексики і кожен з них має свої переваги та недоліки, тому перекладач повинен знати, який підхід відповідає конкретному тексту та ситуації перекладу.

## ЛІТЕРАТУРА

- Волошина, А. (2000). Безеквівалентна лексика близькоспоріднених мов: проблема семантичної структури. *Наукові записки. Випуск XXXVI. С: Філологічні науки (мовознавство)*, 56–64.
- Потапенко, Н. В. (2018). Становлення і розвиток національної англійської мови у новоанглійський період. *Науковий пошук студентів XXI ст.: актуальні питання гуманітарних і соціально-економічних наук: за матер. IV Всеукраїнської науково-практичної конференції*, м. Ізмаїл, 15 лист. 2018 р. (С. 178–181). Репозитарій Ізмаїльський державний гуманітарний університет.
- Baugh, A. (2002). *The History of the English Language*. Prentice Hall.
- Климчук, В. О. (2015). *Мотиваційний дискурс особистості: на шляху до соціальної психології мотивації*. Видавництво Житомирського державного університету ім. І. Франка.  
[http://eprints.zu.edu.ua/18596/1/Klymchuk\\_monograg.pdf](http://eprints.zu.edu.ua/18596/1/Klymchuk_monograg.pdf)
- Пятаченко, С. М. (2021). *Лексико-семантичні аспекти мотиваційного дискурсу: перекладацький аспект*: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра: спец. 035 – філологія . Сумський державний університет.  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86798>
- Рудь, А. О. (2020). *Особливості перекладу назв книг із саморозвитку й мотивації*: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра: спец. 035 – філологія / наук. кер. М. В. Черник. Сумський державний університет. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81767>
- Стрелекі Джон П. (2021). *Кафе на краю світу*; М. Пухлій (ред.). Vivat.
- Strelecky John P. (2020). *The Cage on The Edge of The World*. 1st Aspen Light Publishing ed.

## ГРАМАТИЧНІ ФУНКЦІЇ ВИГУКІВ В КИТАЙСЬКІЙ МОВІ (НА МАТЕРІАЛІ ТВОРУ 四世同堂)

**Нетупська Н. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Щербаков Я. І.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Вигуки є важливою складовою китайської мови, оскільки вони відображають емоційний стан мовця та допомагають передати його настрої та відношення до певної ситуації. В українській лінгвістичній традиції проблемою вигуків займалися Р. І. Вихованець, Л. І. Мацько, І. М. Гуменюк.

Вигуки в китайській мові можуть мати різні граматичні функції, залежно від контексту вживання. Тема граматичних функцій вигуків в китайській мові є важливою для розуміння механізмів функціонування мови та вивчення культури китайського народу (Нестеренко, 2014). Дослідження цієї теми можуть допомогти в покращенні навичок вивчення китайської мови, підвищенні якості перекладів та розвитку культурно-мовних зв'язків між Китаєм та іншими країнами. Розглянемо кілька прикладів на матеріалі твору “四世同堂”.

Функція вираження емоцій. Багато вигуків в китайській мові використовуються для вираження різних емоцій, таких як здивування, обурення, радість та інші. Наприклад, вигук “哎呀” (āiyā) в творі “四世同堂” використовується для вираження здивування та обурення, як у реченні “哎呀，我忘了带钱包了！” (Āiyā, wǒ wàng le dài qiánbāo le!) – “Ох, я забув взяти гаманець!” Цей вигук має емоційний характер і допомагає передати почуття мовця.

Функція підсилення висловлювання. Також вигуки можуть виконувати функцію посилення емоцій, надаючи реченню більш емоційного характеру. Наприклад, вигук “太好了” (tài hǎo le) може вживатися як самостійний вигук, що виражає радість, задоволення або позитивні емоції, а також в складі речення для підсилення емоційного забарвлення, як у реченні “这个消息太好了，大家都高兴得不得了！” (Zhège xiāoxi tài hǎo le, dàjiā dōu gāoxìng de bùdéliǎo!) – “Ця новина чудова, всі дуже раді!” У цьому випадку вигук “太好了” підсилює емоційний заряд речення і виражає сильні емоції задоволення. Іншим прикладом вигуку, що виконує таку ж граматичну функцію, є “啊” (ā), який може вживатися для вираження питання або для підсилення висловлювання. Наприклад, у реченні “你喜欢吃什么啊？” (Nǐ xǐhuan chī shénme ā?) – “Ти їси що-небудь?” вигук “啊” використовується для підсилення запитання. У тому ж творі, у реченні “这是什么啊？” (Zhè shì shénme ā?) – “Це що таке?” вигук “啊” використовується для вираження питання.

Функція заперечення. Деякі вигуки в китайській мові можуть виконувати функцію заперечення, тобто вказувати на те, що мовець не погоджується з певним твердженням або не згоден з дією. Наприклад, вигук “不行” (bù xíng) може вживатися для заперечення пропозиції або дії, як у реченні “我们不能迟到，不行！” (Wǒmen bùnéng chídào, bù xíng!) – “Ми не можемо запізнюватися, ні!” У цьому випадку вигук “不行” вказує на те, що мовець не згоден із запізненням і відмовляється від цієї дії.

Функція спонукання. Вигуки можуть виконувати функцію вказівки, тобто нагадувати співрозмовнику про щось, або спонукати до дії. Наприклад, вигук “快” (kuài) вживається для спонукання до швидкої дії, як у реченні “快点，我们快迟到了！” (Kuài diǎn, wǒmen kuài chídào le!) – “Швидше, ми майже запізнюємося!” У цьому випадку вигук “快” вказує на спонукання до швидкої дії і нагадує про те, що час дуже обмежений (Wang, 1985).

У китайській мові вигуки відіграють важливу роль, вживаються для передачі емоцій, почуттів та спонукання. Також вони допомагають

краще зрозуміти відношення та думки співрозмовника. Вони можуть виконувати різні граматичні функції, такі як вираження емоцій, підсилення висловлювання та заперечення. Користування вигуками у мовленні допомагає передати почуття та емоції, зробити мовлення більш живим та зрозумілим для співрозмовника. Отже, знання використання вигуків у китайській мові є важливим для того, щоб спілкуватися з носіями цієї мови.

## **ЛІТЕРАТУРА**

- Нестеренко, О. О. (2014). Структурно-фонетичні особливості вигуків сучасної китайської мови. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Східні мови та література*, 1, 29–30.
- Wang, L. (1985). *Chinese Modern Grammar*. The Commercial Press.

## **АРАБСЬКА ДИПЛОМАТИЧНА ТЕРМІНОЛОГІЯ: СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ**

**Нечипоренко І. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Рибалкін В. С.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

У минулому для ведення офіційних дипломатичних відносин та укладання міжнародних договорів домінували латинська, французька, а згодом і англійська мови. Сьогодні такої обов'язкової єдиної мови не існує: поступово утверджується принцип рівноправності мов. За рідкісними винятками державні органи зовнішніх відносин ведуть офіційне листування, особливо обмін дипломатичними документами своїми національними мовами, що є ознакою самобутності.

Арабська дипломатична термінологія характеризується регулярним вживанням лексичних еквівалентів термінам латинського, грецького та французького походження, аббревіатур, евфемізмів, гнучких формулювань та виразів високого стилю.

Найчастіше при перекладі текстів дипломатичного дискурсу вживаються фразеологічні та лексичні кальки латинської мови. Калькування як спосіб термінотворення в арабській мові відіграє помітну роль у збагаченні словника новими лексичними одиницями та значно розширює її словотвірчі можливості. Утворені у такий спосіб слова без будь-яких обмежень входять до лексико-семантичної системи арабської мови і досить швидко засвоюються настільки, що практично не виділяються з-поміж питомих слів.

Для арабської дипломатичної термінології характерні фразеологічні кальки – переклад термінологічного ідіоматичного словосполучення. Дипломатичні терміни калькуються переважно з латинської мови, наприклад:

- (1) ووصفت إسرائيل عام 2008ريتشارد فالك بأنه "شخص غير مرغوب فيه"  
 У 2008 році Ізраїль назвав Річарда Фалька *небажаною персоною* ("персоною нон грата2016") (،قناة الجزيرة )  
 (3) وعادة ما يؤدي اعتراف دولة ما ببيكين إلى قطع علاقاته بتايوان بحكم الأمر الواقع  
 (лат. De facto) ، عملاً بمبدأ الصين واحدة ،

Визнання країною Пекіна зазвичай призводить до *фактичного* (фактично, на ділі) розриву відносин з Тайванем відповідно до принципу єдиного Китаю (يورونيوز، 2023).

(3) تولى لورانس راندولف منصبه كقنصل (лат. Consul) عام للولايات المتحدة بالدار البيضاء في 4 يناير 2012.

Лоуренс Рендольф обійняв посаду генерального консула США в Касабланці 4 січня 2021 року.

У запропонованій нижче таблиці наводимо інші приклади калькування арабською мовою латинських терміноелементів (دليل استرشادي للمراسلات).  
 (الدبلوماسية)

Таблиця 1.

### Співвіднесенність латинських термінів з дипломатичною термінологією арабською мовою

Термін	Еквівалент арабською
Ad hoc ("для цього випадку" / "спеціально для цього", спеціальна тимчасова місія)	في صميم الموضوع (متخصص)
Ad referendum ("що потребує наступного підтвердження компетентним органом")	قبول معلق بشرط
Ad rem ("що стосується справи" / "по суті справи")	متعلق بالموضع
De jure ("юридично", "по праву")	اعتراف قانوني بشخصية الدولة
Incognito ("невідомо", "прихована особистість")	فترة الوجود غير الرسمي للدبلوماسية
Jus cogens ("імперативна норма міжнародного права")	قاعدة حتمية لا يجوز مخالفتها
Modus Vivendi ("тимчасова домовленість між сторонами певного протистояння")	اتفاق تمهيدي مؤقت
Persona grata ("бажана персона")	شخص مرغوب فيه
Status ("статус-кво в конкретний момент")	وضع راهن في لحظة معينة
Status juries ("правовий статус")	وضع قانوني
Vis-a-Vis ("по відношенню до" / "стосовно" / "щодо")	بشأن – بخصوص – إزاء

Розглянувши загальні характеристики структури, семантики та функціонування арабської дипломатичної термінології, можемо констатувати, що ця терміносистема постійно розвивається, збагачується та зазнає природних змін, у зв'язку з поширенням арабської мови.

## ЛІТЕРАТУРА

قناة الجزيرة. (2016). شخص غير مرغوب فيه. الطرد الدبلوماسي. بيرونيوز. (2023). الصين "ترحب" بقرار هندوراس إقامة علاقات دبلوماسية معها. المعهد الدبلوماسي التابع لوزارة الخارجية القطرية. (2015). دليل استرشادي للمراسلات الدبلوماسية.

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ МОВИ ВОРОЖНЕЧІ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОЇ ПЕРСЬКОЇ МОВИ)

**Нікітін Я. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Охріменко М. А.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Мова ворожнечі – складне явище, яке потребує комплексного міждисциплінарного вивчення в лінгвістичному, соціологічному, психологічному, політичному та правовому дискурсі. Мову ворожнечі розглядають як усі види висловлювань, котрі поширюють, розпалюють, підтримують або виправдовують расову ненависть, ксенофобію, антисемітизм та інші форми ненависті, викликані нетерпимістю, зокрема такою, що виявляється у формі агресивного націоналізму та етноцентризму, дискримінації меншин і ворожого ставлення до них та інших осіб.

Вивчення мови ворожнечі є складною та міждисциплінарною сферою, яка спирається на різні теоретичні принципи. Ось деякі з ключових теоретичних принципів, які можна застосувати до вивчення мови ненависті, зокрема на матеріалі сучасної перської мови:

1. Лінгвістичні принципи. Одним із основних теоретичних принципів у вивченні мови ворожнечі є лінгвістичний принцип він стосується того, як мова використовується для передачі ідей та ставлень. Це включає вивчення лексики, синтаксису та граматики мови, яка використовується у мові ворожнечі, а також семантичних і прагматичних аспектів мови. У контексті сучасної перської мови лінгвістичний аналіз може допомогти визначити моделі та структури мови ворожнечі, а також значення та наслідки різних слів і виразів.

2. Соціологічні принципи. Важливим теоретичним принципом у вивченні мови ненависті є соціологічний принцип. Соціологічні принципи стосуються соціальних і культурних факторів, які формують продукування та сприйняття мови ворожнечі. Це включає вивчення соціальних, економічних і політичних контекстів, у яких виникає мова ненависті, а

також соціальних ідентичностей і групової динаміки, які лежать в основі мови ворожнечі. У контексті сучасної перської мови соціологічний аналіз може допомогти визначити соціальні та культурні фактори, які сприяють створенню та поширенню мови ненависті, а також соціальні наслідки мови ворожнечі.

3. Психологічні принципи. Третім важливим теоретичним принципом у вивченні мови ворожнечі є психологічний принцип, який пов'язаний з когнітивними та емоційними процесами, що лежать в основі створення та сприйняття мови ворожнечі. Це включає вивчення мотивації, поглядів і переконань осіб, які створюють мову ненависті, а також психологічний вплив мови ворожнечі на її об'єкти. У контексті сучасної перської мови психологічний аналіз може допомогти визначити психологічні чинники, які сприяють виникненню та сприйняттю мови ворожнечі, а також психологічний вплив мови ворожнечі на її об'єкти.

4. Правові принципи. Правові принципи є важливим теоретичним принципом у вивченні мови ворожнечі та стосуються правових рамок і норм, які регулюють мову ненависті, включаючи закони та нормативні акти, міжнародні стандарти прав людини та судові рішення. У контексті сучасної перської мови правовий аналіз може допомогти визначити правові рамки та норми, які регулюють мову ворожнечі, а також проблеми та можливості для правового втручання у випадках мови ворожнечі.

Наведемо декілька прикладів мови ворожнечі в сучасній перській мові, класифікованих за типом:

1. Расистська мова ворожнечі:

سیاه پوست‌ها هیچ چیز ندارند، آنها باید به افریقا برگردند  
*ім варто повернутися до Африки.* Пояснення: це твердження є прикладом расистської мови ворожнечі, оскільки воно принижує та дегуманізує темношкірих людей через їхню расу та пропагує ідею сегрегації.

2. Гомофобна мова ворожнечі:

همجنس‌گرایی یک بیماری است و باید درمان شود  
*її слід вилікувати.* Пояснення: це твердження є прикладом гомофобної мови ворожнечі, оскільки воно стигматизує та дегуманізує людей, які ідентифікують себе як ЛГБТК+, і пропагує ідею, що вони якимось чином хворі чи ненормальні.

3. Ксенофобна мова ворожнечі:

افغانستانی‌ها و ایرانی‌ها قلعه‌ی شیطان هستند و باید از کشور دفع شوند  
*Афганці та іранці служіть шайтану, через це вони повинні бути вигнані з країни.* Пояснення: ця заява є прикладом ксенофобної мови ворожнечі, оскільки вона демонізує людей з інших країн за їхньою національністю та пропагує ідею їхнього вигнання з країни.

4. Мізогінна мова ворожнечі:

زنان خوبی وجود ندارند، آنها فقط برای خدمت به مردان ساخته شده‌اند  
*Немає хороших жінок, вони створені лише для того, щоб служити чоловікам.* Пояснення: це твердження є прикладом мізогінної мови ворожнечі, оскільки вона принижує та дегуманізує жінок за ознакою їхньої статі.



## 5. Ейблізм:

او یک معلول است، نمی‌تواند هیچ کار مفیدی انجام دهد – *Vin invalid, він не може робити нічого корисного*. Пояснення: це твердження є прикладом ейблізму, оскільки воно принижує та дегуманізує людей з обмеженими можливостями через їхні здібності та пропагує ідею про те, що вони неповноцінні та нездатні зробити внесок у суспільство.

У підсумку можна сказати, що, вивчаючи мову ненависті в сучасній перській мові, дослідники можуть спиратися на кілька теоретичних основ, включаючи лінгвістичні, соціологічні, психологічні та правові принципи. Також важливим є класифікація мови ворожнечі за типами, яких звісно можна привести й більше, ніж наведено у прикладах вище.

## СЕМАНТИЧНІ КОНОТАЦІЇ ЗООНІМІВ У СКЛАДІ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ

**Олексенко В. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Валігура О. Р.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Термін *зоонім* з'явився в мовознавстві в 60-х рр. ХХ ст. Оскільки він функціонує в лінгвістиці порівняно недавно, загальноприйнятого значення в нього поки не має. З точки зору ономастики, розділу мовознавства про сукупність власних імен об'єктів, зоонім – це власне ім'я (кличка) тварини. У “широкому” розумінні, до зоонімів відносять також похідні від назв тварин та всі слова, які пов'язані зі світом тварин (курятина, лапа, гнідий). Близьким за змістом до даної дефініції є термін *фаунонім*. Фауноніми – мовні одиниці, що позначають об'єкти і явища тваринного світу і пов'язані з ними процеси і явища: назви самих тварин, якості і характеристики, особливості поведінки тварин. Вчений Цуй називає термін “анімалізм”, а фразеологізми з анімалізмами – однією з численних груп фразеологічного фонду. Анімалістичні фразеологізми відображають багатовікові спостереження людини за зовнішнім видом та поведінкою тварин, показують ставлення людей до їх “братів менших” і є, тим самим, культурно-інформаційним фондом у кожній мові (Цуй, 2006). При “вузькому” розумінні розглянутого терміну, до зоонімів відносять систему назв реально існуючих тварин, що сформувалася в конкретному етносі і реалізується в традиційному мисленні носіїв мови.

Зооніми є невід'ємною складовою лексики китайської мови і часто входять до складу фразеологізмів. Фразеологізми з компонентами-зоонімами утворюються на основі образного уявлення про фенотипні характеристики та звички і диких, і свійських тварин. У цьому контексті зооніми у складі фразеологічних одиниць складають систему образів, що формують світобачення носіїв мови, зокрема китайської.

Семантичні конотації фразеологізмів зумовлені насамперед наявністю в них емоційного компоненту. Це пояснюється тим, що оцінка людиною якогось явища в межах семантики фразеологічних одиниць, як правило, тягне за собою емоційне ставлення, переживання. Цікавим є той факт, що в китайській та українській мовах є приклади формування як схожих образів-зоонімів, так і різних. Розглянемо конотаційну варіативність на прикладі фразеологічних одиниць, до складу яких входить зоонім 鸟 – птах.

比翼鸟 – дослівний переклад: птахи, що тримаються за крила. Фразеологізм використовується на означення пари закоханих, яку не можна розлучити. В українській мові є відповідники “живуть між собою, як голубів пара”, “любить свою любку, як голуб голубку”. Цей приклад ілюструє, що в обох мовах образ птаха традиційно був пов’язаний із поняттями “кохання”, “родина”, “вірність”.

Оціночний та емоційний компоненти конотації зазвичай пов’язані з експресивним компонентом, який декодується за допомогою лексичних інтенсифікаторів, що виражають більшу, в порівнянні з нормою, ступінь ознаки, як-от:

笨鸟先飞 – дослівний переклад: нетямуща пташка злітає першою. Вираз означає компенсацію браку знань, таланту, вмінь старанністю. В українській мові немає повного еквівалента цієї фразеологічної одиниці, серед часткових можна виділити: “ранній птах” (з компонентом-зоонімом), “хто рано встає, тому Бог подає” (без компонента-зооніма). У фразеологічній одиниці 笨鸟先飞 образ птаха підкреслюється лексичним інтенсифікатором 笨 (дурний, нетямущий).

Розглянемо більше фразеологізмів із компонентом-зоонімом 鸟 (птах) в обох мовах. З китайської мови: 穷鸟入怀 (бідна пташка ховається за пазуху), 鸟尽弓藏 (коли птахи перебиті, луки ховають), 惊弓之鸟 (пташка, яку лякали луком); з української: велика птиця (впливова людина), тільки пташиного молока нема (про повний достаток), стріляний горобець (про досвідчену людину). На наведених прикладах бачимо, що в китайській мові зоонім “птах” має більш негативне значення. Лексичні інтенсифікатори “бідний”, “вбитий”, “наляканий” вказують на те, що образ птаха в китайській мові має характеристики слабкої, убогої людини. В українській мові навпаки, птахам в більшості приписують позитивні якості.

Таким чином, у китайській та українській мовних картинах світу фразеологічні одиниці з зоонімічним компонентом займають важливе і особливе місце, оскільки тварини певною мірою є багато в чому дзеркалом людської поведінки, її вчинків. Вивчаючи фразеологію в лінгвокультурному аспекті, ми можемо підкреслити загальне та національно-специфічне в менталітетах двох народів.

## ЛІТЕРАТУРА

Цуй, К. (2006). Фразеологізми з анімалістичним компонентом у китайській мові. *Українська орієнталістика*, 1, 91–101.

## ПРИНЦИПИ КОМБІНАЦІЇ КОМПОНЕНТІВ У СТІЙКИХ СЛОВЕСНИХ КОМПЛЕКСАХ ПОЛІТИКІВ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ

**Омельчук М. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Капранов Я. В.**

*Доктор філологічних наук, професор,*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Відомою властивістю людської мови є її продуктивна комбінаторика. Це відбувається тоді, коли ми несвідомо поєднуємо голосні та приголосні в склади, склади в слова, слова в речення. Комбінаторика робить мову відкритою: ми завжди можемо створювати нові слова зі звуків нашої мови, коли нова концепція потребує назви, і ми можемо повідомляти про незліченну кількість складних думок за допомогою нових сполучень слів. Тому *комбінаторику* розглядаємо як властивість мови використовувати обмежений набір будівельних блоків для створення набагато більшого, можливо, навіть необмеженого, набору висловлювань, так і властивість людей мати справу з сигналами, структурованими в такий спосіб. Якщо брати до уваги еволюцію, вона також має дві сторони: (культурну) еволюцію комбінаторної структури в мовах і (біологічну) еволюцію механізмів роботи з комбінаторною структурою.

Термін “комбінаторна структура” може стосуватися комбінацій звуків мови (комбінаторна фонологія), комбінацій знаків у жестових мовах (які можна назвати комбінаторною сигнологією) або комбінацій значущих морфем чи слів (композиційна семантика). Хоча лінгвісти погоджуються з тим, що мова має комбінаторну структуру, існує дискусія щодо того, що є фактичними будівельними блоками. Так, будівельними блоками в комбінаторній фонології можуть бути фонемі, особливості (окремі артикуляційні / акустичні події, які поєднуються для створення фонем), склади або частини складів (початки, ядра та коди – кінцеві приголосні – наприклад), або, можливо, усі залежно від контексту та мови.

Таким чином, будівельними блоками в композиційній семантиці можуть бути морфемі та слова або конструкції.

## ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ АНГЛОМОВНОЇ БЬЮТІ-ІНДУСТРІЇ

Орел К. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Подсєвак К. С.

Кандидат філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

Динамічність є однією з головних тенденцій сучасного світу, яка проявляється в різноманітних сферах діяльності людини – від глобальної економічної ситуації до мінливих трендів моди, які не варто недооцінювати. Як зазначає К. П. Никитченко (2021), мода вже тривалий час є тим чинником, що скеровує суспільні зв'язки, а також створює нові напрями бізнесу, такі як створення профільних вебсторінок, комерційна комунікація в соціальних мережах, на телебаченні, видання тематичних журналів, які активно використовуються для рекламування модних брендів.

У широкому розумінні, до складу індустрії моди належить і так звана б'юті-індустрія, яку визначають як сферу життя, пов'язану із зовнішністю, куди входять, зокрема, сфера естетичної косметології і медицини, опис та продаж косметичних засобів і декоративної косметики, косметичні та оздоровчі процедури тощо (Хавкіна & Чуприна, 2021).

Зазначені послуги та товари найчастіше входять до життя суспільства за допомогою реклами. Як і будь-яка інша реклама, вона має на меті переконати споживачів придбати продукти б'юті-індустрії. Така персуазивна стратегія просування бажання купити косметичні засоби досліджувалась А. J. Abed & Н. Н. Маууф (2020) на матеріалі соціальних мереж та S. Ramadanty, А. М. Muqarrabin, W. Ayu Nita, I. Syafiganti (2020) на матеріалі відео-блогів.

Стратегія переконання в рекламі чи інших джерелах, пов'язаних із просуненням засобів краси, реалізується в мовленні через такі прийоми мовленнєвого впливу, як лексичні та граматичні, стилістичні засоби, композиційна структура мовленнєвого твору, когнітивні та логічні операції. На стилістичному рівні виокремлюють такі засоби, як риторичні запитання, паралельні конструкції, лексичні повтори, інверсія, гіпербола, літота, мейозис (Okulova, 2021). Начастотнішими є випадки використання метафор, епітетів, метонімії, менш поширеними є інверсія та еліipsis.

Для передачі такої стратегії в перекладі застосовують низку перекладацьких прийомів, серед яких варто виокремити:

- Калькування: *Viktor&Rolf Flowerbomb Eau de Parfum* (метафора) – парфумована вода Квітковий Вибух від Віктор-енд-Рольф;
- Функціональна/ Контекстуальна заміна: *DMK has formulated a range of treatments and products that encourage skin to perform like youthful healthy skin*. (метафора, епітет) – Компанія DMK розробила протоколи лікування та косметологічну продукцію, які перетворюють шкіру на молоду і здорову.

• Описовий переклад: *long-lasting liquid lip color* (епітет) – рідка помада, яка тримається весь день;

• Антонімічний переклад: “*I fell in love with this beauty product [skin tint]*” – (метафора) – Неможливо не закохатись в цей засіб для шкіри.

• Конкретизація: *Erase imperfections and smooth uneven skin texture.* (метафора, епітет) – Мінімізує видимість недоліків та вирівнює тон шкіри.

Особливим аспектом перекладу є мовно-культурна адаптація, яка дозволяє уникнути використання табуйованих, образливих в певній культурі понять та образів. Так, в рекламі відомої марки шампуню англійською “*You won't believe it's a dandruff shampoo*” в перекладі українською перетворився на “Красиве волосся завжди в моді”, де акцент зроблений не на боротьбі шампуню з лупою, а на красі волосся, що, вочевидь, важливо для української аудиторії.

Отже, ретельний добір відповідників при перекладі реклами або інших джерел, що спеціалізуються на наданні інформації про продукти і послуги сфери краси, має вирішальне значення. Переклад найбільш частотних стилістичних засобів, метафори та епітетів, які використовуються при описі б'юті-продукції, реалізуються за допомогою таких трансформацій як калькування, заміна, описовий переклад, антонімічний переклад, конкретизація тощо. Варто зазначити, що зазвичай такі трансформації застосовуються комплексно з метою персуазивного впливу на реципієнта.

## ЛІТЕРАТУРА

- Никитченко, К. П. (2021). Неологізми-бленди дискурсу індустрії моди сучасної англійської мови: структурний та перекладознавчий аспекти. *Вісник КНЛУ. Серія Філологія*, 24(2), 60–68. <http://surl.li/fqjjv>
- Хавкіна, О. М., & Чуприна, К. О. (2021). Неологізми в англійській мові: рекламні тексти б'юті-індустрії. *Нова філологія*, 84, 262–267. <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2021-84-37>
- Abed, A. J. & Mayuuf, H. H. (2020). A Socio-pragmatic Study of Persuasion in the Cosmetic Advertisements on Social Media. *PJAE*, 17(6), 16481-16503. <http://surl.li/fqjjs>
- Okulova, L. O. (2021). The peculiarities of rendering persuasion strategy in translating American beauty-industry commercials into Ukrainian. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 47(3), с. 140–143. <http://surl.li/fqjpp>
- Ramadanty, S., Muqarrabin, A. M, Ayu Nita, W., Syafganti, I. (2020). Examining the effect of the persuasive message of beauty vloggers on information acceptance of eWOM and purchase intention: the study of consumers of beauty products in Jabodetabek, Indonesia. *Pertanika Journal of Social Science & Humanities*, 28(2), 763–775. <http://surl.li/fqjjn>

## РЕСПУБЛІКА КОРЕЯ В МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

**Орос С. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Пророченко Н. О.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Республіка Корея (РК) на даний момент є однією з найрозвиненіших країн Азійського регіону, за рівнем ВВП – \$1,63 трлн дол. – вона посідає 13 місце у світі (Economy Rankings, 2022). Економічний потенціал і залучення до важливих регіональних та глобальних процесів обумовлюють активну зовнішню політику держави. Республіка Корея є активним учасником міжнародних організацій: ООН, АТЕС (форум Азійсько-Тихоокеанського економічного співробітництва), Азійського банку розвитку, ЄБРР, Групи-77, Світового банку, Міжнародного валютного фонду, Інтерполу, ОБСЄ (партнер), ЮНЕСКО, Світової організації торгівлі, Організації економічного співробітництва і розвитку.

Важливим напрямом діяльності корейської дипломатії з моменту заснування корейського уряду в 1948 р. є Організація Об'єднаних Націй. У 1949 р. Південна Корея приєдналася до Продовольчої та сільськогосподарської організації, Всесвітнього поштового союзу і Всесвітньої організації охорони здоров'я. Проте, спроби стати повноправним членом ООН наштовхувались на право вето СРСР та КНР. Тільки у 1991 році Республіка Корея (і КНДР) стала членом ООН, що розширило її можливості у міжнародному співробітництві: держава була непостійним членом Ради Безпеки ООН і членом Економічної та Соціальної Ради (ЕКОСОР); головувала на 56-й Генеральній Асамблеї ООН. У 2007 р. корейській дипломат Пан Гі Мун став 8-м генеральним секретарем ООН (2007–2016, роки перебування на посаді). Республіка Корея, є одним з важливих спонсорів ООН.

Розвиток відносин з країнами Південно-Східної Азії є одним з пріоритетних для Південної Кореї. Однією із потужних регіональних організацій тут є Асоціація держав Південно-Східної Азії (АСЕАН), яка була створена у 1967 р. і об'єднує 10 держав. Діалог Республіки Корея і АСЕАН розпочався в листопаді 1989 р. На 24-й зустрічі АСЕАН на рівні міністрів, яка відбулася в Куала-Лумпурі в липні 1991 р., країна отримала статус повноправного регіонального партнера АСЕАН. У 1997 р. було запроваджено співробітництво за формулою АСЕАН+3 (Китай, Японія, Південна Корея) для посилення економічної стабільності в регіоні. У 2019 р. АСЕАН і Південна Корея відзначили 30-ту річницю діалогу урочистим самітом в Пусані. Результатом стала Спільна заява про бачення як стратегічна основа для зміцнення партнерства на наступні роки. Республіка Корея виступала співголовою міжсесійної зустрічі з питань нерозповсюдження та роззброєння (2018-2020) і є співголовою з безпеки (2021-2023) (ASEAN Korea, 2022), вона підтримує прагнення АСЕАН створити в регіоні зону миру, свободи, нейтралітету і без ядерної зброї.

Важливим напрямом міжнародної співпраці для Республіки Корея є Організація Азійсько-Тихоокеанського економічного співробітництва (АТЕС). Це економічний форум, що складається з 21 країни. Міністри та високопосадовці країн-членів зустрічаються на постійній основі протягом року. Важливим кроком для створення інституційної основи АТЕС стало прийняття Сеульської декларації АТЕС у 1991 р., де сформульовано основні завдання АТЕС: підтримання економічного зростання країн регіону; зміцнення багатосторонньої системи торгівлі з урахуванням посилення економічної взаємозалежності економік країн-членів; ліквідація обмежень щодо пересування між країнами товарів, послуг, капіталів, технологій і робочої сили (Велика українська енциклопедія). Нині АСЕАН стрімко перетворюється на своєрідний локомотив економічної інтеграції Східної Азії через наявність великого та досить ємного ринку, здатного конкурувати як з американською, так і з європейською економічними зонами, що, у свою чергу, приваблює країни Азії, зокрема, найбільш перспективні з погляду своїх інтеграційних можливостей – Японію, Китай і Південну Корею. Південна Корея входить до числа провідних експортерів і відіграє важливу роль у світовій торгівлі поряд із Китаєм та Японією. Корея прагне брати активну участь у цьому процесі, беручи на себе лідерство в обговоренні актуальних питань.

Співпраця Республіки Корея з міжнародними організаціями акцентована на досягненні міжнародної підтримки миру і стабільності, розширенні співпраці в семи пріоритетних сферах: гуманітарна допомога та ліквідація наслідків катастроф, безпека на морі, військова медицина, протидія тероризму, миротворчі операції, гуманітарне розмінування та кібербезпека.

## ЛІТЕРАТУРА

Велика українська енциклопедія. <https://vue.gov.ua>

ASEAN Korea Cooperation. <https://www.aseankorea.org/eng/Activities/activities.asp>

Economy Rankings: Largest countries by GDP. (2022).

<https://ceoworld.biz/2022/03/31/economy-rankings-largest-countries-by-gdp-2022/>

## ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ “ГРИ СЛІВ” В ПОП-КУЛЬТУРІ

**Осипьонук В. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Білоус О. М.**

*Кандидат філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Протягом майже двох століть увагу науковців привертає таке явище як каламбур (інші назви “гра слів”, “мовна гра”). Серед дослідників існує дискусія про те, чи можна вважати поняття “мовна гра” і “каламбур” ідентичними.



“Гра слів – використання звукової, граматичної форми мовних одиниць для створення несподіваних фонетичних та семантико-стилістичних ефектів, що базується на обігранні суголосся слів при відмінностях у їх значеннях. Мовною грою є тавтологія (тьма тьменна), евфемізм чи посилання на нього (П. Воронько: “Я той, що греблі рвав. / Я не сидів у скелі, / Коли дуби валились вікові”), омонім (Т. Шевченко: “Діти, діти, де мені вас діти?!”), паронім (В. Блакитний: “Треба гартуватися і гуртуватися”), з її допомогою досягають комічного чи сатиричного зображення (свинаря замість семінарія у повісті “Люборацькі” А. Свидницького, чухраїнці з однойменної гуморески Остапа Вишні). (Літературна енциклопедія, 2007, с. 239).

“Каламбур – (франц.calembour) – стилістичний прийом, заснований на багатозначності, за якого гра слів (омонімів, паронімів, повторів, будь-яких форм багатозначності), витворює ефект подвійної семантизації, зумовлює появу фразеологізмів, неологізмів, часто вживається в комічному та сатиричному контекстах. Наприклад, “Прийомний син барона був баран” (Ліна Костенко). (Літературна енциклопедія, 2007 с. 453).

Гра слів трапляється не тільки в усіх жанрах вітчизняної та зарубіжної літератури, але також у повсякденному мовленні (анекдотах) та жанрах так званої поп-культури (коміксах, комедіях, рекламі, журналістських текстах тощо). Сьогодні рідко трапляються друковані твори або серіали, фільми, шоу тощо, де б не використовувалася гра слів. Будь-який фразеологічний каламбур будується за допомогою трансформацій, суть яких полягає у руйнуванні форми або змісту початкової фразеологічної одиниці і при цьому досягається одночасне сприйняття прямого та переносного компонентів – явище подвійної актуалізації. Прикладом є утворення назви відомого німецького рок-гурту Rammstein. Назва походить від міста Рамштайн, де у 1988 році сталася авіакатастрофа, з подвоєнням букви “m”, як у слові *rammen* (врізатися).

У романі Г. Дроздовського “*Damals in Czernowitz und rundum. Erinnerungen eines Altösterreicherers*” є багато прикладів мовної гри, заснованої на співзвуччі: “Ein Hütchen hat sie aufgehabt mit *Kolibris*, dabei würden zu ihrer Masse doch Vögel schwereren *Kalibers* passen!”. Для досягнення адекватного відтворення тексту українською мовою перекладач П. Рихло використовує прийом калькування: “На ній капелюшок з колібрі, тимчасом як до її маси підійшли би птахи важчого калібру!”. Також у творі є приклад гри слів, заснованої на омонімії: “*Von Tauben und Tauben*”. У німецькій мові слово *Tauben* значить голуб, а також глухий. Таким чином, автор роману повідомляє читачів, що у розділі з такою назвою мова буде йти про чоловіка з вадами слуху, а також про голубів.

У рекламних текстах таке явище, як гра слів, зустрічається досить часто. Вона допомагає привернути увагу читача і зробити текст більш запам’ятовувальним. У телевізійних рекламах 2018–2019 р. на українських телеканалах використовувалася гра слів на фонетичному, графічному, лексичному, граматичному, текстово-дискурсивному рівнях. На лексичному рівні здебільшого актуалізовано пряме та переносне значення ужитих слів, як

наприклад, у рекламі миючого засобу “Фейрі”: “20 років чистих перемог над жиром”. За “Тлумачним словником української мови в 11 томах” подається 13 значень ад’єктива “чистий”, серед наведених значень прикметника “чистий” у рекламному слогані актуалізовано пряме значення – “незабруднений” і периферійне, яке в словнику подане як застаріле – “повний, цілковитий, остаточний”.

У німецькомовних рекламних текстах використовуються механізми створення нових дієслів на основі не тільки загальних іменників, німецьких або запозичених, але й на основі власних назв і аббревіатур. Прикладом є реклама автомобіля Chrysler Cruiser Cabrio: *Wie genießt man in einem Auto am stillvollsten die Sonne? Zu viert, mit Gepäck? Ganz einfach. Cruisen, statt fahren!* – дієслово утворюється від власної назви моделі автомобіля. Досить часто спостерігається тенденція утворення дієслів від інших частин мови, найчастіше від основ іменників. Прикладом є реклама весняного меню в McDonald’s – “Also, *gemüsen* Sie jetzt, grüner wird’s nämlich nicht!”. Дієслово *gemüsen* означає *sich Gemüse besorgen*. Ще одним прикладом слугує реклама продукції Danon, у якій закликають: “Erdbeeren Sie Ihre Absatzkräfte”. Цей заголовок базується на виразі “Steigern Sie Ihre Absatzkräfte”, але дієслово *steigern* замінили на новоутворене *erdbeeren*. У основі виразу лежить обігрування рекламного гасла “Stärkt Ihre Abwehrkräfte”, але *Abwehrkräfte* замінюється співзвучним *Absatzkräfte*. Таким чином, змінюється адресат, компанія звертається до продавців і пропонує їм збільшити продажі за допомогою продукту з новим полуничним смаком.

## ЛІТЕРАТУРА

- Ковалів, Ю. І. (2007). *Літературознавча енциклопедія* : у 2 т. Видавничий центр “Академія”.
- Білоус, О. М. (2005). Гра слів як перекладацька проблема. *Вісник Сумського державного університету. Серія Філологічні науки*, 5(77), 35–41.
- Бугай, Т. (2016). Специфіка перекладу фразеологічних каламбурів. *Магістр*, 24, 41–43.
- Павлюк, А. М., Заполовський, М. В. (2021). Лексичні особливості перекладу засобів комічного з німецької українською мовою. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*, 48(3).
- Носенко, М. М. (2013). Лінгвокогнітивний аспект реалізації мовної гри у німецькому словотворі (на прикладі рекламних текстів). *Мова і культура*, 16(3), 289–294.
- Кондратенко, Н. В. (2019). Мовна гра в рекламному теледискурсі як вияв лінгвокреативу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*, 38(3).
- Білодід, І. К. (1970–1980). *Словник української мови: в 11 тт.* Наукова думка.

## ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТИЛЬОВІ ОСОБЛИВОСТІ ІМПЕРАТИВУ КИТАЙСЬКОГО ДІЛОВОГО ДИСКУРСУ

**Осмоловська А. Д.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Шевченко К. В.**

*Кандидат педагогічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Останні десятиліття багато лінгвістів приділяють увагу дослідженню категорії імперативності, що зумовлено актуальністю вивчення спонукальних форм та їх значень у різних аспектах: структурно-семантичному, функційному, прагматичному, комунікативному, а також особливості їхнього прояву у різних мовних стилях.

У роботі М. Вінтоніва та К. Бортун (2020) імперативними характеризують висловлення, у яких мовець самим фактом свого існування намагається каузувати виконання експліцитно вказаної у цьому висловленні дії. У науковій літературі поняття імперативу частково отожднюють із граматичною категорією способу дієслова, а її вивчення належить до актуальних завдань теоретичної морфології та стилістики.

Обов'язковими компонентами імперативності є такі значення: 1) каузативність; 2) перформативність; 3) контрольованість. Без цих семантичних компонентів висловлення не може бути охарактеризований імператив, навіть якщо він має дієслівну імперативну форму (Вінтонів & Романюк, 2020).

Активне вивчення імперативу сьогодні відбувається також у синології. Роботи багатьох лінгвістів доводять, що сучасна китайська мова має дуже широкий спектр мовних засобів реалізації імперативності: модальні частки, дієслова та модифікатори, заперечні прислівники, каузативні дієслова та конструкції, інтонація як фонетичний засіб реалізації імперативності (Логін, 2022). Актуальність цієї роботи зумовлена потребою детального дослідження функціонально-стильових особливостей імперативу китайського ділового дискурсу.

Діловий дискурс передбачає собою взаємодію комунікантів, зумовлену розв'язання різних професійних завдань (Словська, 2015). Ділове спілкування характеризується стриманістю, конкретикою та структурованістю, результатом чого є краще за якістю підготовлений мовний продукт. Його невід'ємними рисами також є офіційність та тональність. У процесі ділового спілкування його учасники намагаються дотримуватися норм ділового етикету, через що функціонування імперативу також буде підпорядковане усталеному етикетному обмеженню.

Так, у діловому дискурсі китайської мови буде функціонувати ввічлива форма імперативних речень. Для пом'якшення спонукальних речень і передачі ввічливої форми будуть використанні модальних дієслів, таких як наприклад: 能, 可以, 该, 应该, а також каузативних, такі як: 请, 要, 要求, 保证 та інші.

Наприклад: 请您在10月28日以前给予答复。 *Просимо Вас надати відповідь до 28 жовтня.*

Різні дискурси мають різні форми імперативного висловлення. Будь-яке імперативне висловлення зазнає в певному комунікативному акті відповідної конотації імперативу. Перспектива подальшого дослідження полягає в потребі детального вивчення засобів вираження спонукання до дії у діловому дискурсі сучасної китайської мови.

## ЛІТЕРАТУРА

- Вінтонів, М. О., & Бортун, К. О. (2020). *Структурно-семантичні типи та функції імперативних висловлень у публіцистичному й офіційно-діловому стилях*. Авторитет.
- Вінтонів, Т. М., & Романюк, Л. В. (2020). *Конотативні вияви імперативних висловлень у сучасній лінгвістиці. Закарпатські філологічні студії*, 1(13), 22–28.
- Єловська, Ю. В. (2015). Реалізація табу в діловому дискурсі (на матеріалі ділового мовлення українців). *Одеський лінгвістичний вісник*, 5(1), 48–51.
- Логін, К. О. (2022). *Мовні засоби реалізації імперативності в сучасній китайській мові: [Кваліфікаційна робота магістра, Київський національний лінгвістичний університет]*. Репозиторій Київського національного лінгвістичного університету.  
<http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/1787878787/2869/%20%20%20%20.pdf?sequence=1>

## ВПЛИВ АНГЛІЦИЗМІВ НА ТЕХНІЧНУ ЛЕКСИКУ СУЧАСНОЇ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ

**Павлович Я. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Валігура О. Р.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Відповідно до загальної тенденції в китайській мові з'являється значна кількість лексичних запозичень на позначення нових реалій або понять. Велику частку запозичень становлять англіцизми, проблема виникнення яких стала більш актуальною у зв'язку зі швидкими темпами глобалізації, що тягне за собою не тільки соціальні зміни в житті китайського суспільства, а й лексичні зміни в китайській мові (Turmys, 2021).

Англіцизм – це різновид мовного запозичення: слово, його окреме значення, вислів тощо, які запозичені чи перекладені з англійської мови, також утворені за її зразком. Метою нашого дослідження є вплив англійських запозичень на технічну лексику сучасної китайської мови та

їх структурні особливості. Вивчення цього питання є досить актуальним, бо останнім часом в китайській мові почали активно з'являтися та широко вживатися англійські аббревіатури та змішані аббревіатури, вивчення яких дуже цікавить на сучасному етапі спеціалістів, що досліджують китайську мову (Федічев, 2005).

Англійцизи мають вагомий вплив на формування технічної лексики сучасної китайської мови. Через довге перебування Китаю в ізоляції, західні технології почали розвиватись набагато швидше, ніж китайські. Лише після проведення політики реформи “відкритості” Китай почав в технологічному плані наздоганяти інші країни, а згодом навіть випереджати їх. Зважаючи на ці обставини, в сучасній китайській мові гостро постала проблема проникнення запозичень з англійської мови.

Зараз Китай є однією з найбільш прогресивних країн світу, що активно розвиває різні технології, в тому числі з виробництва, тому ми можемо зазначити шалену популярність у запозиченні лексики в ІТ-сфері та на позначення технологічного обладнання в китайській мові. Оскільки наразі в Китаї знаходиться дуже багато підприємств з виробництва найсучаснішого обладнання, а сфера ІТ є однією з основних та найпрогресивніших сфер, англійцизи дуже швидко поширюються серед китайців і легко сприймаються ними.

Найбільш характерними запозиченнями в китайській мові є саме семантичні запозичення, бо вони є пояснювальним перекладом іншомовного слова засобами китайської мови. Завдяки цьому вони не здаються носіям мови чужими та незрозумілими й легко входять у вжиток (Федічев, 2005).

Саме тому і для позначення технічного обладнання зазвичай використовується семантичний переклад, який є описовим і дозволяє краще зрозуміти даний термін. Наприклад: “осушувач” (dehumidifier) перекладається як 除湿机 (chú shī jī), дослівно – “механізм (机), для видалення (除) вологи (湿)”. Або ж слово “подрібнювач” (grinder), що перекладається як 粉碎机 (fēnsuǐjī), а дослівно означає “механізм (机), для подрібнення (粉碎)”.

Як показують попередні два приклади, для позначення технічного обладнання часто використовується напівфікс 机 jī (механізм). Напівфіксами у китайській мові називаються синтаксично самостійні морфеми, які частково втрачають своє лексичне значення у складі інших слів.

Прикладом даних видів напівфіксів, які не досягли достатнього рівня граматизації, виступають суфікси 机 jī (механізм) та 器 qì (інструмент), що найчастіше використовуються для позначення технічного обладнання. Самостійність даних одиниць особливо помітно проявляється при перекладі, коли утворений за допомогою даної морфеми термін можна перекласти за допомогою словосполучення з умовною моделлю “дієслово + слово “механізм/інструмент”.

Наприклад: 造粒机 (zào lì jī) – “гранулятор” (nodulizer). Морфологічні мотиватори: 造粒 zào lì – “гранулювати”, 机 jī – “механізм”. Термінотворення: напівфіксація по типу “дієслово + напівсуфікс 机”.

У результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що англіцизми стали невіддільною частиною словникового складу китайської мови та мають величезний вплив на формування технічної лексики. Майбутні дослідження цієї проблеми залишаться актуальними з огляду на те, що процес запозичення мовних одиниць є еволюційним явищем, а отже, потребує постійного дослідження та пильної уваги з боку лінгвістів.

#### ЛІТЕРАТУРА

- Федічев, О. (2005). Запозичення у текстах економічної та юридичної тематики у китайській мові. *Китайська цивілізація: традиції та сучасність*, 96–99.  
<https://sinologist.com.ua/wp-content/uploads/2016/02/Федічев.pdf>
- Turnys, O. (2021). English borrowings in Chinese: features of functioning. *Китаєзнавчі дослідження*, 1, 229–241.  
<https://doi.org/10.51198/chinesest>

### ВИНИКНЕННЯ ДЕРЖАВИ ІЗРАЇЛЬ В 1948 Р. ЯК ВИКОНАННЯ БОЖОГО ПРОРОЦТВА?

**Пасічнюк В. Ю.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Голець О. Я.**

*Кандидат філософських наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Після вигнання євреїв із їхньої землі римлянами у 70 р. н. е. у народа Ізраїлю не було своєї держави до 1948 р. Хоча й до 70 р. Іудея була провінцією у Римській імперії із 63 р. до н. е. Фактично 2000 років євреї не мали своєї держави. Але єврейська держава відновила своє існування і проголосила незалежність 14 травня 1948 р.

Держава Ізраїль сьогодні географічно існує саме там де вона має існувати згідно з ТаНаХом (Старий Заповіт, Біблія). Згідно Священних текстів, Бог заповідував Аврааму ту землю, на якій зараз існує Ізраїль (Біблія, 1962, Бут. 12:1-3; Бут. 17:7-8). Але приналежність цієї території саме єврейському народу викликає запитання та незгоду у представників інших народів. І дійсно, у Авраама був син не тільки Іцхак, від якого народився Йаков, від якого вже всі потомки були євреями, а й Ішмаель, прабатько арабів. Чи означає це що ця земля належить також і арабам? Відповідь можна побачити у 17 та 26 розділі книги Буття, в яких вказується, що Бог заповідає цю землю саме Іцхаківі. Але у Іцхака також був не тільки син Йаков, який вважається прабатьком євреїв, але й син Ісав, котрий є батьком Едомлян. І знову постає питання, чи Священні тексти вказують, що земля Ізраїлю також належить і нащадкам Ісава? Сам текст знову чітко вказує, що Бог обіцяє цю землю в вічне володіння саме Йакову (Біблія, 1962, Бут.48:3-4). Більш того, Бог підтверджує свою обіцянку після виходу єврейського народу із Єгипту.

Отже, релігійне обґрунтування приналежності території Ізраїлю зафіксоване в Старому Заповіті (ТаНаХу), який визнають не лише євреї, але й християни та араби. Більш того, навіть у Корані немає такого поняття як Палестина, але згадується Ізраїль (Коран, 2015).

У книгах пророків, у Старому заповіті, який приймають також і араби, не одноразово зазначається те, що Бог збере свій народ на Ційоні (Сіоні). І ось приклад декількох із них.

Єремія 31:3-4: “Здалека Господь з’явився мені та й промовив: Я вічним коханням тебе покохав, тому милість тобі виявляю! Ще буду тебе будувати й відбудована будеш, о діво Ізраїлева!” (Біблія, 1962, Єремія 31:3-4).

Єремія 23:3,7-8: “А Я позбираю останок отари Своєї (Ізраїль) зо всіх тих країв, куди Я їх повиганяв був, і їх поверну на пасовиська їхні (земля Ізраїля), і вони порозплоджуються та розмножаться. Тому наступають ось дні, говорить Господь, і не будуть уже говорити: Як живий Господь, що вивів синів Ізраїлевих із краю єгипетського, а тільки: Як живий Господь, що вивів і випровадив насіння дому Ізраїлевого з північного краю, і зо всіх тих країв, куди їх був повиганяв! І осядуть вони на своїй землі”. (Біблія, 1962, Єремія 23:3, 7-8)

Також є пророцтва про створення держави Ізраїль, саме таким чином, яким це відбулося.

Ісаія 66:8: “Хто таке коли чув, і хто бачив таке? Чи зроджена буде земля в один день, чи народжений буде народ за одним разом? Бо як тільки зазнала Сіонська дочка породіви дрижання, то синів своїх вже породила...” (Біблія, 1962, Ісаія 66:8).

По суті, держава Ізраїль була створена за один день хоча, звісно цьому передували резолюції ООН.

Також є пророцтва про те що говорять що вже немає надії на утворення держави Ізраїль, але Бог каже через пророка, що буде чудо, народ Ізраїля, народ Божий буде жити на землі Ізраїля, те що, як ми бачимо, і відбулося у 1948 р.

Єзекіїл 37:11-14: “І сказав Він мені: Сину людський, ці кісті вони ввесь Ізраїлів дім. Ось вони кажуть: Повисихали наші кісті, і загинула наша надія, нам кінець! Тому пророкуй та й скажеш до них: Так говорить Господь Бог: Ось Я повідчиняю ваші гроби, і позводжу вас із ваших гробів, мій народе, і введу вас до Ізраїлевої землі! І пізнаєте ви, що Я Господь, коли Я повідчиняю ваші гроби, і коли позводжу вас із ваших гробів, Мій народе! І дам Я в вас Свого Духа, і ви оживете, і вміщу вас на вашій землі, і пізнаєте ви, що Я, Господь, сказав це й зробив, говорить Господь!” (Біблія, 1962, Єзекіїл 37:11-14).

Це тільки декілька пророцтв про державу Ізраїль, повернення Ізраїлю на свої історичні, Богом обіцяні землі. По всьому тексту Біблії, у кожній книзі, можна зустріти тему Ізраїлю та євреїв, тому втрати та відновлення єврейської держави. І вражаючим є те, наскільки історичний досвід існування єврейського народу, втрата та відновлення єврейської держави на чітко визначеній території відповідає тому, що було написано в Священних текстах тисячі років тому.



## ЛІТЕРАТУРА

Огієнко, І. (Пер). (1962). Біблія.

<https://www.wordproject.org/bibles/uk/index.htm>

Ойєрбах Моше. (2008). Єврейська історія. Оглядний матеріал з історії єврейського народу, що налічує понад 3000 років.

<https://toldot.com/history.html>

Якубович, М. (Пер.). (2015). *Коран*. Основи.

## ВІДТВОРЕННЯ ПРЯМОЇ МОВИ В ТЕКСТАХ АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ

**Петренко Т. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Карпенко Ю. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Пряма мова дуже поширена в текстах художнього дискурсу. Особливості її відтворення є актуальним предметом дослідження у сфері українського перекладознавства, оскільки немає робіт, які б ґрунтовно розглядали це явище, а не тільки окремі складники.

Пряма мова – чужа мова, передана дослівно від імені того, кому вона належить. Слова, що вказують на таку належність і на те, як пряма мова висловлена, називають словами автора (Ющук, 2012, с. 250).

У художньому дискурсі пряма мова має певні особливості, серед яких виокремлюють розмовний стиль, короткі речення, наявність вигуків, звертань, зменшувано-пестливих форм слів, нецензурної та національно забарвленої лексики. Це все допомагає розкрити героїв, передати їхні емоції, показати ставлення до подій та інших персонажів. Крім того, пряма мова робить текст цікавішим і динамічнішим для читача.

Всі вищезгадані особливості повинні бути враховані при перекладі, адже важливо відтворити емотивні фрази, специфіку мовлення і риси персонажів, які проявляються в прямій мові справити таке саме враження на читача, як і оригінальний текст. Тому, аналізуючи українські переклади англійських художніх творів, можна помітити такі трансформації, які характерні для процесу перекладу прямої мови.

Перш за все, це цілісне перетворення, яке застосовується для перекладу сталих розмовних фраз, які неможливо перекласти буквально або використовуючи будь-яку іншу трансформацію. Тобто ми змінюємо фразу або речення так, що воно мало нагадує структуру оригінального, але значення зберігається (Максімов, 2016, с. 131). “*Well then, said his new friend, “help yourself.” – От і чудово, – сказав новий друг нашого героя. – Тоді пригощайтеся.*”

Також, читаючи переклади, можна знайти багато прикладів конкретизації. Заміна елементів з ширшим значенням вужчими еквівалентами потрібна

при перекладі особового займенника “you”, оскільки в українській мові існує більше займенників, які виражають звернення до однієї людини та групи: ти, ви, Ви. Залежно від контексту та стосунків між персонажами перекладач повинен обрати відповідний варіант. “Have you been here before?” asked the tall man. – Ви вже тут були? – запитав чоловік; “You, I think.” – Напевно, тебе.

Продовжуючи тему займенників, ми також можемо зробити висновок, що для перекладу прямої мови дуже характерне вилучення. В українській мові немає такої потреби в особових займенниках, як в англійській, адже в нас змінюються закінчення залежно від особи і часу. Саме тому при перекладі такі займенники здебільшого вилучають. “He’s wondering where the stone fell, and how to reach it first,” said Sextus... – Міркує, куди впаде моназ і як знайти його раніше за інших, – відгукнувся Секстус...

При перекладі прямої мови в художніх творах часто необхідна компенсація, особливо для передачі національно-зabarвленої лексики. “And back where you come from you mutter ‘em to babes alongside of a ‘Rock-a-Bye-Baby’ or a ‘Rub-a-Dub-Dub,’ without a second thought...” – А там, звідки ти прийшов, ви й оком не моргнувши розповідаєте таке своїй дітворі разом з “ой люлі-люлі” чи “сорока-ворона”...

Модуляція також робить внесок у природніше звучання мовою перекладу. Деякі дієслівні конструкції є звичнішими для української мови, коли вони передані не в такому ж форматі, як в оригіналі, а використана трансформація, яка видозмінює дієслівні комбінації за трикутником зв’язків “причина – процес – результат” (Максімов, 2016, с. 129). “They say that Mister Monday himself is counted amongst your admirers,” said Louisa Thorn... – Кажуть, за тобою впадає навіть пан Мандей, – сказала їй Луїза Торн.

У частині речень з непрямою мовою застосовують транспозицію звертань, тобто звертання, які в мові оригіналу стоять в кінці речення, в українській мові органічніше перенести на початок. “I beg your pardon, Father, Mother,” said Tristran...” – Тату й мамо, перепрошую, – сказав Трістран...

Якщо морфологічна заміна не є однією з найпоширеніших трансформацій під час перекладу прямої мови, то синтаксична зустрічається дуже часто. Зміна комунікативного типу речення, членування або об’єднання речень відбувається через різницю в структурі мов а також для досягнення природності звучання і збереження розмовного стилю в мові перекладу. Наприклад, для українського розмовного стилю більше властиві риторичні запитання, тому і потрібна зміна комунікативного типу. “That,” she said severely in his ear, “is nothing like a little owl.” – Це, по-вашому, сич? – почув він її голос біля самісінького вуха.

Також важливо звернути увагу на переклад вигуків, лайливих слів, звертань та зменшувано-пестливих слів, оскільки вони часто не мають прямих відповідників в українській мові і для еквівалентності перекладу потрібно підбирати інші слова та фрази, застосовувати додавання чи вилучення, виходячи з контексту, прагматики та емоційного забарвлення речення.

Отже, з огляду на проаналізований матеріал можна зробити висновок, що найпоширеніші і найважливіші трансформації при перекладі прямої мови в художньому дискурсі – це цілісне перетворення, конкретизація, вилучення, компенсація, модуляція, транспозиція та синтаксична заміна. Вони допомагають досягти еквівалентності та адекватності перекладу.

## ЛІТЕРАТУРА

- Максімов, С. Є. (2016). *Практичний курс перекладу (англійська та українська мови). Теорія та практика перекладацького аналізу тексту* (3-тє вид., виправлене та доповнене). Вид. центр КНЛУ.
- Юшук, І. П. (2012). *Практикум з правопису і граматики української мови*. Освіта.

## РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ НЕВЕРБАЛЬНОЇ МЕТАФОРИ В КОНТЕКСТІ ТЕАТРАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА

**Петрук О.В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Костанда І.О.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Феномен метафоричності театру є досить мало дослідженим. Розмивання меж концепту метафори, спричинило те, що метафорою стали називати будь-який спосіб непрямого та образного вираження сенсу, що існує у художньому тексті та в образотворчих мистецтвах: живописі, кінематографі, театрі. Разом з тим, було б помилково вважати, що поняття метафори як стилістичної фігури рівнозначне поняттю метафори, утвореної в процесі сценічної дії невербальними засобами театру, де функцію переносного значення може здійснювати знак чи символ. Метафора, широко представлена в теорії лінгвістики кінця ХХ століття, стрімко зайняла позиції механізму мислення, привертаючи інтерес дослідників, що дозволяє виробити узагальнене уявлення про феномен метафори з метою наступної екстраполяції універсальних принципів на поняття невербальної метафори та метафоричності театру. Фактично, прослідковується зміщення наукового фокусу з феномена метафори на феномен мислення шляхом метафори, тобто теорія пізнання починає переходити з освоєння мови до освоєння ментальних процесів. Мовленнева теорія метафори розглядає метафору як частину мови і відзначає деякі ключові питання у цьому напрямку: структурна відмінність метафори від порівняння і гіперболи, творча робота метафори зі збагачення мови.

Під метамовною теорією метафори, Кассіер (1946) має на увазі позиціонування метафори як способу думки, інструменту мислення, мета якого поєднання мовного та ментального просторів (с. 36). В наш час

метафора розглядається як свідоме перенесення назви одного уявлення на інше з метою пізнання і осмислення світу. Метафоричне мислення розглядається як частина міфічного, яке набирає сили цілого і опановує вміння створення ефірного образу.

У театрі процес трансформації сенсу із області втілення форми в область прояву значень відбувається такій послідовності: глядач спочатку спостерігає візуалізацію ментального образу режисера, на основі якого силою власної уяви вибудовує метафору або іншу форму осмислення. Рікер (1986) зазначає, що метафоричність у спектаклі визначається не наявністю образів на основі словесних метафор, а наявністю невербальних метафор на основі образів (с. 453).

Питання про співвідношення метафори і символу як інструментів мислення розглядає американський філософ Уілрайт (1962), відмічаючи в метафорі духовну глибину. Він також акцентує увагу на взаємозв'язку повторюваних образів (смерть, кров, світло, колесо, вогонь), вважаючи можливим перетворення метафор в символи (с. 83). Таким чином, прослідковується логіка циклічного зв'язку між мовою, метафорою та символом як етапами в розвитку мислення.

Ортега-і-Гассет (2004) пише про здатність людського мислення замінити слово описом візуальної картинки предмета, переважно його функції: “вказувати напрямком” замість “компасу”, “чистити яблуко” замість “ножа”; тобто, в ментальному просторі мови мовленнєвий знак подається зображувальним знаком (с. 119). Це спостереження наочно демонструється у процесі між сценічною дією та глядацьким сприйняттям, коли зображувальний знак сприймається як словесний. Так, наприклад, у спектаклі функція звичайної чорної парасольки нейтралізується ритмічною чергою відкриття і закриття зонти, і в контекстній композиції з іншими елементами такий образотворчий знак може бути заміщений словом “крила”.

Досить цікавим є приклад Сосюра (1916) про шахового коня, який може бути заміненим будь-яким предметом (с. 99). Це явище базується на принципі взаємодії значимості та значення об'єкта, який закладений в основу поняття театральності. Очевидно, що кінь набуває значення тільки в контексті шахової гри, і предмет, який його заміняє, ототожнюється з конем за умови надання йому такої значимості. Таким чином, певний об'єкт асоціюється з конем, хоча насправді таким не являється.

Так, у театрі вищезгадана чорна парасолька в контексті сценічної дії може замінювати різноманітні поняття: тростину, шпагу, рушницю, крило, ніч, сон тощо. З позиції семіології, парасолька безумовно є знаком, однак в той же час створюється хибне представлення про невербальну метафору, яка не утворює нових смислів і не має перспектив існування поза рамками твору. Знак у цьому випадку лише імітує метафору. Невербальна метафора, освоюючи ментальний рівень формування та сприйняття значень, завжди зберігає зв'язок з вербальною складовою, фіксація якої може стати способом визначення якісного аспекту візуальної метафори, що претендує на спосіб пізнання дійсності.

Лінгвіст Лакофф та філософ Джонсон (1980) вважають, що процеси людського мислення є метафоричними (с. 62). У метафорі люди бачать насамперед спосіб розуміння однієї речі в термінах іншої, вважаючи її єдиним способом сприйняття і усвідомлення в досвіді більшої частини дійсності. Заміщення за подобою, що визначає вербальну метафору в семантичній теорії, в мовному просторі театру є знаком. Окремо взятий знак не є метафорою, але може її імітувати. Слід припустити, що символ, у свою чергу, може користуватися механізмом метафори, як і метафора користується структурою знаку.

Акустичний образ невербальної метафори, утворений в концептуальному просторі глядача, має сугестивні властивості мовної (вербальної) метафори, тобто наділяє невербальну метафору здатністю асимілювати поняття шляхом порівняння, створювати передумови для нових смислових конструкцій, а також можливість проектувати метафоричні концепти як в сферу мови (знакової структури), так і в сферу міфу (символічного образу).

### ЛІТЕРАТУРА

- Cassirer, E. (1946). *The power of metaphor*. Dover Publications.
- Lakoff, G., & Johnsen, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- Ortega y Gasset, J. (2004). *Las dos grandes metáforas*. Biblioteca Nueva.
- Ricoeur, P. (1986). *The rule of metaphor: the creation of meaning in language*. Routledge.
- Saussure, F. (1916). *Course in General Linguistics*. Duckworth.
- Wheelwright, P. E. (1962). *Metaphor & Reality*. Indiana University Press.

## УКРАЇНЬСЬКА ФІЛОСОФІЯ ЛЮДЯНОСТІ: СТАНОВЛЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

**Підгрушна І. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Комісар Л. П.**

*Кандидат філософських наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

У найширшому розумінні поняття людяності означає спільний набір якостей, які пов'язуються з гуманністю, моральністю та соціальною відповідальністю людини. Це можуть бути такі ціннісно-етичні настанови як чуйність, толерантність, тактовність, повага до інших, доброта, милосердя, поміркованість, скромність та чесність. Сучасний український етико-філософський дискурс пов'язує поняття людяності з парадигмою Просвітництва, зокрема, В. Малахов зазначає: “всесвітньо відомий німецький філософ Еммануїл Кант дуже влучно описав цей термін: людяність – це здатність брати участь у долі інших людей” (Малахов, 2014, с. 95). На нашу думку, людяність для сучасного українця – це

поняття, яке описує найвищі ідеали та цінності, пов'язані з буттям людини. Тож людина, яка має людяність, вважається вищим рівнем людської моралі, що виявляється в готовності допомагати тим, хто знаходиться в скрутному становищі, вислуховувати думки інших, демонструвати розуміння і співчуття до їх проблем, цікавитися їх життям та добробутом, дотримуватися етичних принципів у взаєминах з іншими людьми. Також людяність є важливою якістю, яку ми повинні проявляти один до одного та до навколишнього світу. В ідеалі вона має сприяти створенню гармонійного та прогресивного суспільства, де кожна людина зможе розкрити свій потенціал та досягти успіху, при цьому не завдаючи шкоди іншим.

Філософське поняття людяності позиціонує людину не просто як сукупність фізичних та психологічних якостей. Тут суб'єкт постає як складна соціальна та духовна істота, здатна до розвитку та самореалізації, тож філософія людяності надає кожному право на повагу та гідне ставлення і це стає можливим завдяки розвитку людської свідомості та моралі. Адже “золоте правило моральності” з давніх-давен наголошує: людина повинна ставитись до інших так, як хотіла б, щоб ставилися до неї. Таким чином, філософське розуміння людяності включає ідею про відповідальність людини за свої дії та взаємини з іншими людьми і природою. На нашу думку, філософське розуміння людяності передбачає не лише гуманність та соціальну відповідальність, а й глибоку духовність, здатність до саморозвитку та пошук сенсу в житті.

В. Малахов наголошує: “не приділяючи людяності належної уваги, ми реально ризикуємо її втратити, адже людяність приховує у власних глибинах своєрідну здатність до самозабуття” (Малахов, 2014, с. 35). Дійсно, ми живемо в ту епоху, коли поступово втрачається таке поняття як “людиновимірність”. По-перше, це поняття описує те, що людина є центральним елементом всіх процесів і систем, які стосуються суспільства, культури, науки та техніки. По-друге, людиновимірність означає, що всі рішення, які приймаються в громадському житті, повинні бути спрямовані на задоволення потреб та інтересів людини, забезпечення її благополуччя та розвитку. По-третє, людиновимірність охоплює різні аспекти людського життя, такі як освіта, охорона здоров'я, робота, соціальна підтримка та інші сфери, які повинні бути спрямовані на забезпечення добробуту та розвитку людини.

В. Малахов у доповіді “Людство починається з людей” зазначив, що людяність є багатоликою, і потрібно зосередитись на її смисловому максимумі, на тому дійсно важливому для життя, що ми можемо знайти в цьому понятті, яке в першу чергу є поняттям моральним. Саме людяність робить людину людиною (Малахов, 2014, с. 54). Хотілося б також пригадати одне з інтерв'ю, під час якого мислитель акцентував увагу на тому, що в земному житті завжди присутнє те, що зверху “оповиває людське життя, те, що являється в тиші та легких дотиках, те, що звертається до нас” (Ткаченко, 2022, с. 296). На думку Віктора Ароновича, людське в людині великою мірою пов'язане з цим підходом, цим зверненням зверху. “Ось людина перед Богом стоїть, – мені здається, дуже важливим показником сутності людини є те,

що у людини присутнє таке почуття, вона завжди стоїть перед Абсолютом” (Малахов, 2004, с. 14). Це почуття стояння перед Абсолютом дуже важлива риса людяності, без якої не буде людини, а буде “замкнута в собі істота, раб своєї плоті та крові” (Ткаченко, 2022, с. 298).

Отже, як бачимо, людство завжди шукало відповіді на запитання про своє існування, своє місце у світі та цінності, які повинні визначати наші дії. Українська філософія людяності допомагає нам зрозуміти нашу сутність та природу, а також дає засади для розвитку нашої культури, етики та моралі. Ми вважаємо, що поняття людяності є важливим для розуміння того, що означає бути людиною та як ми повинні взаємодіяти одне з одним і з навколишнім світом, оскільки воно допомагає нам самовдосконалюватись та покращувати світ навколо нас.

## ЛІТЕРАТУРА

Малахов, В. А. (2004). *Людяність як межова моральна цінність за умов сьогодення. Етика і культура: актуальні етичні проблеми у сфері культури*. ДУХ І ЛІТЕРА. с. 13–14.

Малахов, В. А. (2014). *Етика: курс лекцій*. Острог: Видавництво Національного університету “Острозька академія”.

Ткаченко, О. (2022). Людяність як міра відкритості людської душі до Бога. *Людинознавчі студії: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія “Філософія”, 44*, 291–299.

## ГЕНДЕРНО МАРКОВАНА ЛЕКСИКА СУЧАСНОЇ КОРЕЙСЬКОЇ МОВИ

**Плавко О. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Кан Д. С.**

*Доктор політичних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Одна із важливих та актуальних характеристик мови – це чи є мова гендерно-незорієнтованою (безгендерною). Гендерно-незорієнтованою мовою є та мова, в якій немає розрізнення за граматичним родом, а також категорій, що вимагають морфологічного узгодження між іменниками та пов’язаними з ними займенниками, прикметниками, артиклями чи дієсловами. Насправді, дуже важливо розглядати мову в гендерному аспекті, адже мова, яку використовує певний народ, відображає те, як його представники сприймають себе та інших у суспільстві. Більше того, це може бути наслідком формування певних очікувань від людей, в залежності від їхнього гендеру, у представників даної мови.

У корейській мові відсутня граматична категорія роду. Єдиним винятком є існування двох займенників третьої особи однини:  $\text{그}$  (geu) – він та  $\text{그녀}$  (geunyeo) – вона. До того, як  $\text{그녀}$  було винайдено для



перекладу вона корейською мовою, 그 був єдиним займенником третьої особи однини й не мав граматичного роду. Через своє походження займенник 그녀 часто не використовується в розмовній корейській мові, а з'являється лише в письмі.

Однак, у корейській мові присутня велика кількість гендерно маркованої лексики. По-перше, це слова, що містять префікси 여 (yeo), що вказує на жінку та 남 (nam), що вказує на чоловіка. Наприклад, 학생 (hagsaeng) – учень/учениця, 여학생 (yeohagsaeng) – учениця, 남학생 (namhagsaeng) – учень. Часто для позначення чоловіка використовують гендерно-нейтральне слово, а вже для позначення жінки до нього додають префікс 여: наприклад, 교사 (gyosa) – вчитель, 여교사 (yeogyosa) – вчителька. Проте використання одного й того ж слова для позначення представників обох статей є прийнятним та поширеним, якщо стать не має значення в контексті: 어제 네 교사를 만났어요. (eoje nae gyosaleul mannass-eoyo) – Вчора я зустріла свою вчительку/свого вчителя.

По-друге, в корейській мові існують різні слова на позначення родинних зв'язків між людьми в залежності від їхньої статі. Наприклад, словосполучення старша сестра на корейську мову ми перекладемо як 언니 (eonni), якщо перекладаємо від імені жінки, але як 누나 (nuna), якщо перекладаємо від імені чоловіка. Так само і зі словосполученням старший брат: від імені жінки – 오빠 (oppa), а від імені чоловіка – 형 (hyeong). Іноді при перекладі з корейської мови такі нюанси допомагають краще розпізнати контекст, тому дуже важливо їх знати.

По-третє, в корейській мові існують прикметники, які використовуються виключно для характеристики жінок або ж виключно для характеристики чоловіків. Найбільш типовим прикладом є слова 아름답다 (aleumdabda) – красива, та 잘 생긴다 (jal saeng-gida) – вродливий. Перше використовується при описі жінки, а друге – при описі чоловіка. Їх можна співвіднести з англійськими beautiful та handsome.

Отже, хоч корейська мова і не має категорії роду, але вона є гендерно-зорієнтованою мовою, адже містить багато гендерно-маркованої лексики. Гендерно-орієнтована мова не означає меншу нерівність в суспільстві, так само як і безгендерна мова не є показником гендерної рівності. Однак, це важливий аспект, на який треба звертати увагу при вивченні мови, адже він не лише репрезентує світогляд народу, але і допомагає безпосередньо при самому перекладі.

## ЛІТЕРАТУРА

- Studysmarter. “Language and Gender,” n.d. <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/english/language-and-social-groups/language-and-gender/>.  
Translations.co.uk. “What Is There To Know About Genderless Languages,” n.d. <https://www.translations.co.uk/genderless-languages/>.  
네이버 사전 (NAVER Dictionary). “네이버 사전 (NAVER dictionary),” n.d. <https://dict.naver.com/>.  
서울신문. “[우리말 여행] 그녀,” June 11, 2009. Accessed March 17, 2023. <https://n.news.naver.com/mnews/article/081/0002019252?sid=102>.

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОДАЛЬНИХ ДІЄСЛІВ (НА МАТЕРІАЛІ КИТАЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ)

Поліщук І. Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Трубіцина О. С.**

Кандидат філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

Категорія модальності належить до основних, центральних мовних категорій, що знаходять своє відображення у різних мовах. Модальність – це комплекс актуалізаційних категорій, які, на думку мовця, характеризують відношення змісту висловлювання до дійсності (Любимова, 2015).

Дослідження модальності в китайській мові є важливим аспектом вивчення структурно-граматичних та лексико-семантичних значень. Модальні дієслова в китайській мові не є однозначними, хоч це може видаватись на перший погляд. У дослідженнях таких низки лінгвістів приділено значну увагу вивченню граматичних, семантичних та синтаксичних аспектів модальних дієслів в китайській мові. Разом із тим ця проблематика дослідження залишається однією з найбільш дискусійних серед науковців.

Існують різні теорії, які пояснюють модальність базуючись на декількох підходах. Один із таких підходів – семантичний. Згідно з цим підходом, модальність розглядається як своєрідна семантична категорія, яка виражає ставлення мовця до факту або ж до події. Цей підхід дозволяє аналізувати значення модальних дієслів на рівні їх семантики. Крім того, семантичний підхід дозволяє аналізувати значення модальних дієслів в контексті їх використання в мовленні (Любимова, 2019). Наприклад, дієслово “могти” може мати різне значення в залежності від контексту. Якщо в українській мові модальне дієслово “можу” вказує на можливість/неможливість виконання дії, то в китайській мові воно має такі форми:

会 (“могти” в значенні “вміти”), наприклад: 他很聪明, 会说三种语言 (Він розумний, може (тобто, вміє) розмовляти трьома мовами);

能 (“могти” в значенні “мати змогу”), наприклад: 你能不能擦一下玻璃窗户? (Ти зможеш (тобто, маєш можливість) витерти вікна?);

可以 (“могти” в значенні “дозволяти”), наприклад: 这里可以抽烟吗? (Чи можна (тобто, чи дозволено) тут палити?).

Інший підхід – це прагматичний підхід, який розглядає модальність як своєрідний спосіб вираження комунікативної мети мовця. Згідно з цим підходом модальні дієслова розглядаються як засіб впливу на слухача, зміни його ставлення до факту або події в різних комунікативних ситуаціях. Відповідно до прагматичного підходу, модальні дієслова не тільки виражають ставлення мовця до дії, але й відіграють важливу роль у створенні конверсації та реалізації різних комунікативних функцій, таких як прохання, пропозиції, порада, привітання та ін. Аналіз використання модальних дієслів

у різних комунікативних ситуаціях може допомогти зрозуміти їх семантичні відтінки та сприяти вдосконаленню навичок спілкування.

Ще один підхід – це синтаксичний підхід. Цей підхід зосереджується на вивченні синтаксичної функції модальних дієслів та їх позиції в реченні. Згідно з цим підходом, модальні дієслова використовуються для вираження ставлення мовця до дії, а їх синтаксичне розташування в реченні може відображати різні семантичні відтінки. Наприклад, дієслово “可能” (могти, може, вірогідно) використовується для вираження можливості або вірогідності, однак це дієслово може мати різне синтаксичне розташування в реченні. У значенні “могти”, “мати можливість” згадане дієслово буде стояти перед дієсловом, яке воно модалізує, наприклад: 我可能举10斤哑铃 (Я можу підняти гантель вагою 5 кілограм). В цьому прикладі дієслово “可能” (можу) модалізує дієслово “举” (підняти), утворюючи присудок. Таким чином, в реченні йдеться мова про можливість/неможливість виконання дії. Але якщо дієслово “可能” змінить своє синтаксичне положення в реченні, то будемо мати інше значення, наприклад: 可能我举10斤哑铃 (Можливо, я підніму гантель вагою 5 кілограм). Вже в цьому реченні “可能” має значення “можливо”, “вірогідно”, “мабуть”. Синтаксичне положення змінилось, а це означає, що змінилась і функція в реченні. Тепер слово “可能” виступає в ролі обставини.

Таким чином, описані підходи до вивчення модальності в китайській мові дозволяють аналізувати модальні дієслова з семантичної, прагматичної та синтаксичної точок зору. Проаналізовані підходи дозволяють дослідити не лише те, як модальність реалізує ставлення мовця до факту або ситуації, а й як модальність може змінювати своє синтаксичне значення в залежності від того, яке її розташування в реченні.

## ЛІТЕРАТУРА

- Любимова, Ю. С. (2019). *Модальні модифікатори як ключові засоби реалізації модальності в сучасній китайській мові. Південний архів*, 77, 46–49.
- Любимова, Ю. С. (2015). *Типи модальних значень в сучасній китайській мові. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 15(2), 94–96.

## ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ГРУПИ АНГЛІЦИЗМІВ У СЛОВНИКОВОМУ СКЛАДІ СУЧАСНОЇ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ

Проц Д. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Миронова Н. В.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Попри те, що жодна мова не мала до останнього часу такої стійкої історії національного опору англійським запозиченням, як французька

(Чередниченко, 2022), за кілька останніх десятиліть англiцизми у французькій мові стали використовуватися все частіше.

Активізація процесу появи англiцизмів у сучасній французькій мові пов'язана з тим, що наразі процес запозичення слів супроводжується переважно залученням носіїв до інтернаціональних термінологічних систем.

Поняття “англiцизм” або “англiзм” не завжди однозначно трактується в сучасній лінгвістиці: існує точка зору, згідно з якою англiцизмами вважаються тільки слова споконвічної англійської лексики, але не латинізм, галліцизми, грецизми, які були запозичені англійською, де набули нової семантики і з цією семантикою поширювалися в інших мовах. Останні пропонуються вважати інтернаціоналізмами. Проте ми схилиємося до точки зору, коли термін “англiзм” розуміється набагато ширше і включає не тільки латинізм, галліцизми, грецизми, але й американський, австралійський і інші варіанти англійської мови. Англiцизм – різновид мовного запозичення, зокрема, запозичення з англійської мови, слово чи фраза з апроксимованою до англійської мови вимовою і невеликими відхиленнями в лексиці, синтаксисі і граматиці, що пов'язано з впливом французької мови і французької культури (Hermann, 2001, p. 171).

Існують 3 основні групи англiцизмів у французькій мові: 1. Слова, написання і вимова яких схожі зі словами французької мови. 2. Слова, написання яких французьке, а вимова – англійська. 3. Слова, які мають англійську вимову і легко адаптуються у французькій мові.

Поява у французькій мові англiцизмів пов'язана:

1) із запозиченням нових речей чи понять, що обумовлює відсутність у французькій мові відповідника для номінації нового поняття, наприклад: *coming out* “вперше зроблена заява про нетрадиційну сексуальну орієнтацію”;

2) із дублюванням наявних у мові слів для використання міжнародної термінології, що пов'язано із необхідністю додати поняттю міжнародного статусу, наприклад: *roaming* “роумінг”, *marketing* “маркетинг”;

3) із прагненням виділити той чи інший відтінок значення: *shopping* “шопінг”;

4) із впливом моди та закріпленням “модних слів” у повсякденному вжитку як кальок, наприклад: *baby-sitter* “нянька”, *flashmob* “флешмоб”;

5) із метою мовної економії (коли надається перевага одно- та двоскладовим словам), наприклад: запозичене *crash* <d'un avion> замість питомого французького *écrasement* <d'un avion> “авіакатастрофа”, запозичене *sniper* замість питомого французького *tireur embusqué* “снайпер”;

6) із метою нейтралізації надмірної полісемії чи омонімії (Hofler, 1982; Крокотень, 2015, р. 392; Білан, 2011, р. 175).

Семантичні одиниці в мові структуруються у межах семантичних полів. Семантичне поле – це об'єктивна мовна структура, що включає сукупність лексичних одиниць, об'єднаних спільним (інваріантним) значенням.

Лексико-семантична класифікація англіцизмів припускає найрізноманітніші групи, які дослідники виокремлюють залежно від наявного у них матеріалу.

О. Кречотень, наприклад, пропонує такі групи:

1) кіно, телебачення, наприклад: *festivaloff* “закриття фестивалю”, *superstar* “суперзірка”.

2) музика, наприклад: *remake* (або *rimeik*) “рیمейк”, *chow* (або *show*) “шоу” та ін.

3) мода, наприклад: *jeans* “джинси”, *tee-short* (або *ti-shot*) “футболка, тішотка” та ін. Основні запозичення з тематики “Мода” проникли у французьку мову через те, що французьких відповідників не існувало.

4) спорт, наприклад: *football* (або *fut-bol*) “футбол”, *handicap* (або *hendikep*) “гандикап”. Як і у попередньому випадку, основні запозичення з спортивної тематики проникли у французьку мову через те, що французьких відповідників не існувало. Переважно це слова на позначення видів спорту, що вийшли з Англії або Америки.

5) зовнішність, характер, наприклад: *superwomen* (або *sjupervumen*) “супержінка”, *bon look* “гарний вигляд”,

6) їжа, наприклад: *fast-food* (або *fast-fud*) “фастфуд”, *snack-bar* (або *snek-bar*) “снекбар” тощо. Запозичення цієї теми пов’язані з комерційним проникненням на французький ринок, адже торгівельна продукція та підприємства харчування як-от: Mac Donalds, Starbucks популярні у різних країнах (Кречотень, 2015, р. 393).

В усному мовленні запозичення засвоюються легше, проте при цьому вони часто піддаються перекручуванням та впливу народної етимології. Письмово запозичення є ближчими до оригіналу як за значенням, так і за фонетикою, однак складніше засвоюються мовою, зберігаючи деякі риси, далекі від її фонетики і граматики.

## ЛІТЕРАТУРА

- Чередниченко, О. (2022). Захист офіційної мови в національній державі: досвід Франції. <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/183767/05-Cherednychenko.pdf?sequence=1>
- Hermann, H. Dieter. (2001). *Denglisch großgeschrieben. Versuch zu einer sachlichen Polemik. Denglisch, nein danke!* Paderborn.
- Hofler, M. (1982). *Dictionnaire des anglicismes*. Paris: Larousse.
- Кречотень, О. (2015). *Різновиди англійських запозичень у французькій мові та способи адаптації запозиченої лексики. Проблеми та перспективи розвитку науки на початку третього тисячоліття у країнах Європи та Азії. 1*, 391-398.
- Білан, Н. (2011). Періоди появи слів французького походження в німецькій мові. *Вісник Житомирського державного університету*, 59. 174–178.

## АНГЛОМОВНІ ТРОННІ ПРОМОВИ ЯК ОБ'ЄКТ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

**Птащенко М. Р.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Козяревич-Зозуля Л.В.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Тронна промова є важливою частиною політичної культури багатьох англомовних країн, таких як Великобританія, США, Канада, Австралія тощо. Ці промови є важливим засобом донесення політичних і соціальних ідей, визначення курсу країни та об'єднання країни навколо важливих цінностей. (Петренко, 2007).

Вивчення перекладу англійських тронних промов є важливим у лінгвокультурології, етнолінгвістиці, оскільки це дозволить зрозуміти цінності та ідеї, які передаються через такі промови. Переклад тронної промови може бути складним завданням, оскільки вона містить безліч культурних та історичних нюансів, а також використовує офіційну мову, яка може мати свої особливості в різних країнах. (Романовський, Середа, Квасик, 2008). У цьому контексті дослідження перекладів тронних звернень є цінним у розумінні культурних та мовних відмінностей, а також у виявленні мовно-стилістичних особливостей тронних промов.

Під час перекладу тронної промови застосовуються різноманітні перекладацькі трансформації для збереження змісту та емоційного відтінку оригінального тексту: Транслітерація – використовується для збереження назв іноземних посад, імен і назв, які можуть мати специфічне написання та вимову (Карабан, 1997). Наприклад, *“Her Majesty The Queen”* можна перекласти як *“Її Величність Королева”*; Траскодування – використовується для збереження термінів, фраз і виразів, які використовуються в офіційних документах і промовах. Наприклад, *“The Crown”* можна перекласти як *“корона”*, а *“Her Majesty’s Government”* можна перекласти як *“Уряд Її Величності”*; Адаптація – використовується для збереження тону та емоційних нюансів оригінального тексту, а також для вираження культурних нюансів і умовностей. Наприклад, фразу *“God Save The Queen”* можна перекласти як *“Боже, бережи королеву”*, виражаючи повагу; Парафраз – використовується для перекладу складних фраз та ідіом, які можуть бути незрозумілими для перекладача. Наприклад, *“to make a lasting difference”* може бути перекладено як *“зробити значущий внесок”*, що передає сенс фрази без прямого перекладу; Заміна – використовується для заміни слів та виразів, які можуть бути образливими або неприйнятними в культурі мови-адресата. Наприклад, *“Her Majesty’s Loyal Opposition”* може бути перекладено як *“Лояльна опозиція”*, замість прямого перекладу *“вірна опозиція”*, що дозволить краще зрозуміти промову.

Переклад тронної промови через свою специфіку та особливості може викликати певні труднощі. Наприклад, офіційний стиль мовлення: тронна

промова має офіційний стиль мовлення, який вимагає точного відтворення виразу та структури. При перекладі такого мовлення важливо зберегти формальну тонкість і граматичну правильність. Символіка та метафори: тронні промови часто містять символіку та метафори, пов'язані з культурою та історією країни. Ці елементи може бути важко перекласти, оскільки вони можуть мати різне значення в різних культурах.

Отже, перекладач повинен знати культурні особливості та використовувати відповідні вирази та конструкції. Усі ці перекладацькі трансформації повинні допомогти перекладачу зберегти точність та емоційну силу тронної промови, а також зрозумілість та адаптацію до цільової аудиторії.

## ЛІТЕРАТУРА

- Романовський, А. Г., Середа, Н. В., Квасник, О. В. та ін. (2008). *Риторика: навчально-методичний посібник для студентів*. НТУ “ХП”. 12–13).
- Петренко, В. (2007). Особливості визначення політичної мови. *Політичний менеджмент*, 2, 16 – 24.
- Карабан, В. І. (1997). *Посібник-довідник з перекладу англійської наукової і технічної літератури на українську мову. Частина 1: Граматичні труднощі*. Тернопіль.

## СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНА ЛЕКСИКА І ТЕРМІНОЛОГІЯ В МОВІ СУЧАСНОЇ ЯПОНСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ

**Путнокі О. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Кравець К. П.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Для сучасного суспільства не є таємницею те, що за допомогою ЗМІ просуваються певні ідеології, такі як ставлення до влади, історичних фактів, повага до традицій, а також ставлення до інших країн та народів через призму подачі зовнішньо-політичних випусків у новинах. Головним інструментом для журналістів у створенні статей та надання їм необхідного характеру та настрою, є правильний підбір слів, термінів та стилю написання, а проаналізувавши вже наявні матеріали засобів масової інформації в зрізі певного відтинку часу, можна прослідкувати офіційну позицію уряду та перебіг її змін щодо певних ситуацій або країн завдяки використаним у статтях лексемам, термінам, сталим словосполученням та навіть частотності згадувань.

Саме ці атрибути, які можна назвати простіше – слова – зазвичай виступають першим поняттям, з яким асоціюється мова. Підтвердження цьому знаходимо не тільки у визначенні терміну “лексика”, який СУМ-20 описує як сукупність слів, словниковий склад мови в цілому або її



діалекту, а також певної сфери спілкування, стилю мови (с. 1490), але й у висловлюваннях лінгвістів різних часів. Так, до прикладу, Ф. Соссюр (1959) розглядає слово наступним чином: “незважаючи на складність визначення, слово є одиницею, яка на нашу думку, є чимось центральним у механізмі мови”, а польський лінгвіст М. З. Банько (2001) виводить роль складових мови у формулу “мова = словник + граматика” (с. 51).

Основними ознаками публіцистичного стилю є: спрямованість на новизну; динамічність; актуалізація сучасності; інформаційність; політична, суспільна, моральна оцінка повідомлення; синтез логізації та образності мовного вираження, що зближує публіцистичний стиль, з одного боку, з науковим, а з іншого – з художнім; документально-фактологічна точність; декларативність; закличність; поєднання стандарту й експресії; емоційність; доступність; переконливість, а головним призначенням – допомагати у розв’язанні суспільно-політичних проблем, здійснювати вплив на читачів / слухачів, переконувати і спонукати їх, пропагувати ідеї та знання (Мацько, Сидоренко, 2003, с. 272).

Серед підстилів публіцистичного стилю Л. І. Мацько та О. М. Сидоренко, (2003) виділяють:

1) власне публіцистичний, тобто стиль засобів масової інформації (газети, журнали, радіо, телебачення);

2) художньо-публіцистичний (памфлети, фейлетони, нариси, есе);

3) науково-публіцистичний (критичні статті, аналітичні огляди) (с. 273).

Стосовно суспільно-політичної лексики, Т. К. Комарницька (2021) зазначає, що її важко назвати нейтральною, оскільки її вживання притаманне далеко не всім стилям; вона асоціюється насамперед із публіцистичним, а також офіційно-діловим стилями. Ця лексика здебільшого представлена лексичним шаром канго і містить чимало суспільно-політичних термінів. Тому першою мовною ознакою публіцистичного стилю можемо назвати широке використання суспільно-політичної лексики (наприклад, 国民 / кокумін/ народ, 社会的 /шякайтекі/ соціальний, 国家 /кокка/ держава, 統一性 / тоїцусей/ єдність, 政治的 /сейджітекі/ політичний, 同盟国 /домейкоку/ союзна країна) (с. 470).

Зазвичай для написання цих термінів використовують ієрогліфи з ієрогліфічного мінімуму, а у разі, якщо термін містить рідкісний ієрогліф, його запис здійснюється наступним чином: замінюють на ієрогліф із ієрогліфічного мінімуму; замінюють слово або частину слова на запис абеткою; замінюють на інше слово. Окрім цього, за рішенням редакції можуть уживати деякі знаки, що не входять до ієрогліфічного мінімуму, однак їхня кількість не є значною (Комарницька, 2021, с. 471).

## ЛІТЕРАТУРА

- Комарницька, Т. К. (2021). Переклад різностильових текстів (японська мова) підручник Видавничий дім Дмитра Бураго.
- Мацько, Л. І., Сидоренко, О. М. (2003). Стилістика української мови: Підручник. Вища школа

Словник української мови. Томи 1–13. Український мовно-інформаційний фонд НАН України, 2015.

<https://sum20ua.com/Entry/index?wordid=47218&page=1490#>

Bańko, M. Z (2001). *Pogranicza leksykografii i językoznawstwa*. Warszawa :Nakładem UW

Ferdinand de Saussure (1959). *Course in general linguistics*. In C. Bally and A. Sechehaye (Ed.), *The philosophical library, inc . p. 111*

## СЛОВОТВІРНА СИНОНІМІЯ В МОВІ ГІНДИ

**Ремесло А. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Беседіна В. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Роль синонімів у мові доволі значима: вони допомагають уникнути непотрібних повторів одного й того ж слова, точніше, чіткіше передають думки, дозволяють висловити різноманіття відтінків того чи іншого явища.

У синонімів є дві основні властивості. З одного боку, вони мають смислову подібність, близькість або, навіть, тотожність значень. З іншого боку, смислові та стилістичні відтінки синонімів повністю не збігаються, і це робить синоніміку одним із виразних засобів мови. Збагачення мови синонімами здійснюється безперервно, як і безперервно відбувається диференціація синонімів до повної втрати ними синонімічності.

В мовознавстві немає єдиної класифікації синонімів. За різними принципами класифікації синоніми поділяють на кілька різновидів: а) повні – неповні (останніх у мові переважна більшість); семантичні – стилістичні – семантично-стилістичні; однокореневі – різнокореневі; загальномовні – контекстуальні.

Комплексно явище синонімії традиційно вивчали на прикладі одиниць таких мовних рівнів, як лексичний, морфологічний, фразеологічний та синтаксичний.

Словотвірна синонімія – це один із найбільш продуктивних процесів у розвитку мови як динамічної системи і поповненні словникового складу. Словотвірні синоніми є об'єктивним фактом мови, вони свідчать про багатство виразальних засобів та акцентують увагу на національній специфіці мови.

Словотвірними синонімами вважаються слова із спільним значенням та однаковою словотвірною основою, оформлені за допомогою різних словотворчих засобів. Отже, словотвірні синоніми – це результат реалізації складних закономірних словотвірних процесів, в основі яких лежить синонімія словотворчих морфем, сполучувальні можливості твірної основи та словотворчого форманта.

Одним із найважливіших аспектів вивчення явища словотвірної синонімії є проблема розмежування словотвірних синонімів як самостійних

дериватів і варіантів слів. Більшість авторів поділяють погляд, що словотвірні синоніми – це самостійні слова, а не варіанти одного й того ж слова. Спільнокореневі слова з однаковими значеннями виникають завдяки наявності в мові паралельних (синонімічних) словотворчих засобів. Тобто наявність будь-якої відмінної словотворчої морфеми слугує ознакою різних слів, а не варіантів одного слова.

В мові гінді вільна сполучуваність твірної основи з досить численними і різноманітними суфіксами є специфічною для прикметників санскритського походження. В основному вони властиві високому стилю літературної мови, де переважає прагнення до більшої виразності висловлюваної характеристики.

З-поміж словотвірних синонімів в мові гінді переважають слова цілком тотожні щодо свого лексичного значення й емоційно-експресивного забарвлення. Переважно компоненти синонімічних рядів активно функціонують як паралельні, тобто в багатьох випадках є взаємозамінними. Це абсолютні синоніми або лексичні дублети, наприклад: .

*asantusht – asantoshi, незадоволений;*

*atmik – atmiy, духовний;*

*chintit – chintagrast, занепокоєний;*

*dayalu – dayavan, добрий;*

*dharmik – dharmay, релігійний;*

*krodhit – krodhi – krodhvasht, розгніваний;*

*sukhad – sukhamay – sukhdaiy – sukhdai, щасливий;*

*dukhad – dukhamay – dukhdaiy – dukhdai, нещасний;*

*labhdaiy – labhkari – labhprad, корисний;*

*hanikarak – hanidaiy – haniprad, шкідливий;*

*balvan – balshali, сильний;*

*shaktivan – shaktiman – shaktishali, сильний;*

*nashvan – nashvar, смертний;*

*rahasyapurn – rahasyatay, таємничий.*

Цікавим є той факт, що в мові гінді словотвірні синоніми можуть також утворюватися за допомогою заперечних суфіксів, наприклад:

*dhanhin – dhanrahit, бідний;*

*ichchahin – ichcharahit, той, хто не має бажання.*

Певна кількість словотвірних синонімів в мові гінді є словами, відтінки значення яких тісно пов'язані з характером лексичної сполучуваності, а саме слова з суфіксом *-purn* вживаються з абстрактними іменниками, а слова з суфіксом *-priy* вживаються для позначення характеристики особи.

Наприклад:

*shantipurn – shantipriy, мирний, спокійний, миролюбний;*

*nyayupurn – nyayupriy, справедливий;*

*abhimanupurn – abhimani, горделивий, пихатий.*

Словотвірні синоніми в мові гінді можуть також різнитися частотністю вживання.

## ЛІТЕРАТУРА

Кузьма, І. Є. (2006). *Словотвірна синонімія і словотвірна варіантність прикметників в українській мові*. Літопис.

## ЗВУКОНАСЛІДУВАННЯ В СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ

**Ремус-Барані-Фард В. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Кравець К. П.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

В лінгвістиці прийнято встановлювати наявність логічного зв'язку між звуком та змістом. Пошуки зв'язку між формою та значенням слова були розпочаті науковцями ще в стародавні часи. Перші зародки вивчення конкретно підтверджених звуконаслідувальних слів в нашому мовленні відображені в роботах знаменитих та високоповажних мовознавців, тягнуться ще з часів античності. Першими, хто взявся до висвітлення якостей “природної мови” були давньогрецькі ерудити та вчителі, про що свідчить знахідка в межах їхньої школи у виді “теорії фюсей” (“відприродність”, “природа”). У ній зв'язок звуку із поняттям був розтлумачений з погляду “наслідування звукам” (передача звуків, які вивчаються людиною та компонентами зовнішньої природи). Звукозображувальною чи “природною” прамовою людства можна вважати ті первозданні звукозображувальні зародки нашої мови, що були засновані на природньому одиничному реальному зв'язку звучання із поняттям, та, відповідно, були ще загальними для тодішніх родоначальників людства (Тейлор, Тейлор, 1962).

Великого розповсюдження набули такі теорії походження мови, як “вигуків”, “трудолив вигуків”, “звуконаслідувальна” та різні їх тлумачення, в темі виникнення зв'язку із поняттям, що в більшій, чи меншій мірі зверталися до звукозображальних джерел. Тема зв'язку між звуком і поняттям була відображена великою кількістю науковців в різні епохи становлення науки (Ж.-Ж. Руссо, М. Ломоносов, Платон та ін.) (Бентлі, Варон, 1959).

Ономатопетична лексика може трактуватися як звуконаслідування чи звуковий символізм. Згідно з проаналізованими дослідженнями про вивчення ономатопетичної лексики, ми можемо зробити висновок, що ономатопетична лексика завжди вивчалася в контексті створення мови за збагачення лексичного складу:

まじまじ見る – дивитися прямо у вічі

うぎゃー – здивований крик

さわさわ – мурашки від страху

Попри міф про незначну наявність ономатопетичної лексики в різних зарубіжних мовах, даний вид лексики існує майже у всіх мовах світу, зокрема найбільше у східних: Японія, Корея та в деяких африканських мовах.

## ЛІТЕРАТУРА

- Бентлі, М., Варон, Е. (1959). Додаткове дослідження фонетичного символізму. *Американський журнал психології*
- Тейлор, І. К., Тейлор, М. М. (1962). Фонетичний символізм у чотирьох неспоріднених мовах. *Канадський журнал психології*, 4.
- Кобелянська, О. І (2012). *Консонантний звукосимволізм японських ономатопеетом. Мовні і концептуальні картини світу*. Вид. дім Дмитра Бураго, 40, 55–63.
- Накамі Ямагучі. (2003). *Курашіно Котоба: Гіонго-гітайго джітен (Слова в повсякденному житті: Словник Гіонго та Гітайго)*. Коданша.

## ВЕРБАЛЬНІ ФОРМУЛИ НАУКОВОГО ДИСКУРСУ У СИСТЕМІ МАТРИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

**Рідкоус А. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Капранов Я. В.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

В епоху розвитку інформаційних систем й комп'ютерного моделювання спостерігається посилення інтеграційних процесів у наукових дослідженнях, що призводить до прагнення подати новий формат досліджуваних об'єктів. У розрізі цієї тенденції **матриця** є прикладом такого формату, запропонованого як побудова концепції структуризації знання та концептуальних областей. Так, матричний формат розглядаємо для опису перекладацького процесу, де він дозволяє представити багатоаспектне знання, що поєднує безліч різних контекстів можливого їх осмислення. У свою чергу, **матриця** є ефективним інструментом вивчення вербальної об'єктивації понять у різних дискурсах (Бондаренко, 2013).

У цьому контексті варто зазначити, що “**вербальна формула**” як конструкція, повторення шаблонів, починаючи від “морфем, слів, ідіом” й закінчуючи “повністю загальними мовними шаблонами” (Goldberg, 2003) може бути сприйнята крізь призму матричного формату. Дійсно, **вербальні формули** можуть становити від однієї третини до половини продукції дискурсу. Вони поширені в письмовій й усній мовах. Вербальні формули описують визначений набір слів, словосполучень, речень, тощо, тісно пов'язаних у лексичний шаблон для полегшення спілкування. Серед ознак **вербальних формул**, що простежуються в різних типах і видах дискурсів, варто згадати про стереотипну форму, що вживається в конкретних умовах, має відомий статус й загальноприйняте значення.

На сьогодні науковий текст постає стрижнем та основою сучасної інформаційної цивілізації. **Науковий дискурс** – “вербалізований у тексті тип дискурсивної діяльності за сферою комунікації, мовленнєва взаємодія

представників відповідної соціальної групи / інституту з метою реалізації статусно-рольових можливостей у заданих цим соціальним інститутом межах” (Шепітько, 2010).

Таким чином, у рамках **наукового дискурсу**, автори академічного тексту вдосконалюють свої навички в певній послідовності розвитку, починаючи з використання мови, схожої на розмовну, що з часом набуває щільності інформації та складних фразових особливостей, необхідних академічній мові. Хоча **вербальні формули** використовуються в усіх типах наукового дискурсу, вони найчастіше фіксуються в розмовній академічній англійській мові (наприклад, лекції, тощо) і рідше – в письмовій академічній мові (підручники та методичні матеріали, тощо).

## ЛІТЕРАТУРА

- Goldberg, A. E. (2003). Constructions: A new theoretical approach to language. *Trends in cognitive sciences*, 7(5), 219–224.
- Бондаренко, Е. В. (2013). Матричное моделирование базовых понятий картины мира. *Вісник Харківського національного університету імені ВН Каразіна. Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов*, (73), 6–11.
- Шепітько, С. В. (2010). Компоненти наукового дискурсу. *Наукові записки*, 89(5), 164–167.

## СТРУКТУРНА КЛАСИФІКАЦІЯ ТЕРМІНІВ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН ТУРЕЦЬКОЇ МОВИ

**Романченко В. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Тімкова Т. М.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

У сучасному світі усі сфери людської діяльності стрімко розвиваються, що призводить до появи нових слів та термінів у мові. Термін – це слово або словосполучення, яке використовується в певній галузі знань або життєдіяльності людини, точно позначає конкретне явище або предмет. Термінологія, в свою чергу, – це сукупність або система термінів, об’єднаних однією сферою знань і використовуваних тільки в її рамках, оскільки поза конкретної термінології терміни втрачають своє специфічне значення.

Серед турецьких мовознавців вагомий внесок у термінологічну науку зробили А. Ількер, М. Караташ, Н. Решіді, Б. Гюль, А. М. Оз’єтгін, С. Екер. Найважливіша особливість термінів полягає в тому, що вони є дзеркалом розвитку науки і культури (О. Балдане, 2018). Т. Байрақдарлар (2012) стверджує, що терміни важливіші за слова загального культурного рівня в повсякденній мові, і що без термінів цивілізація та культура зупиняться на місці (с. 12).

На думку турецьких дослідників Е. Еріша та Ш. Булака (2020), значна частина політичних термінів і слів, які сьогодні використовуються в турецькій мові, мають іноземне походження. Більшість з них прийшли з арабської мови (*siyaset* – політика, *hükümet* – управління, *iktidar* – влада, *muhafazakâr* – консерватор, *meclis* – парламент). Іншомовні політичні терміни та слова, які нещодавно увійшли до турецької мови, походять переважно із західних мов (*politika* – політика, *koalisyon* – коаліція, *parlamento* – парламент, *parlamentar* – депутат).

Особливості структурної будови термінів мають вагоме значення, адже аналіз структурних форм термінів дозволяє розробити найбільш продуктивні моделі і способи їх утворення. Це дає можливість прогнозувати і орієнтуватися в подальшому розвитку будь-якої терміносистеми. Є такі структурні способи термінотворення: семантичний, морфологічний, синтаксичний.

За структурою терміни бувають однокомпонентні і багатокомпонентні. У процесі становлення будь-якої терміносистеми головну роль в ній грають однокомпонентні терміни, які висловлюють прості поняття. Під простими термінами ми розуміємо однослівні терміни, які утворені морфологічним і семантичним способами. Багатокомпонентні терміни утворюють словосполучення, для яких характерною особливістю слід вважати присутність у них терміна, що є організуючим, граматично та семантично опорним словом.

Проаналізувавши терміни міжнародних відносин турецької мови, можна виокремити такі структурні групи:

- Іменник (*büyükelçi* – посол, *oturum* – сесія);
- Усічений інфінітив (*silahsızlanma* – роззброєння, *tırmanma* – ескаляція);
- Іменник + усічений інфінітив (*anlaşmanın onaylanması* – ратифікація угоди, *ortaklık anlaşması* – угода про асоціацію);
- Займенник + усічений інфінітив (*kendini savunma* – самооборона);
- Числівник + іменник (*üçüncü taraf* – третя сторона);
- Усічений інфінітив + іменник (*genişleme stratejisi* – стратегія розширення, *savunma politikası* – оборонна політика);
- Прикметник + усічений інфінітив (*kurumsal düzenleme* – організаційна структура, *siyasi uzlaşma* – політичне врегулювання);
- Дісприкметник + іменник (*çatışan taraflar* – конфліктуючі сторони, *ağırlaşmış koşullar* – обтяжливі обставини);
- Прикметник + іменник (*askeri tatbikat* – військові вчення, *barışçıl müdahale* – мирне втручання);
- Іменник + іменник (*başkanlık makamı* – офіс голови, *dönüşüm süreci* – перехідний процес);
- Містять абрєвіатури (*AB barışı koruma gücü* – миротворчі сили ЄС).

Отже, не зважаючи на типову вимогу терміна мати коротку форму, турецькі багатокомпонентні термінологічні словосполучення є доволі обширними в плані своєї структури. Проаналізувавши терміни міжнародних відносин турецької мови було виділено 11 груп. Аналіз теоретичного та



практичного матеріалу у галузі “термінологія” свідчить про те, що ця галузь мовознавства потребує детального вивчення.

### ЛІТЕРАТУРА

- Eriş, E. & Bulak, Ş. (2020). Uluslararası siyasal alanda sıkça kullanılan bazı terimlere Türkçe karşılıklar. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7 (53), 1302–1313.
- Bayrakdarlar, T. (2012). Özbekçe Edebiyat Terimleri Sözlüğü, Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri(б. д.).  
<https://sozluk.gov.tr/>
- Uluslararası İlişkiler Terminolojisi Sözlüğü (б. д.)  
<https://www.mfa.gov.tr/data/Terminoloji/uluslararasi-iliskiler-terminolojisi-turkce-ingilizce-frans%C4%B1zca.pdf>

## РЕСПУБЛІКА КОРЕЯ: ОСНОВНІ ВИКЛИКИ СУЧАСНОЇ ЕПОХИ

**Рудницька Я. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Пророченко Н. О.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Республіка Корея є однією з найбільш успішних і розвинених країн у світі, однак вона також стикається з багатьма викликами сучасної турбулентної епохи

Корейська економіка бореться зі зниженням темпів розвитку та загостренням соціально-економічних проблем: повільним зростанням доходу населення і високим рівнем безробіття серед молоді, особливо в сільській місцевості. Після стрімкого економічного росту у 1970–90-ті роки, коли за “корейським економічним дивом” і розквітом бізнес-гігантів як Samsung, LG та Hyundai спостерігав весь світ, перед сучасними корейськими компаніями стоїть завдання успішно інтегрувати в економіку здобутки Четвертої промислової революції і трансформувати відносини між державою і бізнесом.

У демографічній сфері Республіка Корея стикається зі зниженням народжуваності і проблемою старіння населення. Така динаміка частково обумовлюється економічними причинами. Держава намагається стимулювати народжуваність шляхом зниження вартості утримання дітей і збільшення підтримки сімей. Адже скорочення народжуваності разом зі зростанням темпів старіння населення призводить до збільшення навантаження на соціальну систему і це є серйозним викликом для економіки Південної Кореї.

У результаті наразі спостерігається загострення соціальних проблем, таких як дискримінація та бідність. Ці проблеми особливо актуальні для

жінок, іноземців та інших меншин. Незважаючи на великі технологічні та економічні досягнення країни, Республіка Корея займає 108 місце з 153 у звіті Гендерного розриву Всесвітнього економічного форуму. Жінки заробляють менше, ніж чоловіки, та слабо представлені на високих посадах.

Поширеною причиною соціальних конфліктів є політична приналежність. Люди старшого віку, які пам'ятають повоєнну скруту, налаштовані зазвичай дуже консервативно. Корейці середнього віку, що зростали у часи демократизації РК, підтримують прогресивні партії. А молодь, яка не знає ні абсолютної бідності, ні політичного насильства, переймається питаннями матеріальної стабільності і голосує за тих, хто обіцяє її забезпечити, незалежно від ідеологічного забарвлення політичної сили.

Актуальним для Республіки Корея є питання національної безпеки, зважаючи на активну розробку Північною Кореєю ракетної і ядерної програм. Південнокорейське суспільство має різні уявлення про те, як варто взаємодіяти з північним сусідом: ліберали підтримують економічну співпрацю та примирення, а консерватори – жорстку політику, сфокусовану на засобах стримування. Однак протягом десятиліть жоден з підходів не зміг зупинити Північну Корею у її ядерних амбіціях.

Зберігається напруження і у відносинах з Японією. Вони затьмарені колоніальним минулим Кореї, яке супроводжувалося експлуатацією населення та порушенням прав людини з боку японської колоніальної влади і залишило глибокі рани у серцях корейців. Так у 2018 році відносини опинилися на межі конфлікту. Верховний суд Південної Кореї звинуватив деякі японські компанії у використанні примусової праці південнокорейських громадян під час Другої світової війни і вимагав компенсацій. Японія відкинула звинувачення, посилаючись на Базовий договір 1965 р., який врегулював ці питання. Як наслідок, країни скасували торговельні преференції, що діяли і такі позиції схвалюються майже половиною населення обох країн. Неврегульованим залишається і питання спірних територій – архіпелагу Докдо (яп. Такешіма). Водночас країни залишаються важливими торговельними і економічними партнерами, співпрацюють у галузі культури, науки і технологій.

Відносини Південної Кореї з Китаєм, визначаються активними і взаємовигідними торговельно-економічними відносинами. Китай є найбільшим торговельним партнером Південної Кореї, а Республіка Корея займає 4 місце за обсягами товарообігу з КНР. Одночасно Китай розцінює присутність американських військ в Південній Кореї як загрозу своїй безпеці, особливо після розміщення тут системи ПРО THAAD, яка, на думку китайської сторони, не тільки захищатиме Південну Корею від північнокорейських ракет, але і збиратиме інформацію про дії китайських військ у межах певної території. Як наслідок, Пекін запровадив ряд економічних санкцій проти Сеула.

Серед важливих проблем сучасної Республіки Кореї варто згадати забруднення довкілля та зміну клімату. Забруднення повітря спричинене викидами промислових підприємств, розташованих на узбережжі Китаю,

а також функціонуванням в РК вугільних електростанцій. Наслідками забруднення є збільшення кількості захворювань дихальних шляхів і смертності. З метою зменшення викидів уряд поступово переходить на ядерну енергетику, однак бракує безпечних зон для зберігання ядерних відходів. Держава намагається боротися з екологічними проблемами шляхом впровадження екологічно відповідальної політики та підтримки нових технологій.

Отже, сучасна Республіка Корея стикається з проблемами і з внутрішніми, і з глобальними проблемами, але держава намагається знайти ефективні рішення для їх подолання та забезпечення стабільного розвитку країни.

### ЛІТЕРАТУРА

Chung Min Lee (2022) How South Korea Is Honing a Competitive Edge. *Carnegie Endowment for International Peace*.

<https://carnegieendowment.org/2022/11/22/how-south-korea-is-honing-competitive-edge-pub-88419>

Mark Tokola, K. Ferrier, T. Stangarone, S. Kim, Y. Kwon, M. A. Pressley & H. Kyung Ahn (2022) 10 Issues to Watch for on the Korean Peninsula in 2022 – Korea. *Korea Economic Institute of America*.

<https://keia.org/the-peninsula/10-issues-to-watch-for-on-the-korean-peninsula-in-2022/>

World Report 2022: Rights Trends in South Korea. *Human Rights Watch*.

<https://www.hrw.org/world-report/2022/country-chapters/south-korea>

## ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙНОСТІ В СУЧАСНОМУ КИТАЙСЬКОМОВНОМУ КІНОДИСКУРСІ

**Самохіна А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Валігура О. Р.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Одна з важливих галузей життєдіяльності особистості є емоційна, оскільки людині притаманне відчуття емоцій та їх вираження за допомогою вербальних мовленнєвих засобів. Дослідження зв'язку емоційної галузі із мовною системою життєдіяльності суспільства сприяє затвердженню певної складової мовознавства, такою як лінгвістика емоцій, що є окремим різновидом науки, який було сформовано у ХХ столітті. Лексичний фонд емотивності – це складна, багатопланова система об'єднаних мовних одиниць на семантичній підставі, які переважно відносяться до різноманітних частин мови. Важливий засіб мовного відображення емоцій та почуттів суспільства здійснюється за допомогою фразеологізмів. Виокремлення певних різновидів емоційної лексики надає можливість з'ясувати її інтенсивність

використання певних різновидів, параметри, визначити найбільш вживані на практиці складові мови. Розглядаючи лексико-семантичні засоби вираження емоційності, необхідно зазначити, що вона проявляється і на сегментному, і на супrasegmentному рівнях.

При цьому емотивні висловлювання завжди інтонаційно позначені темпом, зниженням або підвищенням гучності, появою пауз, наголосом, модуляцією тону. Взаємодіючи з лексико-граматичним складом висловлювання, вони вносять додаткові семантичні відтінки в його значення (Боднарчук, 2016).

Емоційність дискурсу виявляється, у першу чергу, на відповідно відібраних лексичних засобах і відповідному стилі мовлення, які спрямовані на точне вираження думки та розуміння настрою адресата (Наієва, 2022).

Досліджуючи питання кінодискурсу, ми розкриваємо один із найбільш актуальних дослідницьких галузей про особливості кінодискурсу на основі його комунікативної природи та соціально-культурному значенні. Насправді, при вираженні певних емоцій, на психологічному рівні за “емоційністю” мається на увазі не лише міміка, а й жести, рухи, експресивність, тон. Реалізація емоційних конотацій у мові здійснюється на підставі емоційно-оцінних прикметників, іменників та дієслів, прислівників ступеня, семантична структура яких містить оцінку та вигуки, сленг, нова лексика, застаріла лексика, запозичена лексика, неологізми, тощо, які використовуються в лексиці героїв відповідно до їх цілей передачі атмосфери та настрою (Ведмидера & Черник, 2022).

Усі вказані вище лексеми, які відносяться до різних лексико-семантичних полів використовуються для відтворення експресивно-емоційних функцій в дискурсі, які в свою чергу утворюють художні засоби, такі як метафори, які є найбільш часто вживаними, порівняння, тропи, риторичні питання тощо.

Виражаючи чи сприймаючи інформацію, найголовнішим засобом дескрипції виступають прикметники та іменники, які можуть описати та підібратися під необхідний стиль. Вони використовуються задля опису вираження відношення людини до ситуації або іншої людини.

Наприклад:

我对你失望了 – Я в тобі розчарувалася;

在这样的情况我觉得不方便 – Я в такій обстановці почувуюся дискомфортно;

你跟这个“水仙花” 人需要限制交流，否则你自己也会成为这样的！ – Тобі з такою самозакоханою людиною потрібно обмежити спілкування, в інакшому випадку станеш таким самим!

Тому, на основі прикладів ми можемо проаналізувати та уявити лексико-семантичне значення слова чи фрази, наскільки позитивним чи негативним є ставлення адресата. Якщо ми візьмемо слово “水仙花人”, проаналізувавши його, ми можемо сказати що воно утворилося шляхом поєднання іменників різного значення а саме 水 – вода, 仙 – святий, 花 – квітка, 人 – людина. При сепаративному застосуванні цих слів, очевидно, що зберігається їх першопочаткове значення, та з часом за допомогою афіксального способу

творення утворилося нове слово – назва квітки “нарцис” 水仙花. Згодом, коли “水仙花人” стало словом для порівнянням і, очевидно, передає не позитивне емоційне забарвлення.

Отже, для визначення засобів та способів вираження емоційності в кінодискурсі, можемо дійти до висновку, що завдяки вживанню правильно підібраних частин мови та художніх засобів за контекстом, підібраний спосіб їх творення та вживання пропорційно впливають на тональність та експресивність мовця – актора оскільки його завдання – передати точні емоції та атмосферу глядачам.

## ЛІТЕРАТУРА

- Боднарчук, Т. (2016). Лексичні засоби вираження емотивного значення в сучасній німецькій мові: *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*, 4, 285–289.
- Ведмидера, К. С., & Черник, М. В. (2022). Лексико-семантичні засоби актуалізації концепту “Музика” в комедіях В. Шекспіра. *Науковий вісник ХДУ. Серія: Германістика та міжкультурна комунікація*, 1, 42–48.
- Haieva, P. O. (2022). Lexico-semantic differentiation of English emotive and emotional discourses. *Науковий вісник Херсонського державного університету*, 2, 5–9.

## ПЕРЕКЛАД АЛЮЗІЙ ТА ГРИ СЛІВ У ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ

**Сермукліс Д. Є.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Філоненко Н. Г.**

*Доктор філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Алюзія визначається як посилання на літературні, міфологічні, історичні епізоди, імена, назви. Це відсилання через одиницю будь-якого рівня мови до певного історико-культурного знаку, що супроводжується прагматичним прирощенням змісту твору, в котрому функціонує алюзія (Васейко, 2004, с. 11). Алюзія увиразнює художній твір, збагачує його, надає читачеві додаткову інформацію, створює імпліцитний смисл. З іншого боку, вона може використовуватися і в “зниженому вигляді”, зсуваючись у сферу комічного (Василенко, 2015, с. 9). Досліджуючи алюзію як засіб реалізації іронії, О. О. Заболотська зауважує, що те, що належить одній структурі (біблійному, міфологічному, історичному, літературному тексту іншої епохи). шляхом переносу в іншу структуру, в інший контекст (іншої епохи, іншого стилю) протиставляється цій новій структурі і таким чином набуває нових смислів (Заболотська, с. 10).

Про важливість поняття “алюзія” свідчить той факт, що це явище цікавило такого видатного давньогрецького філософа, науковця, поета і драматурга як

Аристотель. Алюзії є важливим елементом художнього твору, який надає йому додаткову інформацію та робить його багаторівневим, додає глибини і значущості тексту. Вони формують вертикальний контекст та активізують приховані асоціативно-змістові ланцюги, які письменник вкладає у твір (Васейко, 2004). Алюзії, що з'являються на початку твору (у заголовках, епіграфах), корелюють зі змістом всього твору, узагальнюючи його основні семантичні лінії. Алюзії в середині художнього тексту взаємодіють зі своїм безпосереднім контекстом, реалізуючи авторську суб'єктивно-оцінну модальність. Для того, щоб розкрити смисли, створені алюзією, читач повинен володіти необхідними фоновими знаннями соціально-історичного та філологічного характеру.

Алюзії можуть відігравати різні функції у художньому тексті в залежності від контексту, в якому вони вживаються, зокрема:

1. Культурна функція: алюзії можуть посилатися на культурні події, традиції, літературні твори, історію та інші культурні аспекти. Ці алюзії можуть допомогти читачам краще розуміти текст і отримати глибше знання про культуру автора.

2. Експресивна функція: алюзії можуть використовуватися для передачі почуттів, настроїв або емоцій. Наприклад, автор може використовувати алюзію на біль у серці для передачі почуттів героя.

3. Стилістична функція: алюзії можуть використовуватися для створення певного стилю або настрою в тексті. Наприклад, використання алюзій на романтичні літературні твори може створити романтичний настрій у тексті.

4. Когнітивна функція: алюзії можуть допомогти читачам розуміти новий текст, заснований на знайомому матеріалі. Наприклад, алюзії на культові фільми можуть допомогти читачам зрозуміти характеристику персонажів або події в тексті.

5. Метатекстова функція: алюзії можуть використовуватися для коментування тексту або його елементів. Наприклад, алюзія на іншу літературну роботу може використовуватися для порівняння з тим, що відбувається у тексті.

Алюзії та гра слів є важливими елементами художнього тексту, який необхідно враховувати при перекладі з французької мови. Детальне вивчення лексико-семантичних особливостей французьких алюзій та гри слів є необхідним для адекватного перекладу художнього тексту. Функції алюзій у художньому тексті пов'язані з їхніми типами, які потребують спеціальної уваги при перекладі.

При перекладі українською мовою алюзій та гри слів французьких художніх текстів важливо враховувати культурний, історичний та мовний контексти оригінального тексту. Перекладач повинен використовувати різноманітні стратегії для передачі значення та ефекту алюзій та гри слів, такі як культурна адаптація та творчий переклад.

Аналіз ролі перекладача та взаємодія алюзій з іншими засобами формування вертикального контексту (наприклад, реаліями, національно-маркованими лексичними одиницями) та їх функціонування у різножанрових та різностильових текстах є подальшими напрямками дослідження проблеми.

## ЛІТЕРАТУРА

- Васейко, Ю. С. (2004) *Структурно-функціональні параметри вертикального контексту художнього твору*. [Автореф. дис. канд. філол. наук, Волинський держ. ун-т ім. Лесі Українки].
- Василенко, Т. П. (2015). Формування англomовної лексичної компетенції майбутніх філологів з письмового перекладу публіцистичних текстів. [Автореф. дис. канд. філол. наук, Київський національний лінгвістичний університет].
- Заболотська, О. О. (2011). Алюзія в художніх текстах: лінгвокогнітивний аспект. *Науковий вісник Херсонського держ. ун-ту. Серія Лінгвістика*. 13. 143–150.

## ФРАЗЕОЛОГІЗМИ ЧЕН'ЮЙ ЯК ЗАСІБ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ БАГАТСТВО В КИТАЙСЬКІЙ МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

**Сімоніка Є. Б.**

*Київський національний лінгвістичний університет*  
Науковий керівник: **Любимова Ю. С.**  
*Кандидат філологічних наук, доцент*  
*Київський національний лінгвістичний університет*

У лінгвістиці концепт – це мисленнєве відображення категорії або абстрактної ідеї, пов'язане з певним мовним виразом. Це фундаментальний аспект людської мови й мислення, оскільки він дозволяє класифікувати й розуміти світ навколо нас.

Поняття “концепт” сягає своїм корінням у філософські та когнітивні традиції західної думки. Походження концепту в сучасній лінгвістиці можна простежити з ранніх робіт Ф. де Сосюра, який вважається батьком сучасної лінгвістики. У своїй праці “Курс загальної лінгвістики” (1916) Ф. де Сосюр дослідив зв'язок означника (звукової або письмової форми слова) з означуваним (ментальним концептом або значенням, яке представляє слово). З тих пір багато лінгвістів розвивали поняття концепту в лінгвістиці. Наприклад, Р. Лангакер (1987) провів когнітивний лінгвістичний аналіз зв'язку між словами та концептами в дискурсі. Р. Джекендоф (1990) запропонував формальну теорію концептуальної структури, яка прагне пояснити, як значення організовані у свідомості та як вони виражаються в мові тощо.

У сучасній лінгвістиці вивчення концептів стало міждисциплінарною галуззю. Лінгвісти цікавляться тим, як поняття формуються, організовуються та репрезентуються в мозку, і як вони пов'язані з мовними виразами та ширшим культурним і соціальним контекстом, у якому використовується мова. Серед вітчизняних вчених, які досліджували концепти, варто відмітити українського мовознавця М. П. Кочергана, який наголосив на важливості концепту для мовного аналізу та міжкультурного спілкування. У



його праці “Загальне мовознавство” (2010) поняття концепту розглядається як важливий елемент мови та культури, що допомагає зрозуміти специфіку світосприйняття людей і взаємодію між культурами.

У сучасному матеріальному світі увагу багатьох вчених привертає концепт БАГАТСТВО. Під час дослідження традиційного китайського бачення багатства вчені зазвичай зосереджуються на конфуціанській етиці. Так, в класичній історичній збірці “Шу цзин” до п’яти компонентів щастя входить багатство, і за ієрархією китайських цінностей воно займає важливе місце, поступаючись лише довголіттю (尚书 • 书经, б.д.).

В китайській мові основним, але не єдиним ієрогліфом на позначення багатства виступає “富” fù. Варто зазначити, що сучасна китайська мова тяжіє до двоскладовості, як результат, ключовою лексичною одиницею для позначення багатства є слово 财富 cáifù. Важливо, що лінгвокультурний концепт не може бути вербалізований лише за допомогою якоїсь однієї лексичної одиниці, тому концепт 财富 в китайській мові може бути виражений за допомогою близьких за значенням слів 金钱 jīnqián、财产 cáichǎn тощо (汉典, б.д.), а також фразеологізмів чен’юй – стійких фразеологічних виразів (у 97% випадках чотирискладові) з класичних китайських творів, історичних оповідей та народних сказань мовою веньянь, що вважаються мудрістю китайської культури та мають яскраве національне, історичне та географічне забарвлення (贺, 2010).

Багатство відіграє важливу роль у фразеології багатьох мов, оскільки відображає значення фінансового статусу та матеріального благополуччя. Китайська фразеологія, так само як і українська, містить чимало висловлювань, що відображають цей концепт. Наприклад: 荣华富贵 rónghuá fùguì – багатство та знатність, 富贵显荣 fùguì xiǎnróng – багатство і слава, 荣华富贵 rónghuá fùguì – багатство та шанування, 富贵浮云 fù guì fú yún – багатство та шана тощо (汉典, б.д.). Аналіз ідіоматичних виразів дозволяє зробити висновок, що в китайській культурі фразеологізми часто використовуються як побажання благополуччя.

Матеріальний достаток впливає на різні аспекти життя людини, зокрема її ставлення до самої себе, до інших людей та до навколишнього світу. Окрім того, фразеологізми на позначення багатства, можуть використовуватися для вираження ідей та стереотипів про успіх, соціальний статус та інші аспекти культури. Дослідження фразеологізмів, що пов’язані з цим концептом, можуть допомогти краще зрозуміти якість життя, світоглядні орієнтири та систему національних цінностей певної культури, а також сприяти розвитку лінгвокультурології.

Дослідження концепту БАГАТСТВО в китайській мовній картині на прикладі фразеологізмів дозволить оцінити різноманітність культурних практик, традицій та цінностей, які можуть бути відмінними від власних та сприятиме розвитку культурних зв’язків між українським та китайським народами.

## ЛІТЕРАТУРА

- Кочерган, М. П. (2010). Загальне мовознавство. Академія.  
*Сосюр, Ф. де.* (1998). Курс загальної лінгвістики. *Основи.*  
Jackendoff, R.S. (1990). *Semantic Structures.* MIT Press, Cambridge, Mass.  
Langacker, R. W. (1987). *Foundations of Cognitive Grammar. Volume I. Theoretical Prerequisites.* Stanford University Press.  
贺, 红霞. (2010). 汉语成语在认知语言学理论上的理解. 西安电子科技大学: 延安大学学报 (社会科学版), 32(2), p. 99–102.  
尚书 • 书经. (б.д.). 5000言.  
<https://shangshu.5000yan.com/zhoushu/hongfan/19278.html>  
汉典. (б.д.). 汉典. <https://www.zdic.net/>

## ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ІДІОСТИЛЮ С. ДАНЕШВАР

**Скавронська Д. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Охріменко М. А.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Проблематика передачі ідіостилю письменника чи поета у сучасній лінгвістиці посідає вагоме місце. Мовознавці, а також науковці у галузі психолінгвістики, перекладознавства, поезики досі не дійшли до єдиної думки, яка б об'єднала їх щодо визначення терміна “ідіостиль”. Ми для себе визначаємо його як індивідуальний стиль письменника, тобто сукупність, у першу чергу, мовних, а також стилістико-текстових особливостей, що притаманні мові письменника.

Кожен автор володіє власною системою смислів, яка виробляється в нього протягом років. Така система віддзеркалює сприйняття реальності автором, виокремлює його серед сучасників і виявляє його власну картину світу, ставлення до світу та характер. У пропонованій розвідці ми звертаємося до ідіостилю відомої іранської письменниці Сімін Данешвар, загальні характеристики ідіостилю якої висвітлюватимуться у дослідженні.

Сімін Данешвар – відома іранська письменниця, родом з Ширазу. Не тільки створюючи, але й перекладаючи твори з англійської, російської, німецької та італійської на перську, вона чутливо писала про іранську жінку та її життя. Письмниця була членом і першим очільником Спілки письменників доісламської революції Ірану. С. Данешвар отримала прекрасну освіту. Її життя поєднувало у собі ісламську та європейську культури. Цікавим є те, що великою опорою та мотивацією йти вперед виступав саме чоловік письменниці. Більшість творів, які припали їй до душі, вона переклала згодом на перську мову.

Тексти С. Данешвар втілюють мовну картину її світу. Аналізуючи лексику, яку вона вживає, можна побачити уявний світ твору, що

відзеркалює її бачення. Багатство вокабуляру авторки допомагає читачам легко розуміти сенс її творів, усвідомлювати цілі і мотиви, які спонукали її до написання творів.

Однією з особливостей авторки є опис реальності, а не видуманого світу. У своїх творах С Данешвар розкривала проблеми шлюбу, викрадення дітей, зради, смертей, безгрішся та самотності. Більшість її творів написані, надихаючись життям оточуючих її людей. Тому авторка завжди казала, що звичайним людям є що запропонувати. Вони можуть віддавати вільно та охоче. З іншого боку, ми також повинні дати їм усе, що в наших силах. Ми зобов'язані усім серцем намагатись допомогти їм отримати те, на що вони заслуговують.

У своїх творах С. Данешвар використовує порівняння та контраст, але найчастіше можна зустріти прийоми уподібнення. Під час аналізу творів авторки ми виявили три групи контрастів, які вона використовує: образ персонажів, їх внутрішній світ та життя-смерть. Крім того С. Данешвар надає перевагу антонімам. Стилстичний контраст посилює опис ситуації чи персонажу.

С. Данешвар приділяла особливу увагу гендерній трансформації міфів у літературі. У сучасному світі вона стає творцем. Авторка стала першою жінкою в історії літератури Ірану, яка трактувала міфи по-новому, особливо це стосувалось міфологізації Другої світової війни (Моллаахмаді, 2013).

Наприклад, розглядаючи роман “Сувашон” можна спостерігати поєднання європейської та іранської цивілізацій. В історію створення цього роману покладено довоєнний Іран. Тут ми можемо спостерігати паралель між шийтським і східним напрямками ісламу, православним різновидом християнства, історію слов'яно-іранських міжетнічних і міжкультурних періодів. Ідеї, втілені у міфах, мали б демонструвати реальність та спорідненість згаданих цивілізацій. “Сувашон” було переведено сімнадцятьма мовами, роман став одним з світових бестселерів Ірану.

Твори С.Данешвар демонструють схожість наших народів більша ніж здається, тому нам потрібно з повагою ставитися до звичаїв і культури один одного. Чудовою ідеєю авторки є нове пояснення міфів, компонування доісламських робіт та глибоких сенсів Корану. Можемо констатувати, що у творах С. Данешвар та інших іранських письменниць, попри їх серйозність, можна спостерігати нотки посмішок та легкого гумору.

У пропонуваній розвідці ми розкрили загальні поняття ідіостилю іранської письменниці С. Данешвар. Проблема ідіостилю письменниці має комплексний характер. Аналіз її ідіостилю потребує багаторівневого підходу. Залежно від цілей досліджень, ідіостиль доцільно вивчати комплексно з ідіолектом, оскільки вони нерозривно пов'язані. У цьому вбачаємо перспективу наших подальших досліджень.

## ЛІТЕРАТУРА

Моллаахмаді, Д. А. (2013). Симин Данешвар как общественный деятель и литератор современного Ирана. *Літературознавчі студії*, 37 (2), 77–82

## ГЕРМАНІЗМИ У СУЧАСНОМУ ПОЛЬСЬКОМУ ДИСКУРСІ

**Скорбатюк А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Сидяченко Н. Г.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

До словникового складу сучасної польської мови входять лексичні запозичення, успадковані впродовж віків, із латинської, почасти грецької, німецької, італійської, угорської мов, а також із тюркських та східно-слов'янських, із чеської та інших мов. Нас зацікавили німецькі запозичення, коли ми помітили, що варшав'яни полюбляють щоденно купувати маленькі булочки у пекарнях, які називаються: *sznutki* і *kajzerki*. Слово *sznutki* – походить від німецького слова *schnitte* і означає шматочок. Завдяки німецьким поселенцям назва маленької булочки (наче шматочок) *sznutki* проникла в розмовну мову і швидко стала впізнаваним елементом кулінарії. *Kajzerka* – теж маленька кругла булка з п'ятьма характерними променистими борозенками зверху. Спосіб випікання та характерна форма кайзерки були розроблені віденськими пекарями. Вважається, що булочкою було названо на честь імператора Франца-Йосифа (від кайзер – імператор), який скасував державне регулювання цін на випічку та здешевив цей продукт.

Як відомо, перших віках історії польської мови німецька була посередником у запозиченні найстарішої християнської термінології. Посилення впливу німецької мови на польську відбулося під час німецької економічної колонізаційної експансії у XIII – XV століттях, переважно в містах. У XVI столітті цей вплив значно послабився внаслідок колонізації потомків німецьких колонізаторів. Утім, з того часу у польській мові залишилося багато германізмів, пов'язаних із щоденним життям, які функціонують у ній і досі: *belka*, *blacha*, *browar*, *burmistrz*, *cech*, *cegła*, *czynsz*, *dach*, *flejch*, *ganek*, *geszeft*, *gmach*, *gmina*, *gzymś*, *jarmark*, *kielich*, *kiermasz*, *klamka*, *kreda*, *kuchnia*, *kufel*, *majster*, *malarz*, *plac*, *rada*, *ratusz*, *rura*, *rynna*, *rynek*, *rynsztok*, *sołtys*, *stelmach*, *strych*, *sznur*, *szyld*, *śruba*, *tynk*, *waga*, *wójt* і т. д. Німецьке походження має багато спеціальних термінів, наприклад, гірничих: *huta*, *kierat*, *kilof*, *sztolnia*, *szyby*; юридичних: *borg*, *lichwa*, *hołd*, *kost*, *warunek*, *czynsz*.

Друга хвиля німецьких впливів припадає на XIX – початок XX століття, тобто після поділів Польщі. Тоді поляки, хоч і опиралися запозиченням, однак не уникнули, зокрема, калькованих слів: *dworzec kolejowy*, *listonosz*, *czasopismo*, *duszpasterz*, *parostatek*, *parowóz*, *rzeczoznawca*, *światopogląd*. Серед німецьких кальок є й синтаксичні конструкції на *wypadek* замість *w razie*, *podczas gdy* замість *tymczasem*, *od przypadku* до *przypadku* замість *od czasu do czasu*, *rozumieć* под *czynsz* замість *przez coś*, *szukać* за *czynsz* замість *czegoś*, *być* в *posiadaniu* замість *mieć*, *posiadać*. З часу Другої світової війни відомі германізми: *firer*, *folksdojcz*, *esesman*, *gestapo* та под. Після Другої світової війни було запозичено лише близько 40 лексем, зокрема, *gastarbeiter*, *kombi*,

makler, musli, sznauzer. А всього у сучасній польській мові нараховується близько трьох-чотирьох тисяч германізмів (Walczak, 2001). З німецької мови до польської увійшло кілька усталених словосполучень: jako taki, wyciągnąć wniosek, tu leży pies pogrzebany, do luftu, mieć kasa.

Виписані нами зі словників польські лексеми німецького походження можна віднести до кількох лексико-семантичних груп. Назви, пов'язані з будівництвом: blacha – від *blech* – бляха; budować від *büden* – будувати; cegła від *ziegel* – цегла, blat від *blatt* – стільниця, dach від *dach* – дах, drut від *draht* – дріт, farba від *farbe* – фарба ganek від *gang* – ганок, kabel від *kabel* – кабель, komin від *kamin* – камін, kształt від *gestalt* – kształt, ładować від *laden* – вантажити, malować від *malen* – фарбувати, pędzel від *pinsel* – пензель, ratusz від *rathaus* – ратуша, smar від *schmier* – мастило, szalunek від *schalung* – опалубка, wanna від *wanne* – ванна. Назви, пов'язані з торгівлею: bawełna від *baumwolle* – бавовна, chleb від *laib* – хліб, cukier від *zucker* – цукор, handel від *handel* – торгівля, jarmark від *jahrmarkt* – ярмарок, kasa від *kasse* – каса, pakować від *packen* – пакувати, rachować від *rechnen* – рахувати, rachunek від *rechnung* – рахунок, szynka від *schinken* – шинка. Назви, пов'язані з професіями: drukarz від *drücken* – друкувати, fach від *fach* – фах, kamerdyner від *kammerdiener* – камердинер, kanclerz від *kanzler* – канцлер, kelner від *kellner* – офіціант, kuśnierz від *kürschner* – кушнір, sołtys від *schultheiss* – міський голова, tancerz від *Tänzer* – танцівник, żołdak, żołnierz від *Söldner* солдат. Деякі абстрактні назви: cel від *ziel* – мета, fałsz dsl *falsch* – брехня, gradacja od *grad* – ступінь, gwałt od *gewalt* – насильство, krach від *krach* – крах, ofiara від *opfer* – жертва.

Отже, у складі лексики польської мови присутні переважно адаптовані лексичні германізми, які сприяли засвоєнню нових мовнокультурних надбань.

## ЛІТЕРАТУРА

Walczak, B. (2001). Związki językowe polsko-niemieckie. *Współczesny język polski*. Red. J. Bartmiński, WUMCS, 530.

## НЕОЛОГІЧНА ЛЕКСИКА У МОВІ ПОЛЬСЬКОГО ГЕЙМЕРА

**Слободянюк К. М.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Палатовська О. В.**

*Доктор філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Протягом нового тисячоліття розвиток комп'ютерних технологій швидко просувається вперед, що суттєво впливає на всі сфери життя людей, однією з яких є сфера комп'ютерних відеоігор, яка поступово набирає все більше обертів. Кожен день з'являлися нові жанри, сфери, режими і стратегії онлайн-ігор. Такий інтенсивний розвиток ігрової індустрії, звісно, не може розвиватися, не охопивши мову. Лексикон шанувальників відеоігор швидко поповнюється новими словами. Сучасні геймери являють собою умовно

замкнене інтернаціональне середовище, яке постійно поповнюється новими членами і всередині якого складається неофіційний ігровий сленг (соціолект). Відповідний геймерський соціолект існує і в польській мові.

Варто зазначити, що деякі неологізми, які спочатку з'явилися в ігровій індустрії, поступово увійшли до повсякденного лексику поляків. Так, наприклад, зараз нікого не здивує людина, яка буде вживати *piek* замість *zdolność* чи *skill* замість *umiejętność*. Ці неологізми прийшли з геймерської сфери і стали невід'ємною частиною польської лексики.

Останнім часом соціолект геймерів все частіше стає предметом наукових розвідок лінгвістів (D. Urbańska-Galanciak, R. Maćkowiak, M. Szymańska, P. Sporek та ін.), але динамічний лінгвальний матеріал, який постійно змінюється та доповнюється новими лексичними одиницями, потребує нових напрацювань.

Мета цього дослідження полягає у розгляді й аналізі основних моделей словотвору неологічних лексичних одиниць в мові польських геймерів (*Słownik gracza. Pojęcia gamingowe*, б. д.; *Wielki słownik gracza – gamingowy slang, który musisz znać.*, б. д.)

Матеріалом для дослідження слугували 130 неологізмів, що використовуються польськими геймерами не тільки для номінації онлайнвої ігрової термінології, але й під час спонтанної комунікації впродовж гри.

Аналіз зібраного мовного матеріалу свідчить про те, що найбільшу кількість неологічної лексики польських геймерів складають англіцизми, які використовують англомовні гравці. Англомовні запозичення входять в польську, зазнаючи певних змін, але зустрічаються лексичні одиниці й польської мови, семантика яких переосмислена.

Можна виділити такі основні способи утворення неологічної лексики в соціолекті польської геймерської спільноти:

1. Калькування, тобто використання слів рідної мови з переосмисленням їхньої семантики: *gracz*, *konto*, *umiejętności* (*umiejki*), *platformówka*, *Łup*, *dzyń*, *dziadek*, *silnik*, *ostróg*, *harówka*.

2. Транслітерація іншомовного слова (як правило, з мови англомовних геймерів) із його пристосуванням до фонетичної і граматичної системи рідної мови: *boss*, *build*, *camper*, *event*, *zergi*, *kamper*, *ping*, *stels*, *farming*. Такі запозичення у польській мові набувають граматичних ознак польської мови. Так, запозичені іменники починають вживатися у певному граматичному роді і відмінку. Наприклад: *Znowu headshot od jakiegoś campera*.

3. Суфіксація (вживання англіцизму з польським суфіксом):

*Itemki* (z ang. *items* – *przedmioty*). *Przedmioty zdobywane w trakcie gry. Jeśli usłyszycie zwrot „ale masz fajne itemki” oznacza to że ktoś ma np. dobrą broję, miecz, magiczną różdżkę, toę maga, amulety, magiczne pierścienie, mikstury itd.* (*Słownik gracza. Pojęcia gamingowe*).

4. Усічення (безафіксийний спосіб):

*Exp* (z ang. *Experience* – *doświadczenie*). *Po pokonaniu przeciwnika dostajemy punkty doświadczenia. Dzięki nim postać zdobywa wyższe poziomy i staje się coraz silniejsza.*

5. Абревіація (утворення нового слова від початкових літер словосполучення):

А) FPS (rodzaj gry) (z ang. First Person Shooter – strzelanka pierwszoosobowa). Strzelanka pierwszoosobowa, w której nie widzimy całej postaci tylko ręce i pistolet. (Słownik gracza. Pojęcia gamingowe).

Б) GG WP (z ang. Good game, well played – dobra gra, nieźle zagrane). Wyraz zadowolenia z odbytej rozgrywki. Czasem używa się tylko GG. (Słownik gracza. Pojęcia gamingowe).

6. Словоскладання. Наприклад:

Hack'and'slash (z ang. rąbać i ciąć). Gra, w której głównym zadaniem jest zabijanie potworów w celu zdobycia expa i przedmiotów. (Słownik gracza. Pojęcia gamingowe).

Отже, як показало дослідження, соціолект польських геймерів базується на інтернаціональній (перш за все англомовній) лексиці онлайн-гравців. Це не дивно, бо світова геймерська спільнота складається з представників різних країн і носіїв різних мов, тому для розуміння і спілкування їм потрібна спільна лексика. При цьому в кожній національній мові, зокрема і в польській, виникає власний соціолект онлайн-гравців.

Неологічна лексика польських гравців утворюються різними способами: калькування, транслітерація, суфіксація, усичення, абревіація, словоскладання. Найактивніше геймери вживають різні типи скорочень (аббревіатури, усичення), що свідчить про загальномовну тенденцію до економії мовних засобів. Перспективою цього дослідження буде подальше всебічне вивчення мови польських геймерів у функційно-стилістичному аспекті.

## ЛІТЕРАТУРА

Słownik gracza. Pojęcia gamingowe. (б. д.).

<https://www.zikom.com.pl/slownik-gracza/>.

Wielki słownik gracza – gamingowy slang, który musisz znać. (б. д.).

<https://geex.x-kom.pl/wiadomosci/wielki-slownik-gracza/>

## ЗАСОБИ ПОПОВНЕННЯ ЛЕКСИКИ СУЧАСНОЇ ІСПАНСЬКОЇ МОВИ

**Соболева К. Д.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Бобчинець Л. І.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Словниковий склад мови – це складна система, що виникає внаслідок історичного розвитку, що характеризується діахронічною мінливістю. Вивчаючи лінгвістичну систему сучасної іспанської мови, лінгвісти



стикаються з фактом її неоднорідності, зумовленої наявністю слів різного походження, оскільки носії мови в процесі вікового історичного розвитку вступають у політичні, соціальні та культурні відносини з носіями інших мов. Крім споконвічно іспанських слів, словниковий склад сучасної іспанської мови містить велику кількість лексичних одиниць різного походження.

Мовна система перебуває в постійному русі та розвитку. Наймобільнішим рівнем є лексична система, оскільки вона переважно реагує на всі зміни в суспільстві. Лінгвіст Едвард Сепір зробив точне зауваження з цього приводу: “Зміни в лексиці викликаються різноманітними причинами, більшість яких носить культурний, а не чисто мовний характер” (Sapir, 1933, с. 155–169).

Запозичення протягом багатьох століть було одним із основних шляхів збагачення словникового запасу і є результатом зближення народів на основі економічних, політичних, наукових і культурних зв’язків.

Запозичення є одним із фундаментальних понять мовознавства (переважно історичної лексикології, соціолінгвістики та контактології), яке має давню історію досліджень як в українській науці, так і за кордоном. Запозичення – це процес використання елементів однієї мови в іншій, отже, визначається діалектичною лінгвістично суперечливою природою мовного знака: його довільністю як силою, що допускає запозичення, і мимовільною силою як перешкодою для запозичення. Цим, мабуть, пояснюється те, що процес запозичення в сучасній мові, за наявними даними, є дуже непродуктивним і в кількісному відношенні значно поступається таким процесам, як словотворення та семантична деривація.

Будь-яка мова за весь час свого існування зазнавала і зазнає змін у зв’язку з постійним поповненням свого словникового складу з інших мов. Процес запозичення завжди був досить складним і багатограничним (Вольнова, 2014, с. 3). Часто при запозиченні разом із новим словом виникає нова реальність, яка не існувала в культурі носіїв запозиченої мови і тому не реєструється в мовній картині світу.

У деяких випадках запозичене слово виникає як синонім до слова, яке вже існувало в словнику мови, що запозичує. Причини такого дублювання слів можуть бути різними: прагнення до термінології, особливо коли запозичене слово є інтернаціональним терміном, або можливість підкреслити будь-які конотативні відтінки, незрозумілі в оригінальному слові, а іноді просто модний іншомовний термін, характерний для жаргонних запозичень.

Екзотичні слова не тільки називають реалії, невідомі носіям мови-реципієнта, але можуть нести у своїх значеннях вказівку на певну специфіку культури даного народу, особливості його звичаїв, ментальності. Вживання такого слова в іншій мові, що позначає відповідне поняття, є так би мовити перекладом частини іншої культури, переданий людям, які не є носіями цієї культури (Котрикадзе, Жаркова, 2018, с. 5–7).

Поява неологізмів у мові безперечно свідчить про зміни у житті людей. Оновлення словникового запасу мови унаслідок динамічного розвитку суспільства називають неологізацією. Неологізація є закономірним процесом і за словами Фердинанда де Соссюра (1998), не існує жодної мови, яка була

б відсторонена від факту появи в ній нових слів (с. 35). Процес неологізації є необхідним, щоб мова відповідала потребам суспільства на кожному етапі свого розвитку як у спілкуванні, так і в розвитку культури народу та закріпленні результатів пізнання дійсності людьми (Курило, 2015, с. 22).

Отже, важливо не лише знати значення неологізму. Його походження та спосіб утворення впливає на семантику слова. Неологізм вважається неологізмом до моменту, поки слово або словосполучення не переходить до загальноновживаної лексики та часто характеризується вживанням у певній галузі. Визначивши важливість процесу неологізації мови і фіксування усіх змін, яких зазнає мова, мовознавці та лінгвісти детально вивчають проблему становлення і функціонування саме такої лексики у різних сферах.

## ЛІТЕРАТУРА

- Вольнова, Д. М. (2014). Іноземні запозичення як одне із джерел словникового складу англійської мови. *Panda Republic*, 3.  
<https://web.snauka.ru/issues/2014/12/39354>
- Котрікадзе, Є. В., Жаркова, Л. І. (2018). Роль запозичень у міжкультурній комунікації. *Світ науки Педагогіка та Психологія*, 2, 5–7.  
<https://mir-nauki.com>
- Курило, Т. (2015). Неологізми суспільно-політичної сфери (на матеріалі політичних промов Дж. Буша). *Перекладацькі інновації: матеріали V Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції*. Суми, 12–13 березня, 20–22.
- Фердинанд де Сосюр (1998). Курс загальної лінгвістики. Основи.
- Sapir, Edward (1933). *Language*. Encyclopaedia of the Social Sciences, 155–169.  
<http://surl.li/fpalg>

## ЛЕКСИЧНІ ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ТУРЕЦЬКИХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ТЕКСТІВ

**Солоданюк Я. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Сіленко Н. В.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Лексичні перекладацькі трансформації – це процес зміни лексичної форми мовного виразу під час перекладу з однієї мови на іншу з метою збереження його значення та виразності. Ці трансформації є необхідним елементом процесу перекладу, особливо при перекладі суспільно-політичних текстів, де точність та вірність передачі значення є важливими.

Одна з найбільш важливих особливостей перекладу суспільно-політичних текстів полягає в необхідності зберігати стиль та тон оригінального тексту.

Суспільно-політичні тексти мають свій власний стиль та тон, який відображає атмосферу політичного дискурсу. Перекладач повинен використовувати мовні засоби, які забезпечують точне відтворення стилю та тону оригінального тексту. Ще одна особливість перекладу суспільно-політичних текстів полягає в тому, що перекладач повинен бути досить знайомим з політичними системами та процесами в обох країнах. Це допоможе перекладачу зрозуміти значення термінів та виразів, які використовуються в оригінальному тексті, та передати їх точно в перекладі. Крім того, перекладач повинен бути уважним до культурних відмінностей між країнами. При перекладі суспільно-політичних текстів можуть виникати проблеми з перекладом ідіом та культурно зумовлених виразів.

Найбільш поширеними лексичними трансформаціями є:

*Конкретизація* – це лексична трансформація, унаслідок якої слово (термін) широкої семантики замінюється на слово (термін) вузької семантики. Автономна республіка – це державоподібне утворення – *Özerk bir cumhuriyet, devlet benzeri bir varlıktır.*

*Генералізація.* Ця лексична трансформація змінює термін вузької семантики на термін ширшої семантики. Psikoloji, zihinsel olguları ve insan davranışlarını inceleyen bilim dalıdır – *Психологія* – наука, що вивчає психічні явища та поведінку людини.

*Додавання слова.* При перекладах суспільно-політичної лексики часто виникає необхідність додати слово, що зумовлюється відмінністю турецької мови від української. Parti üyesi olmayanlar toplantılara katılmasına izin verilmez – *Люди, які не є членами партії не можуть долучитись до виборів.*

*Вилучення слова* – явище, протилежне додаванню. Семантично надлишкові елементи оригіналу вилучаються, тобто ті смислові компоненти, які певним чином повторюються в оригіналі, або передача яких мовою перекладу може порушити норми останньої. *Vaşkanın konuşması mükemmeldi ve harikaydı* – Промова президента була *неперевршеною*.

*Модуляція* – це лексична заміна, що будується на причинно-наслідкових зв'язках понять, що можуть взаємно замінюватися. При цьому замінюються як слова, так і словосполучення.

*Антонімічний переклад.* Прийом складається з того, що форма слова або словосполучення в оригіналі замінюється на протилежну: позитивна – на негативну і навпаки. Він не виграв вибори. – *Seçimi kaybetti.*

*Транскрипція та транслітерація* застосовуються в основному при перекладі політичних реалій. Диван (вищий орган влади в ряді ісламських держав). – *Divan.*

*Калькування* використовується для передачі як безеквівалентних термінів, так і тих, що мають еквіваленти, і передбачає переклад словосполучень зі збереженням структури оригіналу. *Kurtuluş savaşı.* – Визвольна війна.

Підсумовуючи викладене, можна зробити висновок, що лексичні перекладацькі трансформації є невід'ємною частиною перекладу, особливо при перекладі турецьких суспільно-політичних текстів. Перекладач повинен мати глибокі знання відповідної сфери та володіти майстерністю

з перекладу. Використання різних методів перекладу та лексичних перекладацьких трансформацій дозволяє зберегти зміст, стиль та емоційний вплив оригінального тексту.

## **РУХ ЗА ПРАВА ЖІНОК В ІСЛАМСЬКІЙ РЕСПУБЛІЦІ ІРАН**

**Солошенко Е. Ю.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Пророченко Н. О.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Емансипація жінки – явище історичне в усіх культурах й імпульс був створений епохою модернізації. Із включенням у цей процес мусульманського суспільства актуалізувалося і питання соціального статусу жінки. Дискусії про становище жінки в ісламському суспільстві, її права, свободи та обов'язки, вже довгий час залишаються одним із головних показників того, яким бачать іслам представники інших культур та конфесій, і наскільки сильними є стереотипи про мусульман як носіїв певної сукупності традиційних ціннісних настанов, яка не вписується в систему цінностей сучасного західного суспільства.

Ісламська система цінностей регламентує всі сфери життя мусульман від норм поведінки індивіда всередині родини до соціально-політичного, економічного і релігійного життя. Основним джерелом цих норм є авторитетні тексти ісламу – Коран і сунна. З цих джерел та їхніх тлумачень випливає, що всі люди рівні перед Аллахом: Сура 33. АЛЬ-АХЗАБ (Військові загони), аят 35; Сура 4. АЛЬ-НІСА (Жінки), аят 1 (Коран).

Оскільки в ісламській культурі правова сфера не відділена повністю від релігійної, як це сталося свого часу в західних країнах, ісламське розуміння рівності теж релігійно забарвлено. В Ісламській Декларації прав людини від 1990 р. міститься таке формулювання положення про рівність чоловіків та жінок: “Жінка має рівність з чоловіком у людській гідності; вона має права так само, як і несе обов'язки; вона користується громадянською правоздатністю, має самостійний майновий статус і має право на збереження свого імені та походження за народженням” (The Cairo Declaration On Human Rights In Islam, 1990, article 6).

Країни ісламського світу розрізняються за типом правління, формою державного устрою, державно-правовим режимом. У деяких державах основним законом є шариат (Саудівська Аравія, країни Перської затоки, Іран та ін) і жінки суворо дотримуються хіджабу. У той же час існують і варіанти світського ісламу, як, наприклад, у Туреччині, де з 1925 р. діє заборона на носіння мусульманського одягу в державних та навчальних закладах, або Тунісі, де подібна заборона діє з 1981 р.

Ісламська Республіка Іран представляє собою специфічну модель устрою суспільства і держави, що базується на концепції ісламського правління,

яка була розроблена аятоллою Рухоллою Хомейні, ідеологом ісламської революції (1978–1979). Після революції було проведено “ісламську культурну революцію”: відновлено мусульманські традиції, введено ісламські норми поведінки і одягу – всі дівчата і жінки, незалежно від віросповідання, зобов’язані носити хіджаб. Норми шаріату були впроваджені у судову систему і, особливо, сімейне право. Жінкам було заборонено займати керівні посади, працювати, наприклад, суддями, археологами, геологами, займатися спортом та співом. За порушення ісламських норм у 1981 р. були введені передбачені шаріатом покарання: побиття батогами та ін. В результаті суспільного незадоволення і активізації іранських жінок після смерті Р. Хомейні позиція влади пом’якшується. Заохочується участь жінок у наукових дослідженнях, літературі, мистецтві, спорті. У 1997 р. Іран став ініціатором проведення II Олімпійських ігор жінок мусульманських країн. Олімпійський комітет очолила донька президента А. А Хашемі-Рафсанджані – Файзе Хашемі.

Політику лібералізації суспільно-політичного життя, рівноправ’я жінок, послаблення контролю релігійних структур над культурною сферою проводив президент Хасан Рухані (2013–2021, роки перебування на посаді). Ситуація з правами жінок ставала краще: зростає число жінок, які отримують освіту, працюють та відвідують спортивні змагання.

Але, у 2021 р. президентом Ірану став Ібрагім Раїсі – представник консерваторів, прибічник зміцнення пуританських ісламських норм, обмеження соціальної активності жінок. Знову посилилась роль “поліції моралі”, представники якої проводять інспекції щодо належного ісламського дрес-коду громадян, перед усім, жінок. Така політика викликає в Ірані значний опір. Так, приводом для масових хвилювань стала смерть 22-літньої Махси Аміні 16 вересня 2022 р., після затримання її “поліцією моралі” через неналежне носіння хіджабу. Хвилювання охопили десятки міст в усіх 31 провінціях Ірану і кваліфікуються як найбільший прояв непокорі ісламському режиму за час його існування. Гаслами демонстрантів стали “смерть верховному лідеру”, “ми проти ісламської республіки”. Жінки спалювали хіджаби. Влада відповіла репресіями. За даними правозахисників, жертвами придушення протестів стали 150 осіб, сотні поранені, тисячі заарештовані (Kasra Aarabi & Alex Vatanka, 2022).

Населення Ірану демонструє широке незадоволення правлячим режимом. Зростання рівня освіти і політичної свідомості розширює спектр суспільно-політичних орієнтирів, робить іранське суспільство більш відкритим до інновацій, формує нові економічні і соціальні запити, ілюстрацією чого є і боротьба іранських жінок за свої права.

## ЛІТЕРАТУРА

Коран. Переклад смислів українською мовою. *Духовне управління мусульман України.*

<https://umma.in.ua/ua/node/1750>

The Cairo Declaration On Human Rights In Islam.

<http://www.arabhumanrights.org/publications/regional/islamic/cairo-declaration-islam-93e.pdf>

Kasra Aarabi, Alex Vatanka. (2022, October 06). Braced to crush unrest, Iran's rulers heed lessons of Shah's fall – analysts. *Arab News*.  
<https://www.arabnews.com/node/2176521/middle-east>

## ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КИТАЙСЬКОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

**Сон А. Д.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Трубіцина О. С.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Політика та мова тісно пов'язані між собою, адже основним завданням політики служить управління суспільством, налагодження громадського порядку та міжнародних зв'язків для загального блага країни та світу. Саме за допомогою мови політичні діячі можуть заявити про свої переконання, концепції, будуючи дискурс через ретельний добір лексичних одиниць та граматичних структур задля реалізації прагматичної мети. Втім, варто зауважувати, що єдиного загальноприйнятого визначення політичного дискурсу немає, адже це поняття має багато аспектів та визначень, залежно від того, яку науку, дисципліну або теоретичний підхід розглядаємо. У нашій роботі поняття “дискурс” виступає в якості жанру згідно з одним із визначень відомого голландського дослідника Т. А. Ван Дейка (1977). Тобто під політичним дискурсом розуміємо вербальну комунікацію, що реалізується в сфері політики.

Політичний дискурс охоплює виступи політиків, інтерв'ю політичних діячів, офіційні прес-конференції, промови, а також повідомлення ЗМІ щодо політичних подій. Тексти такої тематики характеризуються вживанням термінологічної лексики, до якої входять:

– терміни, що стосуються внутрішньої та зовнішньої політики держави: 一国两制 (*одна країна, дві системи* – політика керівництва КНР щодо Гонконгу, Макао, Тайваню); 经济全球化 (*економічна глобалізація*);

– скорочення назв організацій: 金砖国家 (*група країн БРИКС*);

– повні назви організацій: 与联合国大会 (*Генеральна Асамблея ООН*); 世界贸易组织为基石 (*Світова організація торгівлі*);

– назви посад держслужбовців: 中华人民共和国国务院总理 (*Прем'єр Держради Китайської Народної Республіки*);

– назви угод: 和平共处五项原则 (*П'ять принципів мирного співіснування*); 区域全面经济伙伴关系协定 (*Всеосяжне регіональне економічне партнерство*);

– назви конференцій: 万隆会 (*Бандунгська конференція*);

– назви документів: 联合国气候变化框架公约 (*Рамкова конвенція ООН про зміну клімату*), 巴黎协 (*Паризька угода*) та інші.

Окрім суспільно-політичної лексики, політичний дискурс конструює лексика, яка означає поняття та категорії економіки, військової справи, мистецтва, моралі, етики, медицини, а також емоційно-забарвлена лексика, що передає внутрішні переживання та почуття мовця.

Також текстам політичної тематики на синтаксичному рівні характерне вживання вступних слів для побудови логічності висловлювання. Зокрема, прийом перерахування допомагає мовцю висловити послідовність, цілі та обов'язки. Так, у тексті виступу голови КНР Сі Цзіньпіна на 13 саміті БРІКС для перерахування п'яти необхідних позицій для покращення співпраці країн БРІКС використовуються такі вступні слова для перерахування (习近平, б.д.): 第一, 第二, 第三, 第四, 第五 (*по-перше, по-друге, по-третє, по-четверте, по-п'яте*). Прем'єр-міністр КНР Лі Кецянь теж використав згадані перелічувальні лексеми у своїй промові на 59 сесії Африкансько-азійської консультативно-правової організації для переліку способів відстоювання міжнародного верховенства права (李克强, б.д.).

У текстах політичного дискурсу (英国首相约, б.д.) також часто зустрічається стилістично-забарвлена лексика, що надає висловлюванню офіційності, наприклад:

– фразеологізми: 同舟共济 (діяти в одному напрямку);

– цитування: 明者因时而变, 知者随事而制 (У мінливі часи розумна людина змінює свої стратегії, а мудра людина встановлює правила – з 12 глави трактату Хуань Куаню “Суперечка про сіль і залізо” часу династії Західної Чжоу);

– веньянїзми як службові слова: “以” (за допомогою, завдяки, шляхом): 要以良法促善治 (необхідно за допомогою покращеної правової системи сприяти справедливому управлінню); “之” (відокремлює означувальне слово від його означення): 占世界人口总量四分之三的亚非国家 (Країни Азії та Африки, на які припадає три чверті населення світу), 东方之珠 (Перлина сходу).

Тож аналіз політичного дискурсу сучасної китайської мови показав, що вибір лексичних одиниць продиктований стильовими рамками викладу та прагматичною метою мовця. Зокрема, у політичних дебатах мовці використовують емоційні та експресивні вислови, щоб підкреслити свою позицію та переконати аудиторію. У міжнародних переговорах, де важлива міжкультурна комунікація та конкретика, мовці зазвичай звертаються до використання більш нейтральної та консенсусної лексики, щоб забезпечити зрозумілість та уникнути непорозумінь. А термінологія важлива там, де комунікація відбувається серед вузької та спеціалізованої тематики і направлена на підготовленого реципієнта.

## ЛІТЕРАТУРА

Dijk, T. A. van. (1977). *Text and context. Explorations in the semantics and pragmatics of discourse*. Longmans.

英国首相约翰逊访问乌克兰. (б. д.). 新华网.

<http://www.news.cn/world/2022->



习近平在金砖国家领导人第十三次会晤上的讲话. (б. д.). 中华人民共和国中央人民政府.

[http://www.gov.cn/xinwen/2021-09/10/content\\_5636527.htm/](http://www.gov.cn/xinwen/2021-09/10/content_5636527.htm/)

李克强在亚非法协第59届会议上的讲话. (б. д.). 中华人民共和国外交部. [https://www.mfa.gov.cn/web/ziliao\\_674904/zyjh\\_674906/202111/t20211130\\_10459089.shtml](https://www.mfa.gov.cn/web/ziliao_674904/zyjh_674906/202111/t20211130_10459089.shtml)

## **ОСНОВНІ ПЕРСОНАЖІ ТА ЇХНІЙ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК У ЗБІРЦІ НОВЕЛ ПУ СУНЛІНА “РОЗПОВІДІ ЛЯО ЧЖАЯ ПРО НЕЗВИЧАЙНЕ”**

**Сосновська Я. О.**

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

Науковий керівник: **Рубель В. А.**

*Доктор історичних наук, професор*

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

Пу Сунлін – китайський письменник та вчений часів династій Мін та Цін, найбільш відомий як автор збірки новел “Розповіді Ляо Чжая про незвичайне”. Народився у 1640 році в повіті Цзинчуань провінції Шаньдун, у родині торговців арабського походження. Завдяки статкам та зв'язкам батька отримав гарну освіту, але в подальшому не став розвивати кар'єру вченого, працюючи приватним викладачем та займаючись письменництвом у рідному селі. Помер у 1715 році (Wang, 2020).

Збірка новел “Розповіді Ляо Чжая про незвичайне” включає в себе більш, ніж 400 оповідань, які зайняли цілих 16 томів. Вони не являють собою зразків оригінального жанру, а є лише точною стилізацією під традиційні китайські твори в стилі сяошо – художньої прози, що протиставлялася канонічним конфуціанським текстам. Не зважаючи на їхню популярність, деякі з оповідань через фривольні сюжети були заборонені у Цінському Китаї. У своїх творах Пу Сунлін змішує буденні обставини з містичними: персонажами його творів регулярно стають представники китайського фольклору, а ті чи інші події є алюзією на вже існуючі шаньдунські міфи та легенди (Wang, 2020).

Героїв “Оповідей про незвичайне”, спираючись на їхню природу та походження, можна розділити на декілька груп: лиси, біси, маги/даоси та, врешті-решт, звичайні люди (Pu Songling, 2013).

Лиси – чарівні істоти. За однією версією, перетворення відбувається з лисиці на людину (чоловіка або жінку); за другою, навпаки – люди, обертаються на лисиць або лисів. У людській подобі вони наділені надзвичайною вродою, розумом та талантами. Останні, в тому числі, можуть бути магічними, наприклад: лікування, створення ілюзій, безсмертя, керування предметами силою думки. За характером лиси бувають різні; часто все залежить від людини, з якою вони мають справу: якщо остання є чесною та доброю, лис, переважно, усіяко піклується про неї, дає корисні поради,

наділяє чудесними можливостями та багатствами, допомагає влаштувати особисте життя. Але якщо людський підопічний починає замислювати зло або не віддячує за допомогу, лис зазвичай забирає все, що давав, назад та залишає його, ображений. Але ці істоти також можуть бути просто злими та жорстокими самі по собі, всіяко капостячи людям, з якою б повагою останні до них не ставилися (Pu Songling, 2013).

Біси – душі людей, яких спіткала передчасна або жорстока, насильницька смерть; нагадують привидів в європейській фольклорній традиції, але, на відміну від них, є матеріальними та, частіше за все, не жорстко прив'язаними до місця своєї загибелі. Як і лиси, зображуються як люди, наділені дивовижною вродою, але, разом з цим – бажанням та здатністю поглинати чужі життя та здоров'я, аби подовжувати власне існування. Також можуть регулярно збиткуватися та жартувати над людьми. При цьому, у деяких оповіданнях людина може за допомогою чарів чи, навіть, власного розуму та наснаги приборкати їх та поставити собі на службу (Pu Songling, 2013).

Маги/даоси – люди, які завдяки релігійним (переважно, даоським і буддійським) практикам, успадкованим магічним здібностям або допомозі божественних сутностей отримали чаклунські здібності, серед яких – наведення ілюзій, виготовлення чарівних талісманів, лікування та навіть воскресіння, знищення та контроль бісів та іншої нечистої сили. Частіше за все зображуються такими собі трікстерами, які здатні як прийти на допомогу людині, захищаючи її від злиднів, хвороб та ворожої сили, так і пожартувати над нею, скориставшись довірою та ввівши в оману (Pu Songling, 2013).

І, врешті решт, звичайні люди. Не зважаючи на те, якими прекрасними та могутніми автор зображує чарівних істот, доволі швидко стає зрозуміло, що саме проста людина займає центральне місце у його світогляді загалом та творах зокрема. Народитися людиною зазвичай вважається найбільшим щастям та кармічним досягненням. Самі лиси регулярно першими намагаються повернути її увагу та завоювати прихильність, регулярно виказуючи синівську шанобливість і називаючи людського персонажа своїм вчителем – навіть, якщо самі при цьому знають та вміють значно більше. Та й біси, хоч і намагаються зазвичай поглинути життєву енергію людини, також можуть бути причаровані розумом та наснагою останньої та, врешті-решт, стати їй за коханих та помічників (Pu Songling, 2013).

## ЛІТЕРАТУРА

Wang, H. (2020) *China Biographical Database*.

<https://doi.org/10.21428/51bee781.079bba92>.

Pu, Songling (2013). *Strange Stories from a Chinese Studio*.

<https://www.gutenberg.org/cache/epub/43629/pg43629-images.html>

## **ЗІСТАВНИЙ АНАЛІЗ СИНТАКСИСУ ІНАВГУРАЦІЙНИХ ПРОМОВ БАРАКА ОБАМИ І ПЕТРА ПОРОШЕНКА**

**Степанкевич М. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Коломієць В. О.**

*Кандидат психологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Інавгураційна промова займає важливе місце у системі політичної комунікації, виконуючи **інтеграційну, інспіративну, декларативну і перформативну функції** (Стрій, 2021). Вона є важливим інструментом мовленнєвого впливу на свідомість широкого загалу, адже перше звернення очільника держави закладає ідейну основу єдності суспільства на подальші кілька років. Цим пояснюється спрямованість досліджень у багатьох галузях сучасної лінгвістики на виявлення механізмів забезпечення бажаного ефекту президентської промови під час процедури інавгурації.

Звичайно, ступінь впливовості інавгураційної промови значною мірою визначається особистісними характеристиками політика, але не менш важливу роль у забезпеченні ефективності політичного звернення відіграють його композиційно-комунікативні особливості. Привернути увагу аудиторії, полегшити сприйняття промови, вплинути на погляди і переконання реципієнтів і спонукати їх до активних дій можна лише завдяки дійовій комбінації засобів впливу всіх мовних рівнів, зокрема синтаксичного. Проте синтаксичні характеристики інавгураційних промов президентів України та інших країн поки що не були предметом спеціальних досліджень в українському мовознавстві. Це й зумовило наше звернення до теми синтаксичної організації інавгураційної промови.

Оскільки в Україні інавгураційна промова як жанр політичного дискурсу знаходиться на стадії формування, видається доцільним здійснення порівняльного аналізу синтаксису інавгураційної промови президента України і синтаксису інавгураційної промови президента США, де такі промови мають багаторічну традицію і завдяки цьому містять ефективні, перевірені часом мовні засоби впливу на аудиторію, в тому числі й на синтаксичному рівні.

Отже, об'єктом дослідження є інавгураційні промови президентів США і України, а предметом дослідження – синтаксична організація інавгураційних промов.

Мета дослідження полягає у визначенні синтаксичних особливостей текстів інавгураційних промов американських і українських президентів.

Практичним матеріалом дослідження обрано інавгураційні промови 44-го президента США Барака Обами (2008 р.) і п'ятого президента України Петра Порошенка (2014 р.).

Для досягнення мети необхідно проаналізувати промови в аспекті кількості і довжини речень, типів речень за метою висловлювання, емоційним

забарвленням, кількістю предикативних центрів та кількістю синтаксичних позицій предикативного ядра речення, засобів зв'язку, пунктуаційного оформлення речень.

Результати дослідження сприятимуть задоволенню практичної потреби у виявленні синтаксичних чинників здійснення психологічного впливу на реципієнтів у жанрі інавгураційної промови.

## ЛІТЕРАТУРА

Стрій, Л. І. (2021). Функції інавгураційної промови в українському політичному дискурсі. *Вісник Одеського національного університету. Сер.: Філологія*, 26, 2(24), 97–103.

## КОНЦЕПТ “ДАО” ЯК СКЛАДОВА “ЧЕН’ЮЙ” В ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

**Сумський О. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Костанда І. О.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

На сьогоднішній день у світі, щохвилини публікуються численні статті, з'являються нові явища та тенденції, однак, є те, що завжди залишається незмінним, наприклад, концепт “дао”, який формувався і зміцнювався протягом багатьох століть. Вжиток “дао” як самостійної філософської категорії документований у текстах починаючи з періоду “Весен і Осеней” (771–456 до н. е.). “Дао” – одна з основних категорій китайської філософії, яка незмінно присутня у багатьох її напрямках, це центральне поняття даосизму, основна категорія онтологічного та космологічного аспектів цього вчення. В концепції Лао-цзи “дао” – це абстрактна сутність, яка є одночасно буття і небуття, “наявність” і “відсутність”, всеохоплююча і наскрізна, але не може бути описана словами. Для Чжуан-цзи “дао” скрізь присутнє; воно створює час та простір. “Дао” є небуття, але породжує все розмаїття речей та явищ. Мен-цзи розрізняє небесне “дао” (предвизначення) і людське “дао” (благочинні вчинки людей). Для Сюнь-цзи “дао” всеосяжне, воно створює Всесвіт, і є одночасно моральним законом, дотримуючись якого людина здатна змінювати свою “злу природу” (Шинкарук, 2002). Світобачення китайського народу втілюється у фразеологічних зворотах “чен’юй”, які з поваги до багатомовної культури, вживаються у текстах сучасних ЗМІ. У свою чергу, на перекладачів покладається важлива місія – зробити адекватний переклад “чен’юй”, а також провести змістову адаптацію так, щоб навіть пересічний читач статті міг повністю зрозуміти зміст фразеологізму.

На першому етапі дослідження ми визначили роль фразеологізмів “чен’юй” у китайському мовознавстві та їх стилістичні особливості функціонування у текстах китайських ЗМІ.

На другому етапі ми визначили методи дослідження серед яких: порівняльно-історичний, описовий, а також методи функціонального, етимологічного, концептуального та структурно-семантичного аналізів.

На третьому етапі ми дослідили витоки формування концепту “дао” в китайській культурі, а також його вплив на історію і філософські вчення Китаю, а також ми здійснили аналіз “чен’юй” із лексемою “道”, проаналізували спектр значень які може виражати “дао”. Наприклад, “道山学海”, що можна перекласти як “навчання високе як гори і широке як море” і означає, що знання є безкінечними подібно до “дао”. Часто вони можуть описувати зовнішність людей, наприклад: “仙风道骨”, що перекладається як “манери святого і тіло даоса” і означає видатну людину. Але також не рідкість коли “чен’юй”, що містять “道”, використовуються з негативною конотацією, наприклад: “暴虐无道” – поводити себе жорстоко і несправедливо. В цьому випадку “道” виступає в значенні справедливність, правда, істина (Голянич, Стефурак & Бабій, 2011). Також ми виявили специфіку перекладу текстів китайських ЗМІ різної тематики, класифікували їх за значенням та дібрали найбільш доречні способи перекладу. Звертаючи увагу на внутрішнє наповнення тексту ЗМІ, для вдалого формування суспільної думки необхідним фактором є комплексне поєднання викладу статті в логічному порядку разом з емоційно-експресивним забарвленням тексту. Крім того, що “чен’юй” поширені всередині самих текстів-статей, вони ще можуть простежуватися у складі заголовків до цих статей (现代汉语词典, б.д.).

Отже, “чен’юй” відіграє важливу роль за рахунок реалізації естетичної функції в сучасних текстах ЗМІ, стилістично збагачуючи та посилюючи образність мови. Вживання концепту “дао”, завдяки своїй всеосяжності може використовуватися в різних ситуаціях, а у сучасному дискурсі посилює зв’язок між поколіннями, відроджуючи традиції (Lo, 2003). Отримані результати дослідження можуть використовуватися у майбутніх наукових розвідках з історії китайської мови, з вивчення та аналізу традиційних філософських текстів. Також на основі результатів дослідження можуть будуватися нові стратегії перекладу традиційних філософських текстів з китайської мови.

## ЛІТЕРАТУРА

- Шинкарук, В. І. (2002). *Філософський енциклопедичний словник*. Абрис.
- Голянич, М. І., Стефурак, Р. І., & Бабій, І. О. (2011). *Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія*. Сімік.
- 现代汉语词典. (б.д.). 现代汉语词典.  
[https://cidian.51240.com/chengyu\\_cidianchaxun/](https://cidian.51240.com/chengyu_cidianchaxun/)
- Lo, W. H. (2003). *Best Chinese Idioms*. China Books & Periodicals.

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДОПУСТОВО-УМОВНИХ КОНСТРУКЦІЙ В КОРЕЙСЬКІЙ МОВІ

Сурова Ю. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Охріменко В. О.

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Допустово-умовні конструкції в корейській мові утворюються шляхом зміни дієслівних закінчень, тобто шляхом приєднання умовних позначок (дієслівних суфіксів) до основи дієслова. Серед цих умовних знаків – *면(-myen)* і *-다면(-tamyen)* є двома найбільш часто використовуваними при формуванні допустово-умовних конструкцій у корейській мові.

Досліджень на тему допустово-умовних конструкцій в корейській мові відносно небагато, цим дослідженням займались лінгвісти Пак Сонг Юн та Лі Чонг Мін. Пак Сонг Юн дослідив семантичні властивості цих двох умовних маркерів і обговорив різницю в їхній прагматичній функції. Його основним аргументом було те, що *면(-myen)* є допустово-умовним маркером, який є досить універсальним маркером, позначає допустовість і використовується в будь-якому реченні умови. Тоді як *-다면(-tamyen)* буде доречним використовувати не в кожному реченні умови, але правильно використовувати це закінчення в випадку, якщо умова про яку йдеться в конкретному реченні є нереальною або неможливою.

Безумовно, що є схожість у використанні цих двох конструкцій і вони можуть бути взаємозамінними. Проте є випадки, коли краще використати *-다면(-tamyen)* на противагу *면(-myen)*.

Візьмемо у приклад наступні два речення:

내일 비가 오면 집에 있을 거예요. (Якщо завтра піде дощ, я буду вдома.)

내일 비가 온다면 집에 있을 거예요. (Якщо завтра піде дощ, я буду вдома.)

Звісно, невідомо чи буде точно йти дощ, але за умови, якщо піде, мовець буде вдома. Це саме той випадок, коли ці дві конструкції є взаємозамінними.

Розглянемо ще один приклад.

10년 전으로 돌아간다면 무엇을 하고 싶어요? (Що б ви зробили, якби повернулися на 10 років в минуле?)

У наведеному вище прикладі, коли дія неможлива більш доречно буде використовувати конструкцію *-다면(-tamyen)*. Якщо мовець щиро вірить у можливість ситуації, в такому випадку потрібно використовувати *면(-myen)*. Якщо ж думає, що те, про що він говорить неможливо, буде використовувати конструкцію *-다면(-tamyen)*. Таким чином ми можемо відслідкувати реальний підтекст того, про що говориться.

Коли ж можна використовувати лише *면(-myen)*? Розглянемо приклад: 봄이 오면 꽃이 핀다. (Коли приходить весна, розквітають квіти.)

Чи можливий варіант, що квіти не розквітнуть? Квіти розквітнуть у будь-якому разі. У разі, якщо ситуація можлива за будь-якої умови, конструкцію *-다면(-tamyen)* використовувати буде недоречно.

Підсумовуючи, є ситуації, коли дві конструкції, що ми розглянули є взаємозамінними, проте є ситуації, коли умова неможлива, в такому випадку використання конструкції -다면 (-tamyen) лише буде можливим. У випадку, коли умова відбудеться з упевненістю, доречно використовувати допустово-умовну конструкцію -면 (-myen).

## АРХАЇЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЧОРНОМОРЬСЬКОГО ДІАЛЕКТУ ТУРЕЦЬКОЇ МОВИ

Тарасенко Е. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Сорокін С. В.

Кандидат філологічних наук, професор

Київський національний лінгвістичний університет

Різноманіття діалектних особливостей, чи то фонетичних, чи то граматичних змін, є звичайним явищем для турецької мови. Чорноморський регіон Туреччини з найдавніших часів історії був населений різними етнічними спільнотами, внаслідок чого утворилося й етнолінгвістичне розмаїття, в якому нашарувалися елементи уйгурської та огузо-кипчацької мов. Збіг голосних і приголосних із давньою тюркською мовою, недотримання правил малої гармонії голосних, інверсійне та окреме написання афікса предикативності, подвійне використання дієслова, вживання архаїчної лексики – лише деякі з безлічі особливостей чорноморського діалекту турецької мови (Şimşek, 2020).

Однією з найбільш поширених особливостей кипчацьких мов є африкація, особливо зміна фонемі [g] / [ğ] на [v]: *gözümün çiçeви yettilem kideyken daldı dereye, atma türkü atarım yürevünü yakarım, eski çarúklarımı bovazúna takarım, o demlíne sıvmaz ona eziyet etma, uz davından aşığa metlerin gelsin bana, torunumun bebeđi dovdu geçenlerde, eşyalarđ Toparlayıp oturacav evi düzelttik, damat tarađı bi saat uvrayıp kittiler, bütün köyü düvüne davet etmiş* [Şimşek, 2020]. Так само спостерігаємо властивість заміни фонем [ç] – [ş] та [d] – [t]. До прикладу: *ölçmediler – öşmediler, için – uşun, kaç- – gaş-, geç- – geş-, uç- – uş-, üç- – üş; duymak – tuymak, diş – tiş* [Öner, 2010]. Заміна фонем [ç] – [ş] є також властивістю сучасної ногайської мови, яка належить до групи кипчацьких мов. Для чорноморського діалекту характерна вимова фонемі [k] як [g] на початку та в середині слова, що є рисою притаманною й сучасним кипчацьким мовам: *teşekkür – teşeggür, şekilde – şegilde, çökerek – çögerek, kişi – gişi, köyler – göyler*.

Цікаво, що слово “büyük” походить від архаїчної форми “bedük”, а у чорноморському діалекті маємо форму “beyuk” (*beyuklerimiz, beyuk iş*). Так, у чорноморському діалекті прослідковуємо зміну фонем [d] – [y], яка зберіглася до наших днів від періоду давньої тюркської мови.

Поява фонемі [h] на початку порівняльного прислівника “en” так само вважається спадковою особливістю кипчацької мови: *misir hen önemli*



yiyecekti, **hen** az on beş gün ekşimesi lazımdı, yöresel yemeklerimiz **hen** güzellerindendi.

Починаючи з періоду давньої тюркської мови й до періоду староанатолійсько-тюркської мови (до XV ст.) дієслово **ol-** в турецькій мові мало вигляд **bol-**. Сьогодні таку форму знову-таки можна спостерігати у трабзонському говорі у вигляді **“bolaki”**, що означає **“İnşallah, olur ki.”** (Дай Боже!) й може передавати як надію, так і попередження: **Bola ki bu sene çocuklar gelir Alamanya’dan; Bola ki deduklerumi yapmazsun, o zaman sağa edeceumi ben bilurum.** Так само, слово **kaçan**, яке спочатку використовувалося у давній турецькій мові, а згодом у XV ст. з’явилося у давній кипчаській мові у формі **“haçan”**, сьогодні зберігається у чорноморському діалекті. У творі *Divanü Lügati’t-Türk* це слово слугувало прислівником часу й має значення “потім, коли”: **“Éhaçen hamsi vardır, sen bâ ondan ver. / hâçen endum çarşıya / finduğu satmak için / dedum basma alayım / yâri aldatmak için”** (Coşar, 2015).

Подвійне вживання дієслова, як-от **“ağlama ağla-, söyleme söyle-, kasma kasma-”**, використовується для підсилення значення і є ще однією особливістю чорноморського діалекту: **şindi bagma şindi herif banger oldu. şindi arabalan gidey/ yörüme de yörümey/ siir arabalan gidey; biz dâbi yapmadukda körme kördük; yatma yatamâysin, kaçma kaçamaysın işde yapmaysın.** У наведеному вище прикладі варто звернути увагу й на слово **arabalan**, що у стамбульському діалекті турецької мови відповідає формі **araba ile (arabayla)**. Так, у чорноморському діалекті орудний післяйменник (відмінок) часто передається за допомогою афіксу **-lan/ -len**: **ilk hamur için iki su bardānlan ılık su; benlan baş edemesün; aynı samanda köyün mahalle muhtarî hep foterlan tolaşıdı.**

У чорноморському діалекті допоміжне дієслово (або афікс предикативності) зазвичай не приєднується до позначуваного слова, а має окреме написання (написання разом можливе, хоча трапляється доволі рідко) й часто використовується інвертовано: **Kimsa gelmemiş idi orıya; Haçan gelduk kimse yoğ idi; Kardeşim var idi, kardeşimlan dururdi o rahmetli adam.** Інвертоване вживання дієслова підкреслює ту частину речення, яка має логічний наголос: **Burası da idur oda. Adum idu Fatma Kara.**

З викладеного вище висновуємо, що чорноморський діалект турецької мови має важливе значення з погляду збереження архаїчних особливостей давньої турецької (тюркської) мови і є цікавим для подальших лінгвістичних спостережень.

## ЛІТЕРАТУРА

- Şimşek, A. (2020). Kesit Akademi Dergisi, Cilt 6 (25). *Trabzon İli Yomra İlçesi Ağızları Üzerine Bazı Dikkatler.*
- Öner, M. (2010). *Türk Kültürü Dergisi. Karadeniz Çevresi Türk Dili.*
- Coşar, A. M. (2015). *Karadeniz Araştırmaları Enstitüsü Dergisi. Bir Kimlik İşaretleyicisi Olarak Dil ve Trabzon Ağızlarında Arkaik Hususiyetler.*

## ОСОБЛИВОСТІ АНТОНІМІЇ ТА СИНОНІМІЇ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

**Тепленко Д. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Щербаков Я. І.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Вивчення антонімії та синонімії у сучасній китайській мові, має особливу сферу досліджень, які вже давно привертають увагу багатьох лінгвістів. Тому слід детально розібратись, які особливості антонімії та синонімії є на території сучасного Китаю.

Насамперед потрібно визначити, що таке антонімія та синонімія. “Антонімія – це одне з парадигматичних відношень між словами на основі протилежності їх значень. Вона властива всім природним мовам. Науковці стверджують, що в термінології антонімія навіть більш розвинута, як у загальній лексиці. Термінологи зазначають, що антонімія характерна для термінологічної лексики, при цьому підкреслюючи, що, по-перше, антонімія термінологічних одиниць істотно не відрізняється від ідентичного явища в загальноживаній лексиці, по-друге, антонімія навіть більш притаманна термінам, ніж загальноживаним словам” (Микульчик, 2013). Тобто поняття “антонімія” це – протилежність слів, морфем, фразеологічних одиниць тощо. Що стосується синонімії – це розділ лексикології, що вивчає синоніми. Слід зазначити, що синонімія це гіпотетична тотожність одиниць певної мови. Тобто синонімія додає новий відтінок до слова. Що стосується цих понять в китайській мові, то як вже відомо, з точки зору наявності в її великій системі безліч лексичних явищ (антонімія та синонімія) є однією з найбагатших у світі.

“反义词 – антоніми – слова, що належать до однієї й тієї самої частини мови, однакові за стилем, які виражають протилежні чи несумісні поняття” (Яблонська, 2022). Наприкінці ХХ століття в Китаї виник великий інтерес до багатоаспектних лінгвістичних досліджень давньокитайської мови. З цього часу починається вивчення давніх, а згодом і сучасних китайських антонімів. Китайські вчені дали визначення терміну “антонім”, визначили критерії оцінки та віднесеності лексем до цього класу, створили різні класифікації, освоєння яких поклали певні ознаки. Виділенням етапом і результатом у вивченні антонімії китайської мови стали численні словники антонімів, перший з яких з’явився в 1986 р. Найбільш відомими упорядниками словників такого типу в Китаї є відомі вчені лінгвісти: Лін Юушань, Чжан Цин’юнь Чінлу, Ван Веньсян, Сю Єньчун. У китайській мові існують класифікації антонімів, в основу яких покладено різні ознаки. Стосовно лексичного складу китайської мови найбільш відомими вважаються три класифікації, в назві яких якнайкраще відображені критерії їх диференціації: морфологічна, семантична, морфолого-семантична.

“同义词– синоніми – слова, різні за зовнішніми аспектами, але однакові чи схожі за внутрішніми” (Яблонська, 2022). Класифікація синонімів виходить з ознак, що їх розрізняють. Ці ознаки визначаються властивими синонімам додатковими відтінками. Сутність синонімії знаходить своє пояснення у визначенні відтінків значення. Відтінок значення є тією ланкою, що визначає природу синонімії.

Попри велику різноманітність досліджень, сьогодні ця галузь залишається актуальною і привертає увагу багатьох дослідників лінгвістів.

## ЛІТЕРАТУРА

- Микульчик, Р. М. (2013). Антонімія українських фізичних термінів-антропонімів. Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Серія “Проблеми української термінології”, 765, 67–69.
- Яблонська, Т. М. (2022). *Методичні рекомендації з навчальної дисципліни “Лексикологія (основна іноземна мова)” щодо структури оформлення рефератів та презентацій для студентів факультету іноземних мов першого (бакалаврського рівня) за спеціальністю 014 середня освіта (мова і література (турецька))*. Ushynsky University Repository: Home. <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/14468/1/Yablonska%20Tetyana%20Mykolaivna%202022.pdf>

## ПОЛЬСЬКА ВІЗІЯ КИЄВА II ПОЛ. XIX СТ.: ТЕРМІНОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

**Телєгін В. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Міненкова Н. Є.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

В останні десятиліття в сучасній українській гуманістиці спостерігається збільшення уваги дослідженням міст (Вихор І., Побережник О., Леснича П.). Маючи найчастіше один об’єкт дослідження (місто) при різних предметах (аспектах), дослідники послуговуються дещо відмінним термінологічним апаратом у ході проведення наукової роботи. Метою цього дослідження є аналіз основних термінів з міської проблематики, визначення різниці і специфіки у їх використанні.

У вітчизняній літературі присвяченій дослідженню міського простору найбільш уживаним терміном є “образ міста”, який є співставним у польськомовній літературі з “wizerunek miasta”, в англійській урбаністиці з “the image of the city”. Цю категорію в однаковій мірі використовують дослідники різних напрямків і методологічних підходів, оскільки вона є найбільш загальною і репрезентативною у наукових дослідженнях.

Разом з терміном “образ міста” широке використання має й “візія міста”, що відповідає у польській урбаністиці категорії “wizja miasta”, а в англomовній “vision of the city”. Істотних термінологічних відмінностей між такими категоріями як “візія міста” й “образ міста” немає, вважаємо, що їх слід, використовувати як синоніми.

Необхідно додати, що поняття “образ міста” семантично досить близьке поняттю “міський текст”. Українська дослідниця І. Вихор, авторка ряду статей на урбаністичну тематику, визначає міський текст як “сукупність таких семантичних ознак, які є знаковими, визначальними для формування образу міста”. У межах семіотичного підходу поняття “міський текст” тотожне поняттям “образ міста” і “дискурс міста”. Під останнім мається на увазі специфічні, притаманні міським текстам принципи та закономірності художньої організації урбаністичної семантики та поезики, а “міський текст” – свого роду текст у тексті, система визначальних для образу міста семантичних характеристик, яка залишається більш або менш усталеною в текстах, що описують певне місто.

Що ж до інших близьких до “образу міста” термінів, то варто зауважити, що часом вживається термін “ландшафт міста”. Про нього зокрема пише українська дослідниця Л. Нагорна, котра розуміє під “ландшафтом міста” все, що включає матеріальні і нематеріальні складові міського простору. За визначенням авторки, під культурним ландшафтом міста слід розуміти “систему символів, знаків, архетипів, стереотипів, які дають уявлення про образ міста, його обличчя” (Нагорна, 2013, с. 130).

До певної міри поняття “образ міста” близький до поняття “метафізика міста”, яке найчастіше розуміються як дослідження духовної атмосфери міста, менталітету містян й інших нематеріальних відмінностей у житті того чи іншого міста, що знайшло своє відображення у текстах. Тому, на нашу думку, цей підхід є близьким до категорії “образу міста”, а відмінністю є лише більший акцент на духовній складовій міського тексту.

Підсумовуючи, слід зазначити, що у сучасній гуманістиці у межах урбаністичних досліджень вживається ряд термінів, серед яких найбільш популярні і загальні – це “образ міста” та “візія міста”, що мають синонімічне значення. Разом з тим у літературі широко використовуються й інші лексеми: “метафізика міста” (як духовний клімат міста і менталітет містян), “ландшафт міста” (як система знаків і символів), “міський текст” (тексти про міста) або “міський дискурс” (семантика і поезика міста). Відтак, термінологічне розмаїття обумовлюється різними концептуальними підходами та методологією дослідження. Для подальших досліджень Києва II пол. XIX ст. найбільш відповідним, вважаємо термін “візія міста” як комплексне уявлення, систему поглядів та образ польських авторів про місто його сучасність та майбутнє.

## **ЛІТЕРАТУРА**

Нагорна, Л. (2013). Образ міста: регіональні аспекти вітчизняної візуалізації. *Регіональна історія України. Збірник наукових статей*, 7, 127–146.

## ВПЛИВ СУБ'ЄКТ-ОБ'ЄКТНОЇ ДИХОТОМІЇ НА МОВНЕ ВТІЛЕННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ КАРТИНИ СВІТУ

Тиха Д. Є.

Київський національний лінгвістичний університет

Рубан А. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Існує достатня кількість теорій та інтерпретацій, згідно з якими люди перебувають не лише у матеріальному та соціальному середовищі, але й у владі своєї мови, структура якої здатна в значній мірі впливати й на структуру мислення та спосіб сприйняття навколишнього світу. Таким чином, картина “реальності” формується на основі мовних норм окремих соціальних груп. Цей феномен ілюструє низка елементарних прикладів, що свідчать про різний спосіб сегментації світу відмінними мовами. Тому не дивно, що для досягнення комунікативно достатнього рівня володіння іноземною мовою необхідно паралельно засвоювати “мовну та концептуальну картину світу мовців”, тобто навчитися сприймати навколишнє середовище крізь призму іношомовного соціуму.

Тим не менш, будь-яка система, навіть побудована на основі суб'єктивних уявлень, усе ще підпорядковується єдиним правилам. Структурування думки на базовому рівні співвідноситься з синтаксичною системою мови, яке дає змогу “суб'єкту” впорядкувати “об'єкти”, що його оточують, вбудовуючи їх у описові ситуації дійсності. Кожній мові в тій чи іншій мірі притаманні закріплені на синтаксичному та семантичному рівні відношення, що дозволяють сприймати та фіксувати форми взаємодії “суб'єкта” з “об'єктами” навколишнього середовища.

Проте відмінність способів вираження цих двох категорій у різних мовних системах є прямим свідченням не лише про різницю у ментальному сприйнятті світу соціально-культурних груп, але й про деяку умовність такого розмежування. На ймовірності даного твердження неодноразово наголошував А. А. Потєбня у своїй праці “Естетика і поетика (1976)”, стверджуючи, що “... поняття об'єктивного та суб'єктивного відносні, і, без сумніву, настане час, коли те, що нам уявляється властивістю самої природи, виявиться лише особливістю погляду нашого часу” (с. 205).

Стосовно проблематики суб'єкт-об'єктної дихотомії як смислового центру мовного відображення дійсності варто зазначити критику *логоцентризму* Жаком Деррідою у його основній праці “Про граматологію (1967)”. Загальне поняття логоцентризму стосується традиційного західного філософського уявлення про те, що за мовою стоїть фіксоване і стабільне значення, доступне за допомогою розуму і логіки. Філософ постструктуралізму ж стверджував, що таке припущення є фундаментально хибним, оскільки ігнорує складну та умовну природу мови. Критика логоцентризму Дерріда ґрунтується на його концепції *différance*, яка посилається на притаманну мові нестабільність і невизначеність.

Одним із ключових способів впливу логоцентричних уявлень на людське мислення є чіткий поділ на суб'єкт і об'єкт, який протягом століть був центральною рисою західної думки. Подібна диференціація передбачає, що знання є об'єктивним, а мова – прозорим засобом для вираження цього знання. Однак, як зазначає Дерріда, ця гіпотеза є помилковою, оскільки мова завжди заздалегідь структурована власними обмеженнями та припущеннями. Це означає, що така бінарна опозиція не є фіксованою чи стабільною, а натомість являє собою умовне і штучне розрізнення, яке підлягає історичним, культурним та мовним варіаціям.

Як вже було зазначено, мова є не лише основним комунікативним засобом, але й надзвичайно поліфункціональною системою, в першу чергу завдяки її когнітивній та гносеологічній функціям (Kocherhan, 2002). Проте варто пам'ятати, що взаємозв'язок між мовою та мисленням є складним та двостороннім. А. Н. Хомський, відомий лінгвіст і філософ, досліджує цей зв'язок у своїй праці “Мова і Мислення (2006)”. Дана робота підкреслює роль мови у формуванні нашого сприйняття реальності та важливість розуміння *глибинної структури* речень для розуміння процесів мислення людини. Так, одним з аспектів суб'єкт-об'єктних відносин, на якому зосереджується Хомський, є поняття “глибинної структури” в мові. Він пояснює, що глибинна структура – це основна синтаксична структура речення, яка визначає його значення. Лінгвіст вважає, що вона є вродженою для людини, і саме вона дозволяє нам осмислити і створювати мову: “принципи, які визначають глибинну структуру речення, є невід'ємними властивостями людського розуму” (Chomsky, 2006).

Відповідно до його тверджень, суб'єктно-об'єктні відносини в мові також відіграють певну роль у нашому сприйнятті активності та відповідальності. Спосіб, у який ми структуруємо речення для вираження цих понять, відрізняється в мовах і культурах. Наприклад, деякі мови мають граматичну структуру, яка чітко позначає суб'єкта дії, тоді як інші – ні. Хомський припускає, що наявність чи відсутність таких граматичних маркерів може впливати на те, як ми покладаємо провину чи відповідальність в окремих ситуаціях.

Таким чином, система поділу на суб'єкт та об'єкт в різних мовах може варіюватися та впливати на способи, якими ми формулюємо концептуальну картину світу. Це є важливим аспектом для дослідження, особливо в контексті когнітивної лінгвістики та культурної антропології, оскільки вивчаючи мову та її вплив на людське мислення, можна прийти до ближчого розуміння, як ми конструюємо значення та осмислюємо дійсність.

## ЛІТЕРАТУРА

- Потебня, А. А. (1976). Эстетика и поэтика. *Искусство*.  
Derrida, J. (1967). De la Grammatologie. *Les Editions de Minuit*, 93.  
Кочерган, М. П. (2002). *Вступ до мовознавства*. Академія.  
Chomsky, N. (2006). Language and Mind (3rd ed.). *Cambridge University Press*.

## КОНЦЕПТ “РУХ” В КИТАЙСЬКІЙ МОВІ: ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ АНАЛІЗ СПОРТИВНОЇ ЛЕКСИКИ

**Томашук В. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Костанда І. О.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Актуальність дослідження обумовлена зростаючим інтересом до сфери фітнесу та силових видів в Китаї, де фітнес індустрія почала розвиватися лише у 1986 році.

Через брак теоретичних знань та практичного досвіду Китайські спеціалісти у сфері спорту активно запрошують спеціалістів з Європи та США. Тому це дослідження стане в нагоді для правильної передачі та обміну інформацією в галузі спорту та фітнесу.

Концепт – основна одиниця структурованого знання у свідомості людини, навантажений культурною інформацією (Мартинюк, 2012); зміст і структуру концепту можна встановити через аналіз значення мовних одиниць, що його репрезентують (Фісак, 2014).

У даному дослідженні ми використали лінгвокультурологічний підхід який розглядає концепт, як ментальне утворення, що відбиває своєрідність втілених і закріплена в знаках живої мови культури (Літяга, 2013).

Серед використаних методів дослідження: загальнонаукові індукції, дедукції, аналізу, синтезу уточнення теоретичних засад дослідження та формування висновків роботи. Лінгвістичні: інтерпретаційного аналізу - для інтерпретації фрагментів текстів, що містять одиниці номінативного поля концепту “Рух”; дистрибутивного аналізу для з’ясування сполучуваності лексеми “Рух” та її синонімів; концептуального аналізу для виявлення концептуальних ознак досліджуваного концепту й методу фреймового моделювання для виявлення та інтерпретації складників мовної ситуації “рух”, семантичного аналізу для з’ясування змісту висловлень з одиницями номінативного поля концепту “рух”, метод польового моделювання для структурування номінативного поля досліджуваного концепту (Алексенко, 2020). На першому етапі ми визначили коло слів, окреслили ядро концепту на основі словникових дефініцій однойменної лексеми; виявили ядро і периферію концепту “рух” і дослідили прояви ядра і периферійних значень в спортивній лексиці за допомогою асоціативного експерименту; опрацювали ідеографічну структуру концепту (аналіз словникових дефініцій ключового слова). На другому етапі визначили місце концепту в загальній концептуальній схемі китайської мови – перший рівень концептуалізації; добрали фонову інформацію (з професійної спортивної літератури, словників) для кожного семантичного поля; виокремили з фонові інформації спільні і диференційні, загальнокультурні й етнокультурні складники концепту в усіх семантичних полях.

В спортивній лексиці концепт “рух” репрезентується ключовою лексемою 动 рухатися та 练 liàn “тренувати”, які є ядром



досліджуваного концепту. Ближня периферія лексики 'рухатися' включає семи: 举 jǔ "підіймати (двома руками)", 伸 shēn "протягувати", 拉 lā "тягнути (на себе)", 卧 wò "лягати, вкладатися", 推 tuī "штовхати", 坐 zuò "сідати", 蹲 dūn "сидіти навпочіпки (присідати)", 俯 fǔ "нахилити голову", 屈 qū "згинати", 弯 wān "згинати", 背 bèi "нести на плечах", 站 zhàn "встати (на ноги)"; 撑 chēng "опиратися", 跳 tiào "стрибати", 卷 juǎn "скручуватися", 握 wò "тримати в руці", 抬 tái "підіймати", 跪 guì "стояти на колінах" та ін. Використані мовні одиниці можуть бути рідко вживаними у повсякденному житті, проте складати основу комунікації у спортивній сфері використання.

Дослідження концепту рух, аналіз джерел походження значень ядра та периферії, надає важливий матеріал для розуміння лінгвістичних явищ та їх проявів через мову. Детальний розгляд складових концепту рух, надає поштовх для подальших досліджень в цьому напрямку і може бути корисним для наукових розвідок у галузі лексикології та лексикографії, перекладознавстві, для профільного навчання китайській мові спеціалістів у сфері спорту, тренерів, перекладачів, медиків, у навчальній роботі ВНЗ, у навчально-методичній роботі при підготовці навчальних та методичних посібників із досліджуваної проблеми, у наукових роботах студентів та аспірантів.

#### ЛІТЕРАТУРА

- Літяга, В. (2013). Поняття "Концепт" у парадигмі сучасних лінгвістичних досліджень. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*, 1(46), с. 48–50.  
[http://libcc.univ.kiev.ua/ukr/elcat/new/detail.php3?doc\\_id=1571821](http://libcc.univ.kiev.ua/ukr/elcat/new/detail.php3?doc_id=1571821).
- Фісак, І. (2014). Категорія "Концепт" у сучасному науковому дискурсі. *Філологічні науки*, 1 (17), с. 69–77.  
[http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fil\\_Nauk\\_2014\\_17\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fil_Nauk_2014_17_12)
- Мартинюк, А. (2012). *Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики*. Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.
- Алексенко, А. (2020). *Конкретно наукові методи лінгвістичних досліджень*. Сумський державний педагогічний університет ім. А. С. Макаренка.

### ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ К. ТАРАНТИНО ONCE UPON A TIME IN HOLLYWOOD (‘ОДНОГО РАЗУ В ГОЛЛІВУДІ’) УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

**Тритеніченко А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Галич О. Б.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Інтертекстуальність у найширшому розумінні – це постструктуралістська, деконструктивістська та постмодерністська теорія, яка змінила концепцію

тексту, визнаючи його інтертекстом завдяки взаємозв'язкам між текстами та поглинанню текстів іншими текстами (Zengin, 2016, с. 300).

Конкретний зміст терміна “інтертекстуальність” суттєво видозмінюється залежно від теоретичних і філософських засад, на які опирався кожен із дослідників. Зокрема, акцентуючи увагу на тому, що завдяки інтертекстуальним відношенням текст викликає репрезентацію ситуації дискурсу, текстових ресурсів, які впливають на ситуацію, і того, як поточний текст позиціонує себе та спирається на інші тексти, Ч. Безермен визначає інтертекстуальність як “експліцитні та імпліцитні зв'язки тексту чи висловлювання з попередніми, сучасними та потенційними майбутніми текстами” (Bazerman, 2004, с. 86). В. Просалова визначає інтертекст як “віртуальну єдність текстів, механізм, завдяки якому відбувається збереження мистецьких надбань та трансляція культурних традицій, [...] багатозначне поняття, яке експлікує складну історію тексту, що виникає на основі трансформації попередніх, його багатокомпонентний склад і наявність міжтекстових зв'язків” (Просалова, 2019, 170).

Інтертекстуальність розуміють як багатоаспектну психолінгвістичну категорію тексту, яка вказує на його комунікативні відношення з іншими текстами на змістовому, лексичному, синтаксичному і стилістичному рівнях, виражену мовними маркерами – інтертекстемами. Інтертекстеми – це лінгвістичні засоби реалізації інтертекстуальних зв'язків (Жулінська, 2005, с. 75).

На переклад інтертекстуальних одиниць впливає багатозначність постмодерністського тексту, яка породжує множинність інтерпретацій. Це надає перекладачеві широкі повноваження відтворювати інтертекстуальні одиниці відповідно до власної інтерпретаційної позиції (Грек, 2006, с. 32). Наприклад, при перекладі інтертекстом у романі “Одного разу в Голлівуді” К. Тарантіно вдається до цитування власних творів, яке іноді може виявити лише справжній поціновувач, яким і виявився перекладач: *Can Miss Himmelsteen get you a tasty beverage?* (Tarantino, 2021, с. 10) – *Може, міс Гіммельштієн запропонує тобі якийсь смачний напій?*<sup>1</sup>

<sup>1</sup> “Смачний напій” (англ. “tasty beverage”) – словосполучення, що вживалося в діалозі Джулса й Бреда у фільмі “Кримінальне чтиво” (1994 р.) (Тарантіно, 2022, с. 10).

Словосполучення *a tasty beverage* цілком могло бути сприйняте як перекладачем, так і читачем як нейтральне, однак знання перекладачем широкого контексту творчості К. Тарантіно дозволило виявити і вдало інтерпретувати інтертекстуальний елемент у творі.

Домінантою відтворення інтертекстуальних одиниць у перекладі є передача смислової напруги між “своїм” і “чужим” словом, сплетіння яких створює ігрове поле постмодерністського тексту, забезпечення впізнаваності “чужого” слова як “чужого” на цільовому інтертекстуальному полі, що призводить до виникнення у читача перекладу асоціативних вібрацій і складає основу для “генерування” смислів (Грек, 2006, с. 32), наприклад: *After a slew of bad Psycho copies from Hammer Studios and the thrill-less thrillers coming out of France, like the pulse-devoid romans de gare of Claude Chabrol or the amateur-night-in-Paris fumbings of*

*the so-called Truffaut-Hitchcock films, along came Polanski's London-set Psycho-ish thriller Repulsion* (Tarantino, 2021, с. 48) – Після багнa низькопробних підробок “Психо” від студії “Хаммер” і французьких “гостросюжетних” фільмів без гостринки – на кшталт неживих, наче вокзальне читиво, робіт Клода Шаброля, або аматорської незграбності так званого “кіно Трюфо – Гічкока” – з’явився Поланскі зі *справжнім трилером, зробленим за лекалами “Психо” і знятим у Лондоні* (Тарантіно, 2022, с. 53), де перекладач зберігає баланс між специфічністю інтертекстуального посилання та його тлумачення читачеві.

Таким чином, передача інтертекстуальності при перекладі постмодерністського твору – це баланс між “своїм” та “чужим”, досягаючи якого перекладач здатен створити адекватний переклад, зрозумілий цільовому читачу.

## ЛІТЕРАТУРА

- Грек, Л. В. (2006). *Інтертекстуальність як проблема перекладу (на матеріалі англомовних перекладів української постмодерністської прози)*. Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
- Жулінська, А. С. (2005). Інтертекстуальність як об’єкт лінгвістичних досліджень. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія “Філологія”*, 1, 71–75.
- Просалова, В. А. (2019). *Інтертекстуальний аналіз: теорія і практика*. ТОВ “ТВОРИ”.
- Тарантіно, К. (2022). *Одного разу в Голлівуді*. Пер. О. Колесников. А-ба-ба-га-ла-ма-га.
- Bazerman, C. (2004). Intertextuality: How Texts Rely on Other Texts. In Bazerman, C., Prior, P. (Eds.). *What Writing Does and How It Does It*. Mahwah: Erlbaum.
- Tarantino Q. (2021). *Once Upon a Time in Hollywood*. HarperCollins Publishers Inc.
- Zengin, M. (2016). An Introduction to Intertextuality as a Literary Theory: Definitions, Axioms and the Originators. *Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute*, 50, 299–327.

## РЕАЛІЗАЦІЯ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНОЇ КАТЕГОРІЇ ВІЙНИ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ТЕКСТІ ЯК ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ

**Трухан О. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Никитченко К. П.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Військова лексика і фразеологія становлять вагомий частину лексико-семантичного поля медійних текстів про війну. Важливість вивчення особливостей реалізації лексико-семантичної категорії війни теми полягає в необхідності вивчення специфіки лексико-семантичного поля концепту

ВІЙНА, з'ясуванні смислового наповнення структур лексичних одиниць із семантичним компонентом *війна*. Наразі категорія “війна” актуальна для вивчення в усіх галузях, зокрема в перекладацькій: багато медійних текстів, новин, статей перекладаються з української мову на англійську (та навпаки) задля висвітлення подій в Україні, або ж висвітлення важливих військово-політичних новин (Стаднік, 2015).

Завдяки впливу науково-технічного прогресу сфера впливу текстів все більше розширюється, висвітлюючи певні події та ідеї. Маючи доступ до Інтернету у своєму смартфоні, кожен з нас може зайти на новинний портал та прочитати інформацію, яку він вважає необхідною, цікавою та актуальною.

У таких умовах роль перекладу зарубіжних джерел новинної інформації значно зростає, і оскільки мова йде про новини, які охоплюють політичні події, громадськість, досягнення в сфері науки, культури та економіки, переклад повинен бути точним, без відхилень від оригінальної ідеї і при цьому зрозумілим й відповідним з точки зору стилю (Вільчинська, 2017).

Нині перекладачі, перед якими стоїть задача правильно і точно перекласти будь-який медійний текст, що містить у собі категорію “війна”, стикаються із великою кількістю труднощів і перепон: абрєвіатури, військова термінологія, професійні скорочення, кодові назви, власні назви, назви військової техніки та воєнних дій. Усе це не включено у “базову” підготовку перекладача. Такі знання є вузькопрофільними, і наразі мають вивчатись більш детально і ретельно (Марчук, 2015).

Те, що в останні роки військовий та політичний дискурси займають особливе місце в дискурсивних дослідженнях, можна пояснити тим, що наразі ми знаходимося в такій екстралінгвістичній ситуації, для якої характерні саме воєнні та політичні конфлікти. Як зазначає американський дослідник Дж. Майклс (Michaels, 2013), “у конфліктах дискурс відіграє вагомую роль, як пряму, так і дотичну”, а принципи ведення війни є невід’ємними від мови війни.

Більшість науковців залишають військово-політичний дискурс поза своєю увагою і надають перевагу розгляду питань політичного та військового дискурсу окремо один від одного.

Стиль викладу інформації у військовому дискурсі не є однорідним. У військових текстах є дві тенденції викладення матеріалу: 1) офіційно-канцелярською мовою (з використанням громіздких, часто архаїчних зворотів і конструкцій) або простою, розмовною (навіть фамільярною) мовою (Стаднік, 2015).

З точки зору труднощів розуміння та перекладу, військові терміни можна поділити на три групи (Коптілов, 1982):

1. Терміни, що позначають реалії іноземної дійсності, наприклад: *field hospital* – “польовий госпіталь”; *chief of staff* – “начальник штабу”.

2. Терміни, що позначають реалії іноземної дійсності, які відсутні в українській дійсності, але мають загальноприйнятні еквіваленти: *Air National Guard* – “національна гвардія ВВС”; *headquarters and headquarters company* – “штаб і штабна рота”. Адекватний переклад таких термінів

досягається шляхом підбору відповідних українських аналогів шляхом адекватної заміни: *classified information* – “секретні відомості”.

3. Терміни, що позначають реалії іноземної дійсності, які відсутні в українській дійсності, але не мають загальноприйнятих українських еквівалентів, наприклад: *alert hangar* – “ангар вильоту по тривозі”.

Зазвичай, переклад групи військової термінології досягається завдяки наступним способам (Стаднік, 2015):

- 1) опис значення англійського терміну;
- 2) дослівного перекладу;
- 3) часткової (або повної) транслітерації;
- 4) транскрибування;
- 5) розшифровки і перекладу абревіатур.

Військово-політичний дискурс передусім передбачає звіти військових представників перед пресою, їхні відповіді на питання в ЗМІ, інформування населення про перебіг конфлікту/операції/дії з урахуванням політичних інтересів чинної влади. Саме у цих звітах, відповідях та інформуваннях губляться і помиляються перекладачі, а їхня помилка може призвести до непорозуміння і навіть кримінальної відповідальності.

#### ЛІТЕРАТУРА

- Вільчинська, Т. П. (2017). Концепт “війна”: особливості мовної об’єктивації у газетному тексті. *Лінгвістичні студії*, 34, 110–114.
- Коптілов, В. В. (1982). *Теорія і практика перекладу*. Вид-во КДУ. 165.
- Марчук, Л. (2015). Ментальний аспект концепту “Війна” (на матеріалі творів Тараса Шевченка). *Філологічний дискурс*, 1, 78–81.
- Стаднік, І. О. (2015). Концепт war/війна в дискурсі поезії військової тематики: перекладознавчий аспект. *Молодий вчений*, 5(3), 21–26.
- Michaels, J. (2013). *The Discourse Trap and the US Military*. PALGRAVE MACMILLAN.

### НОМІНАЦІЇ ЗОВНІШНОСТІ ЛЮДИНИ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

**Федунишина В. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Білоус О. М.**

*Кандидат філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Людина осмислює ознаки, емоції, відношення, суб’єктивні переживання, процеси і на основі свого сприйняття дає їм назву – номінацію, яка, з одного боку, є функціонуванням мовних одиниць, використаних для найменування й виокремлення елементів дійсності та формування відповідних понять, а з іншого – значущою мовною одиницею як результатом цього процесу (Нагель 2008).

Тож номінація зовнішності – це слово або словосполучення, яке описує зовнішній вигляд людини з точки зору мовця. Вона включає в себе різні характеристики, такі як колір волосся, очей, форма обличчя, зріст, статура, будова тіла, стиль одягу, наявність родимок, веснянок, шрамів, наявність тату чи пірсингу. Вона також включає в себе опис виконуваних людським тілом рухів, наприклад, особливостей ходи, міміки, мови тіла, а також фізичних реакцій на навколишнє середовище: “змочене дощем волосся”; “замружені сонцем очі”. Номінації зовнішності використовуються автором суб’єктивно і можуть мати як позитивний, так і негативний характер в залежності від його вподобань та ставлення до людини, на яку він за допомогою певної номінації посилається. Вони можуть бути використані в різних контекстах та з різною метою, і умовно можуть бути розділені на групи: позитивні, негативні та нейтральні.

Номінації зовнішності в німецькій мові можуть утворюватись за допомогою різноманітних способів, з використанням різних частин мови та їх комбінування. Найчастіше ми стикаємося з характеристиками, утвореними за допомогою наступних частин мови:

#### 1. Прикметник

Очевидно переважна більшість номінацій зовнішності утворюються за допомогою прикметників, які описують певні характеристики людини. Наприклад: *die kurvige Frau* (“жінка з формами”); *der glatzköpfige Mann* (“лисий чоловік”); *die große Nase* (“великий ніс”). Морфологічно можна виділити такі основні словотвірні типи прикметників для опису зовнішності: 1) прості слова (*braun* – коричневий; *kurz* – короткий); 2) похідні слова із суфіксами *-(e)n*, *-em*, *-ig*, *-lich* (*golden* – золотавий; *niedlich* – милий); 3) складні слова: а) основа іменника + основа прикметника (*blutrot* – кроваво-червоний; *baumhoch* – високий, як дерево); б) основа прикметника + основаприкметника (*graubraun* – зеленаво-коричневий; *riesengroß* – величезний); в) основа прикметника + основа іменника + основаприкметника (*dunkelhimmelblau* – темно-блакитно-голубий); 4) складно-похідні слова: основаіменника чи прикметника + суфікс-*lieh* (*grünbräunlich* – коричнево-зеленуватий; *hellbläulich* – світло-голубуватий).

#### 2. Дієслово

Деякі номінації зовнішності можуть утворюватись за допомогою дієслів, які описують певні рухи, пози чи міміку людини. Наприклад: *der lächelnde Mann* (“усміхнений чоловік”); *die begeisterte Frau* (“вражена жінка”).

#### 3. Прислівник

Прислівники як і дієслова можуть використовуватись для опису способу рухів або поз, наприклад: *schnell* (“швидко”); *langsam* (“повільно”); *elegant* (“елегантно”); *locker* (“невимушено”).

#### 4. Іменник

Це можуть бути як субстантивовані прикметники, наприклад: *Blondi* (“білявка”); так і композити, наприклад: *der Blauäugige* (“блакитноокий”); *die Lockenpracht* (“копиця кучерів”); *die Sommersprossennase* (“ніс з веснянками”).

Як вже згадувалось, об'єктивність більшості номінацій зовнішності зазвичай не гарантована, так як навіть такі прості фізичні характеристики як зріст, колір волосся та його структура, колір очей, люди оцінюють спираючись на власні уявлення. Залежно від контексту в якому вони вжиті, номінації зовнішності можуть набути позитивного чи негативного забарвлення, вирішальним фактором є суб'єктивна оцінка автора, наприклад: *Die schönste Jungfrau sitzet, Dortobenwunderbar, Ihr goldnes Geschmeide blitzet, Sie kämmt ihr goldenes Haar (Heinrich Heine)* – “Незнана красуня на кручі, Сидить у самоті, Упали на шати блискучі, Коси її золоті”. Автор описує дівчину, як незнану красуню, опираючись на власне враження, надаючи при цьому позитивного забарвлення номінації її зовнішності. Таке використання номінацій дуже притаманне художній літературі. Приклад негативного значення ми можемо зустріти в контексті повсякденного мовлення: *So 'n Fettkloß aus dem Fernsehen* – “То був такий товстун з телевізора”. Нейтральні номінації зовнішності зазвичай використовуються в контексті наукової та юридичної літератури, це характеристики зовнішності відомих осіб чи, наприклад, автопортрети, де стисло й об'єктивно описала зовнішність розшукуваних.

#### ЛІТЕРАТУРА

- Нагель, В. В. (2008). Оцінні найменування осіб в українській мові кінця ХХ – початку ХХІ століття. [Дис. канд. філол. наук: 10.02.01/2008].
- Рудий, В. Г. (2002). Прикметники, що означають кольори, у сучасній німецькій мові. Львівський національний університет ім. Івана Франка, . – 168 с.
- Шутак, Л. (2014). Вторинна номінація як проблема сучасного теоретичного мовознавства. *Наукові записки вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія : Філологія (мовознавство)*, 20, 68–74.  
[http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzvdpu\\_filol\\_2014\\_20\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzvdpu_filol_2014_20_16)

### СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТУРЕЦЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З КОМПОНЕНТОМ ВОГОНЬ

**Федченко К. Л.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Тімкова Т. М.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Як відомо, фразеологічні одиниці займають важливе місце в лексичній системі кожної мови, а особливо турецької мови, оскільки вони є частиною культури народу, висвітлюють його глибинну історію. Без розуміння



ідіоматичних висловів, що містять унікальний спосіб мислення та сприйняття народом картини світу, неможливо досконало зрозуміти носія мови. Мова постійно перебуває у стані розвитку, збагачуючи свій склад фразеологічними одиницями, накопичуючи прислів'я, приказки та багато іншого.

Фразеологічний склад турецької мови досліджувало багато мовознавців, серед них: А. Аксой, Н. Албайрак, М. Юртбаши, М. Хенгірмен, Е. Сарачбаши; з-поміж українських дослідників: І. Покровська, Ж. Краснобаєва-Чорна та інші. За визначенням, поданим у словнику Турецького Лінгвістичного Товариства, “фразеологізм” – це повчання, прислів'я, притча або вислів, який утворився базуючись на великому досвіді та давніх спостереженнях, та став поширеним у суспільстві. Існує багато класифікацій фразеологічних одиниць, в основу яких покладено різні критерії. Серед вчених, хто групував ідіоматичні вислови за семантичним компонентом є І. Покровська, Т. Тоненчук, К. Шпак.

Вогонь має історичне значення для всього людства, зокрема і для тюркських народів, тому у турецькій культурі йому надають великого значення. Це відображає і чисельна кількість наявних фразеологічних одиниць. Розглянувши весь зібраний матеріал (41 одиниця) і провівши семантичний аналіз, нами було визначено, що турецькі фразеологічні одиниці з компонентом ВОГОНЬ можна поділити на наступні групи: 1) ті, що мають безпосереднє відношення до вогню (7 одиниць); 2) ті, що описують хвилювання/гнів (5 одиниць); 3) ті, що описують різні ситуації, у тому числі і небезпечні (9 одиниць); 4) ті, що описують характер людини (4 одиниці); 5) ті, що описують температуру тіла людини (5 одиниць); 6) ті, що вживаються в військовій сфері (5 одиниць); 7) інші (6 одиниць).

Важко уявити життя людства без вогню. У давні часи він був джерелом світла та тепла. Крім того, використовуючи його, тюркські народи виготовляли зброю, виробляли інструменти та посуд. Відповідно, частина з проаналізованих фразеологічних одиниць має безпосереднє відношення до вогню. Наприклад: *ateş çıkmak* – загорітися, виникнути (про пожежу); *ateşe vermek* – підпалити. Певна кількість ідіоматичних висловів відображають стан людини, коли вона гнівається/хвилюється, наприклад: *ateş düştüğü yeri yakar* – натерпишся горя, визнаєш, як жить; *ateşi başına vurmak* – злості повні кості; *ateş almak* – сердиться, ніби йому пес ковбасу з'їв. Певна частина фразеологізмів висвітлюють різні ситуації: *ateşle oynamak* – грати з вогнем; *ateş olmayan yerde duman çıkmaz* – диму без вогню не буває. Оскільки турецька нація надає великого значення родинним і дружнім відносинам, то певна кількість ідіом описують характер та темперамент людини, наприклад: *ateşe vursa duman vermez* – є в глечики молоко, та голова не влезить; *ateş parçası* – діти нароблять клопот, що не зійдеться й капот. Крім того, деякі фразеологізми містять інформацію про температуру тіла людини: *ateş gibi yanmak* – мати жар. Згідно з тим, що турецьке військо демонструє велику міць, частина фразеологізмів стосуються саме військової сфери: *ayılm ateşi* – канонада; *ateş etmek* – вистрілити. Серед інших: (*birine*) *ateş basmak* – червоніти; *ateş pahası* – дорогою ціною.

Отже, здійснивши семантичний аналіз турецьких фразеологічних одиниць з компонентом ВОГОНЬ (41 одиниця), було виділено 7 груп. Більшість ідіоматичних висловів описують різні ситуації, у тому числі й небезпечні (9 одиниць). Це пов'язано з тим, що людина на підсвідомому рівні реагує на небезпеку, сум, злість. Подана класифікація є найбільш широкою та повною в українській лінгвістиці класифікації фразеологізмів з компонентом ВОГОНЬ.

Перспектива подальшого дослідження полягає у детальнішому дослідженні та описі поняття “вогонь” і визначенні його місця у світосприйнятті та культурі турецького народу, а також здійсненні класифікації за структурними підгрупами.

### ЛІТЕРАТУРА

- Покровська, І. Л. (2006). *Національна специфіка семантики турецьких фразеологізмів з компонентом-зоонімом* [Дис. канд. філол. наук, Київський національний університет імені Тараса Шевченка].
- Aksoy, A. (2007). *Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Albayrak, N. (2009). *Türkiye Türkçesinde Atasözleri*. İstanbul: Kapı Yayınları.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri (n. d.).  
<https://sozluk.gov.tr/>

## ЕТАПИ РОЗВИТКУ КОРЕЙСЬКОЇ ПАРЕМІОЛОГІЇ

**Федьків М. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Охріменко В. О.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Паремії як явище виникли в далекі часи і сягають своїм корінням углиб століть. Багато з них з'явилися ще тоді, коли не було писемності. Проблема пареміології, зокрема історія виникнення й походження прислів'їв та фразем, їх функціонування та класифікація здавна привертала увагу дослідників. Такий підвищений інтерес зумовлений тим, що ці конструкції є творчою базою всього лінгвокультурного процесу. Фразеологія та, зокрема, пареміологія, будь-якої мови – це цінна лінгвістична спадщина, в якій відображено бачення світу, національну культуру, звичаї і вірування, фантазію й історію народу. Виникнення паремій, за думкою дослідників, бере початок з часів первіснообщинного ладу. Воно пов'язане з трудовою діяльністю людей. Прислів'я мали утилітарно-практичне значення, були повчальними. У майбутньому тематика прислів'їв значно розширилася. Проте “їх повчальний зміст зберігся та незабаром став однією з характерних жанрових ознак” (Баранцев, 1978, с. 87).

Першим, хто зацікавився вивченням прислів'їв можна вважати дослідників приборчників школи *сирхак* на чолі з ученим Хон Ман Чон . Вони у XVII столітті видали першу збірку прислів'їв “순오지”, в якій було зібрано близько 1300 прислів'їв з тлумаченням їх змісту. Цю книгу можна вважати найбільшою та найбагатшою за мовним матеріалом того часу.

Продовжив дослідження паремій вже в першій половині XVIII століття І Кк. Він опублікував збірку “Сто прислів'їв (백언해)”. Та вже на початку XIX століття дослідник І Док Му видає нову збірку, що має назву “이담속찬”, усі прислів'я якого написані ханмунною лексикою. Автор наступної книжки Мі Сан Ін взяв за основу збірку “Сто прислів'їв” і надрукував нову “동언해”, в якій було представлено вже 425 прислів'їв.

Важливою віхою розвитку корейської пареміології та фразеології стало видання збірки прислів'їв, автором якої є Чон Як Йон . Мовознавець подав та переклав прислів'я, які були актуальні ще за часів китайської династії Мін, а також витлумачив кожну одиницю. Вже в XX столітті дослідник продовжив вивчення прислів'їв і видав нову збірку, в якій представив оригінальні прислів'я (китайською мовою). У 1922 році Кім Сан Ік зібрав у своїй книзі “조선속담” понад 1500 прислів'їв. Перший словник прислів'їв “조선속담” вийшов 1940 року. Автори Кім Са Йон та Пан Чон Хьон уперше подали найбільшу кількість прислів'їв (понад 3 тисячі одиниць) та всі вирази надруковані вже корейським алфавітом хангиль. Усі вищезгадані збірки сприяли збереженню та поширенню паремійного фонду корейської мови. Цінність їхня в тому, що вони переважно спиралися на живий мовний матеріал.

Корейські прислів'я також привертали увагу науковців багатьох країн. Дослідження історії корейського фольклору цікаво подано в журналі “Korea Repository”, який видавався англійською мовою в Сеулі в останнє десятиліття XIX століття. В окремих випусках цього журналу Х. Б. Альберт і Е. Б. Лендіс надрукували близько двохсот прислів'їв. У 1916 році американський дослідник Дж. С. Гейл опублікував збірку корейських прислів'їв “사과지남”, в якій міститься близько 200 одиниць, що перекладені англійською мовою. Серед японських учених корейські прислів'я також викликають інтерес. У 1910 році з'явилася збірка прислів'їв у перекладі японською мовою, автором якої є Такахасі Аккіра. У 1914 році видано збірку “Корейські прислів'я і приказки з розповідями”, котру уклав Такахасі Тору. Ця книжка містила близько тисячі корейських висловлювань у перекладі теж японською мовою.

Отже, вивчення фразеологізмів та прислів'їв Кореї охоплює порівняно великий проміжок часу і має широкий діапазон. Так як фразеологізми та прислів'я, які зберігають свій основний фонд, можна віднести до наймобільніших мовних шарів – вони і досі залишаються актуальною темою для досліджень сучасних науковців.

## ЛІТЕРАТУРА

Баранцев, К. Т. (1973). Англійські прислів'я та приказки. Радянська школа.

## КОНЦЕПТУАЛЬНА МЕТАФОРА ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ У СИСТЕМІ КИТАЙСЬКОЇ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

**Філюк А. Ю.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Костанда І. О.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Соціальна реклама є одним із засобів впливу на свідомість людини. Вона створена для формування громадської думки з метою покращення рівня життя в суспільстві шляхом зміни ставлення суспільства до певної проблеми та популяризації соціальних, національних, загальнолюдських цінностей. В останні роки багато вчених аналізували мовні засоби, джерела та функції соціальної реклами. Традиційно метафору розглядали як суто мовне явище, що використовується тільки у художній літературі. З розвитком когнітивної науки у ХХ ст. вчені почали розглядати не тільки у системі мови, а й як когнітивний механізм у якому переплітається мислення, культура та мова.

У 1980 році вийшла праця “Метафори, якими ми живемо” Дж. Лакоффа та М. Джонсона (1980), де була описана теорія концептуальної метафори як когнітивного механізму. Автори зазначали, що метафори знаходяться у наших міркуваннях та абстрактних поняттях “Наша повсякденна понятійна система, у рамках якої ми думаємо і діємо, по своїй суті метафорична.

Таким чином, метафора допомагає формувати нові ментальні категорії, утворювати нові концептуальні системи та формувати нові знання. Тому вона вважається потужним засобом впливу, оскільки вона дозволяє передати складні ідеї та концепції в легко зрозумілій формі, відкривати доступ до емоційної сфери людини. Концептуальні метафори є невід’ємною частиною культурної парадигми носіїв мови, що укорінені глибоко у підсвідомість певного народу (Lakoff & Johnson, 1999). Тому в китайській соціальній рекламі концептуальні метафори часто використовуються для створення емоційної зв’язку з аудиторією та переконання її у правильності певної ідеї або поведінки.

Однією з концептуальних метафор у китайській системі соціальної реклами є 和谐 héxié “гармонія”. Ця метафоричний концепт спирається на традиційну китайську культурну цінність “гармонії”, яка підкреслює важливість підтримки рівноваги та стабільності в усіх аспектах життя. Для сучасних китайців концептом “гармонія” виражається ключовий сенс існування та стабільності відносин у суспільстві та сім’ї, те, на що люди сподіваються і те, чого хочуть досягти.

У контексті соціальної реклами “гармонія” часто використовується для сприяння позитивній соціальній поведінці та запобігання негативній поведінці. Наприклад, реклама, яка пропагує безпечне водіння, може використовувати метафору 路上的和谐 lùshàng de héxié “гармонія на

дорозі”, наголошуючи на важливості на дотримання правил всіма водіями для підтримки безпечного дорожнього руху.

Подібним чином реклама, яка пропагує захист навколишнього середовища, може використовувати метафору 自然和谐共处 zìrán héxié gòngchǔ “гармонії з природою”, підкреслюючи потребу людей жити в рівновазі з природним світом. Наприклад, часто використовують таке гасло “保护动物，与自然和谐” bǎohù dòngwù, yǔ zìrán héxié “дбайте про тварин та живіть в гармонії з ними”.

Метафора “гармонії” в китайській соціальній рекламі служить для зміцнення традиційних культурних цінностей і сприяння позитивній соціальній поведінці, розглядаючи цю поведінку як необхідну для підтримки рівноваги та стабільності в суспільстві.

Використання концептуальної метафори є важливим елементом в соціальній рекламі. Вона дозволяє передати складні соціальні проблеми ідеями, які легко сприймати і запам’ятовувати. Метафора може бути потужним інструментом впливу на усвідомлення та уявлення цільової аудиторії про конкретну проблему, та викликати емоційну реакцію та зацікавленість до неї. Концептуальна метафора може допомогти залучити увагу до соціальних питань, змінити поведінку та сприяти формуванню свідомих та відповідальних громадян. Отже, використання концептуальної метафори є важливим елементом в ефективному розв’язанні соціальних проблем.

## ЛІТЕРАТУРА

Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.

Lakoff, G., & Johnson, M. (1999). *Philosophy in the flesh: The embodied mind and its challenge to Western world*. Basic Books.

## ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ АДЕКВАТНОСТІ ПЕРЕКЛАДУ

**Фурлет В. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Данилич В. С.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Досягнення адекватності є головною метою будь-якого перекладу. Зазвичай під цим терміном розуміється повна передача смислового змісту оригіналу разом з його функціонально-стилістичним значенням. Також адекватність трактується як “співвідношення вихідного та кінцевого текстів, при якому враховується мета перекладу” (Балахтар, & Балахтар, 2011). Тобто адекватним можна вважати такий переклад тексту, що зберігає і змістову, і

прагматичну еквівалентність, не порушує мовних норм, не спотворює зміст вихідного тексту, є зрозумілим реципієнту.

Однією з важливих умов при досягненні адекватності перекладу, окрім бездоганного володіння перекладачем вихідною та цільовою мовами, є також розуміння культурних особливостей країни, з якої походить оригінальний текст, і водночас уміння зрозуміло передати їх носіям мови-реципієнта, що має першорядне значення при перекладі текстів художнього стилю мовлення.

При перекладі будь-яких текстів перекладач вдається до певних трансформацій, однією з причиною яких є насамперед відмінність мов. У сучасному перекладознавстві серед дослідників не існує єдиної думки стосовно еталонної класифікації трансформацій. Наразі більшість надає перевагу класифікації В. Н. Комісарова, який виділяє такі їх види: лексичні, граматичні, комплексні (лексико-граматичні). Натомість С. Є. Максимов виокремлює граматичні і лексичні та семантичні трансформації. Останні два види український науковець не розділяє між собою, стверджуючи, що лексичні зміни спричинені насамперед семантичними особливостями цільової мови. Крім того, на його думку, граматичні трансформації в чистому вигляді зустрічаються досить рідко, адже в будь-якому разі лексичних змін не уникнути. (Максимов, 2006). Оскільки при перекладі художніх текстів найхарактернішим є використання “змішаних” трансформацій, надалі зосередимося саме на двох видах – лексичних та граматичних.

Лексичні трансформації передбачають різноманітні зміни лексичних елементів мови оригіналу під час перекладу з метою адекватної передачі їх особливостей з урахуванням норм мови перекладу. До них зазвичай відносять: генералізацію та конкретизацію, диференціацію значень, лексичну заміну, компенсацію втрат, смисловий розвиток, антонімічний переклад.

Граматичні трансформації, відповідно, передбачають зміни структури речення, словосполучення або слова зі збереженням значення. До них належать: додавання та опущення, граматичні перетворення (транспозиції), перестановка, об'єднання та членування речень.

Аналіз застосування лексичних та граматичних трансформацій як засобу досягнення адекватності перекладу здійснюється на прикладі італійського художнього тексту “Чочара” А. Моравія (перекладач П. І. Соколовський). Наведемо один яскравий приклад майстерного застосування перекладачем цих засобів:

“Così scendemmo nel rifugio e c'erano tutti quanti gli inquilini della casa e passammo tre quarti d'ora sedute sui banchi al buio. Tutti parlavano dell'arrivo degli inglesi come di cosa di pochi giorni: erano sbarcati a Salerno che stava vicino a Napoli e da Napoli a Roma ci avrebbero messo forse una settimana anche ad andar piano perché ormai tedeschi e fascisti scappavano come lepri e non si sarebbero fermati che alle Alpe.“

“Та ми все ж зійшли вниз; інші мешканці нашого будинку вже сиділи в темряві на лавах. Повітряна тривога тривала хвилин сорок п'ять; усі казали, що англійці прийдуть до Рима вже найближчими днями: вони, мовляв, уже висадилися у Салерно, біля Неаполя, а відстань від Неаполя до Рима вони

можуть подолати за тиждень, навіть коли просуватимуться дуже повільно, адже німці втікають, мов зайці, і драпатимуть отак аж до Альп.”

При перекладі цього невеликого фрагменту було використано щонайменше п'ять трансформацій. Смисловий розвиток – при перекладі дії “scendemmo nel rifugio”, що дослівно означає “спустилися/зійшли в укриття/підземелля”. Ця трансформація була застосована з метою уникнення повтору слова “підземелля” в перекладі, що використовувалося в попередньому реченні і яке було замінено на контекстуальний відповідник “вниз”. Лексичну заміну, конкретизацію і перестановку використано при перекладі такої фрази “passammo tre quarti d’ora”. Словосполучення “хвилин сорок п’ять” є лексичною заміною, оскільки дослівно оригінальна фраза означає “три четверті години”, що є нехарактерним для української мови. Також у перекладі конкретизована причина, “повітряна тривога тривала..”, перебування головних героїв в укритті, що і спричинило перестановку цієї фрази на початок наступного речення. І врешті антонімічний переклад маємо у випадку заперечної фрази в оригіналі “non si sarebbero fermati che alle Alpi”, що в перекладі є стверджувальною “драпатимуть отак аж до Альп”.

Отже, наведений приклад є хорошим доказом того, що при перекладі художнього тексту можуть застосовуватися численні трансформації задля того, щоб передати зміст оригінального твору, зберегти його прагматичне значення, дотриматися мовних норм цільової мови, і врешті зробити переклад зрозумілим для сприйняття реципієнтом, що все разом означає досягнути адекватності перекладу.

## ЛІТЕРАТУРА

- Балахтар, В. В., & Балахтар, К. С. (2011). Адекватність та еквівалентність перекладу.  
<http://www.confcontact.com/20110531/fk-balahtar.htm>
- Максімов, С. Є. (2006). *Практичний курс перекладу (англійська та українська мови)*. Ленвіт.
- Моравія, А. (2009). *Чочара* (П. Соколовський, Пер.). Фоліо. (Оригінал опубліковано 1957).
- Moravia, A. (1995). *La Ciociara* (quinta edizione). Bompiani.

## У-СІН ЯК ВИЗНАЧАЛЬНА СТРУКТУРА СВІТОБУДОВИ

**Фурс А. І.**

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Щербаков Я. І.**

Кандидат філологічних наук

Київський національний лінгвістичний університет

У процесі вивчення взаємовідносин елементів у природі, китайськими мислителями була створена теорія п'яти елементів, яка отримала назву



“У-сін – 五行”. Всім п'ятьом елементам притаманні дві основні циклічні взаємодії: створення та руйнування. Процес створення полягає в наступному: дерево породжує вогонь, вогонь породжує землю, земля породжує метал, метал породжує воду, вода породжує дерево. Процес руйнування полягає в наступному: дерево підпорядковує собі землю, земля підпорядковує собі воду, вода підпорядковує собі вогонь, вогонь підпорядковує собі метал, метал підпорядковує собі дерево (Zai, 1983).

Дерево (木), як один з п'яти елементів позначає зародження і прагнення до активності. Дерево є пружним, воно піддається згинанню, але випрямляється. Має такі співвідношення: з п'яти напрямків “схід – 东”, час доби “ранок – 平旦”, пори року “весна – 春”, “вітер, з п'яти кольорів “зелений, блакитний, бірюзовий – 青”, з п'яти відчуттів “гнів – 怒”, з п'яти зірок “Юпітер – 木星”; з органів “печінка – 肝”; з чисел 3 (三) та 8 (八), зі звуків “видих – 呼”, з пальців “безіменний – 无名指”, з органів відчуття “око – 目”, з п'яти смаків “кислий – 酸”, з п'яти міфічних істот “лазурний дракон – 青龙”, з п'яти домашніх тварин “собака – 犬”, з п'яти злаків “пшениця, ячмінь – 麥”, з п'яти фруктів “слива – 李”, з п'яти норм “гуманність – 仁”. Вогонь (火), як один з п'яти елементів позначає розквіт і максимальну активність. Вогонь гарячий, яскравий, піднімається нагору. Має такі співвідношення: з п'яти напрямків “південь – 南”, час доби “опівдні – 日中”, пори року “літо – 夏”, з п'яти кольорів “червоний колір – 赤”, з п'яти відчуттів “радість – 喜”, з п'яти зірок “Марс – 火星”; з органів “серце – 心”, з чисел 2 (二) і 7 (七), зі звуків “сміх – 笑”, з пальців “середній – 中指”, з органів відчуття “вухо – 耳”, з п'яти смаків “гіркий – 苦”, з п'яти міфічних істот “ясно-червоний птах Фенікс – 朱雀”, з п'яти домашніх тварин “вівця – 羊”, з п'яти злаків “просо – 黍”, з п'яти фруктів “абрикос – 杏”, з п'яти норм “ритуал – 礼”. Земля (土), як один з п'яти елементів позначає зрілість та рівновагу. Вважається, що земля приймає посів та дає врожай. Має такі співвідношення: з п'яти напрямків “центр – 中”, час доби “вечір – 日西”, пори року “міжсезоння – 季夏”, з п'яти кольорів “жовтий – 黄”, з п'яти відчуттів “роздуми – 思”, з п'яти зірок “Сатурн – 土星”; з органів “селезінка – 脾”; з чисел 5 (五), зі звуків “пісня – 歌”, з пальців “вказівний – 食指”, з органів відчуття “ніс – 鼻”, з п'яти смаків “солодкий – 甘”, з п'яти міфічних істот “жовтий єдиноріг – 黄麒麟”, з п'яти домашніх тварин “корова – 牛”, з п'яти злаків “гаолян – 禾”, з п'яти фруктів “ююба – 枣”, з п'яти норм “довіра – 信”. Метал (金), як один з п'яти елементів позначає згасання та прагнення до пасивності. Метал є твердим і піддається деформації. Має такі співвідношення: з п'яти напрямків “захід – 西”, час доби “захід – 日入”, пори року “осінь – 秋”, з п'яти кольорів “білий – 白”, з п'яти відчуттів “горе – 悲”, з п'яти зірок “Венера – 金星”; з органів “легені – 肺”; з чисел 4 (四) і 9 (九), зі звуків “плач – 哭”, з пальців “великий – 大拇指”, з органів відчуття “язик – 舌”, з п'яти смаків “гострий – 辛”, з п'яти міфічних істот “білий тигр – 白虎”, з п'яти домашніх тварин “курка – 鸡”, з п'яти злаків “рис – 米”, з п'яти фруктів “персик – 桃”, з п'яти норм “справедливість – 义”. Вода (水), як один з п'яти елементів позначає смерть і максимальну пасивність. Вода холодна і

тече вниз. Має такі співвідношення: “північ – 北”, час доби “північ – 夜半”, пори року “зима – 冬”, з п’яти кольорів “чорний, темно-синій – 黑”, з п’яти відчуттів “страх – 恐”, з п’яти зірок “Меркурій – 水星”; з органів “нирки – 腎”; з чисел 1 (一) і 6 (六), зі звуків “стогін – 呻”, з пальців “мізинець – 小指”, з органів відчуття “рот – 口”, з п’яти смаків “гострий – 辛”, з п’яти міфічних істот “чорна черепаха – 玄武”, з п’яти домашніх тварин “свиня – 猪”, з п’яти злаків “боби – 豆”, з п’яти фруктів “каштан (китайський) – 栗”, з п’яти норм “мудрість – 智” (Масіосіа, 2005).

Отже, філософська концепція У-сін або ж теорія п’яти елементів визначає основні процеси світобудови та завдяки їй весь зовнішній світ перебуває в рівновазі. Ця китайська традиційна терміносистема стала однією з основних категорій китайської філософії й широко використовується в традиційній китайській медицині, бойових мистецтвах, нумерології.

## ЛІТЕРАТУРА

Масіосіа, G. (2005). *The Foundations of Chinese Medicine (2nd ed.)*. Elsevier Ltd.  
Zai, J. (1983). *Taoism and Science: Cosmology, Evolution, Morality, Health and more*. Ultravivium

## ЯВИЩЕ ОМОНІМІЇ В СУЧАСНІЙ АРАБСЬКІЙ МОВІ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

**Хобот В. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Кононенко В. Г.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Аналізуючи слово з семантичної точки зору необхідно звернути увагу на те, що при створенні нових термінів в сучасній арабській мові часто використовується термінування вже існуючих слів. Використання цих слів для позначення нових предметів і явищ засноване на пошуках асоціації та подібності між тим, що вже є, і тим, що має отримати найменування (Белкін, 1975, с. 144).

Одне й те ж саме слово може мати кілька різних значень. Ці значення можуть створювати тотожність звукових комплексів семантично непов’язаних слів, що зветься омоніми.

Тракування омонімів у підручниках сучасної української мови різних років видання майже однакове. Воно зводиться до того, що омоніми – це слова чи їхні окремі граматичні форми, а також стійкі словосполучення, морфеми, синтаксичні конструкції, що за умови однакового звучання (чи написання) мають абсолютно різні значення (на відміну від полісемії) (Плющ, 2000, с. 122).

У “Літературознавчій енциклопедії” омоніми визначені як слова або їх окремі граматичні форми, стійкі словосполучення, морфеми, синтаксичні

конструкції, які однаково вимовляються, але мають різне значення (Ковалів, 2007, с. 152).

Слова-омоніми характеризуються відмінностями у морфологічному, словотворчому та синтаксичному оформленні.

З одного боку, деякі лінгвісти, такі як Ібн Дорстоя (Ahmed Mohammedali A.Ameer Abu-Humeid), заперечують існування цього явища, оскільки вони стверджують, що лише одне зі значень слова є реальним (фізичним), усі інші є метафоричними. Наприклад, слово *دج* має кілька значень, таких як “знайти”, “любити”, “злитися”. Ці лінгвісти стверджують, що “Можна подумати, що це слово має декілька значень, але насправді всі ці значення пов’язані з одним”. З іншого боку, інші лінгвісти, такі як Аль Халіл бін Ахмед, Сібавейхі та Абу Зейд погоджуються з існуванням омонімії в арабській мові (Ahmed Mohammedali A.Ameer Abu-Humeid).

Найбільш типовим способом позбутися неоднозначності слова є жива мова – мовлення, де слово завжди виступає лише в одному зі своїх значень. Лексична сполучуваність, що визначається індивідуальним значенням слова, є найважливішим мовним показником його значення, дає можливість щоразу виділити у слові потрібне значення. З лінгвістичного погляду “контекст може бути визначений як сукупність формально фіксованих умов, за яких однозначно виявляється зміст будь-якої мовної одиниці (лексичної, граматичної тощо)” (Колшанский, 1959, с. 47). Отже, у момент мовлення існує лише одне значення.

Арабські мовознавці визначають омонімію як співзвуччя, зіставлення двох слів, які мають схожість у звучанні та графічному написанні, але мають різні значення.

У сучасній арабській мові є декілька класифікацій омонімів. В залежності від повної чи часткової подібності омоніми діляться на два види. З формально-граматичної точки зору виділяють повні омоніми, що співпадають в усіх своїх граматичних формах і неповні омоніми, які співпадають лише в частині своїх форм. А. А. Алаві (2013) наводить наступні приклади повних омонімів: “*ويوم تقوم الساعة يقسم المجرمون ما لبثوا غير: ساعة* (Коран) – “В той день, коли настане година (час), грішники стануть присягатися, що вони пробули на землі чи в могилах лише одну годину”. В наведеному прикладі омонімами є слова *ساعة* і *ساعة*. Перше слово має значення Судний день, а друге – часовий проміжок. Щодо неповних омонімів, А. А. Алаві наводить такий приклад: “*الذين ضل سعيهم في الحياة الدنيا وهم يحسبون أنهم يحسنون صنعا* (Коран). “Про тих, чий зусилля заблукали в мирському житті, хоча вони думали, що вони чинять добре”. Омонімія представлена словами *يحسبون* і *يحسبون*, перше перекладається як *вважати, думати*, а друге – *бути хорошим* (Алаві, 2013).

З синхронічної точки зору, за своїм складом арабські омоніми утворюють три групи: лексичні, словотворчі та граматичні омоніми.

Лексичні омоніми з’явилися переважно під час запозичень іноземної лексики в арабську мову, наприклад, *جُلٌّ* – велика частина чогось, *جُلٌّ* – роза (з перської мови); *قَرشٌ* – акула, *قَرشٌ* – пістр (з німецької мови). Словотворчі

омоніми є результатом співпадіння звучання однакових за класом похідних. Важливо зазначити, що для дієслівного словотвору і віддієслівних похідних типовими є омоніми, що походять від різних відтворюючих основ з однозначним коренем. У багатьох випадках словотворча омонімія – це результат співпадіння омонімічних словотворчих моделей, наприклад, تقاسم – ділитися між собою (від قاسم – ділити) і تقاسم – клястися один одному (від قسم – клятва). Граматичні ж омоніми є результатом збігу граматичних форм слів одного класу, але ці слова мають різні парадигми та структурні моделі, наприклад, قلاغ – вітрила (множина від قلاغ) та قلاغ – фортеці (множина від قلعة) (Белкін, 1975, с. 142).

Отже, омоніми це такі слова, що за умови однакового звучання чи написання, мають абсолютно різні значення. Омонімія широко поширена в сучасній арабській мові, ці слова різняться у синтаксичному, морфологічному та словотворчому оформленні. Омонімічні одиниці легко сплутати, чи неправильно зрозуміти без контексту. Тому, мовлення є одним з типових способів позбутися неоднозначності слова.

## ЛІТЕРАТУРА

- Ahmed Mohammedali A. Ameer Abu-Humeid. *Homonymy in English and Arabic*. University of Babylon Journal.
- Алави, А. А. (2013). *К вопросу о классификации омонимов в арабском языке (на материале Корана)*. ФГАОУ ВПО КФУ.
- Белкин, В. М. (1975). *Арабская лексикология*. Издательство Московского университета.
- Ковалів, Ю. І. (2007). *Літературознавча енциклопедія*. (Т. 2). ВЦ Академія.
- Колшанский, Г. В. (1959). *О природе контекста*. ВЯ, №4.
- Плющ, М. Я., Бевзенко, С. П., Грипас, Н. Я. (2000). *Сучасна українська літературна мова*. Вища школа.

## КОНЦЕПТ “ЧАСУ” В АРАБСЬКІЙ ЛІНГВІСТИЧНІЙ ТРАДИЦІЇ

**Хохун К. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Рибалкін В. С.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Серед сучасних мовознавчих праць все більше популярності набирають праці, які пов’язані з концептами. Вони відображають зміст отриманих протягом життя знань і результатів діяльності людини. Індивіди мислять концептами. Поняття “концепт” є ключовим як у когнітивних, так і в лінгвокультурологічних дослідженнях. Але ряд провідних вчених вважають, що цьому поняттю приділено мало уваги; воно потребує подальших досліджень і на сьогодні є досі дискусійним (Пліс, 2019, с. 115).

Термін “концепт” було запозичено західними лінгвістами завдяки працям Г. Фреге, А. Черча, В. Гумбольдта (Плотнікова, 2020, с. 93). Останній висунув припущення, що мова не просто інструмент для вираження думки, але й засіб її формування, що чинить вплив на сам процес мислення (Приходько, 2008, с. 11). “Він відстоював ідею, що саме мова – той орган, який творить думки і міркування кожної людини породжені особливостями її мови” (Sorokin, Bezguchko, 2021, с. 245). Мовлення відіграє велике значення для процесу мислення, у свою чергу мова це засіб спілкування. Зі свого боку варто згадати і українських мовознавців, які внесли найбільш суттєвий внесок у розв'язок та становлення поняття “концепт”: А. Приходько, О. Воробйова, С. Жаботинська, Т. Радзівська, В. Кононенко, М. Кочерган, О. Селіванова та інші (Шевченко, 2021. с. 128).

Також цілком доречно навести приклад грецького філософа Арістотеля. Він довів, що серед невідомого в навколишній природі самим невідомим є час, адже ніхто не знає, що таке час і як ним керувати (цитата). Час – це те, чим не можна керувати, побачити, відчутти, він нам даний один раз для нашого життя й іншого вже ніколи не буде. Концепт “час” представляє собою складний феномен, який є одним із найважливіших концептів усього людського буття, концепт “час” можна віднести до філософських категорій, універсальних категорій культури, що містять загальні для різних культур смисли. Аналіз наукових визначень, що відбивають поняття час, дозволяє виділити основні якості цього концепту – це рух, незворотність, універсальність.

Словник Х. Баранова пропонує нам наступні варіанти перекладу слова “час”: “ثَقْوٌ”, “نَجْرٌ”, “نَيْحٌ”, “نَّ”. Хочу зазначити, що в даному дослідженні будуть висвітлені іменні форми слова “ثَقْوٌ”. Проаналізувавши матеріали різних арабських словників, ми виділили наступних закономірності:

1. Лексична одиниця на позначення тимчасової або короткотривалої дії.

مَوْقَتْ، مَوْقُوتٌ، وَقْتِيٌّ

2. Лексична одиниця на позначення часових характеристик –

переклад: “о десятій годині по Києву” في يَك نَبِي قُوت ن م فَرَس ا ع ل ا ع ا س ل ا ي ف

3. Лексична одиниця, що передає семантику сезонів, пір року.

أَوْقَاتُ السَّنَةِ، أَوْقَاتُ الْخَرِيفِ “пори року”, “осінній сезон, осінній час”

Виділяють також інші лінгвокультурні усталені словосполучення: “настав час” – (جَاءَ حَانَ وَقْتَهُ) ; “в той самий час” (في نفس الوقت) ; “місцевий час” – (الوقت المحلي) ; – “робочий час” – (وقت العمل) ; “вільний час” – (وقت الفراغ) ; “в теперішній час” (في الوقت الحاضر) – та інші.

Концепт “часу” можна простежити і у фразеологічних зворотах та приказках зокрема й тих, що безпосередньо відображають специфіку використання даного концепту в усній народній творчості арабського світу. Розглянемо наступні зразки. Наприклад: “الوقت كالسيف إن لم تقطعه قطعك” “Час, як меч, якщо ви не ріжете ним, він поріже тебе.” “الوقت كالسكين إن لم تمسكه من” “Час, як ніж, якщо ви не тримаєте його за рукоятку, то він відріже ним руку.” “الوقت المنظم جيدا هو البرهان الأكيد على العقل المنظم جيدا.” “Добре організований час вірний доказ хорошого організованого розуму.”

Підсумовуючи вище сказане, центральне місце в сучасній парадигмі когнітивної лінгвістики посідає концепт – багаточасове поняття із складною структурою. Концепт “часу” є однією з найважливіших складових концептуальних картин світу. Для зображення різних явищ і процесів концепта “часу” використовуються різні лексичні одиниці та усталені звороти. Тематика концепту “часу” дуже обширна в арабській лінгвістичній традиції та потребує більшої уваги з боку арабістів.

## ЛІТЕРАТУРА

- Приходько, А. М. (2008). *Концепти та концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики*. Прем'єр.
- Пліс, В. П. (2019). Типологія концептів у сучасній когнітивній лінгвістиці, *Закарпатські філологічні студії*, (9), 115–119.
- Плотнікова, Н. В. (2020). Поняття “концептосфера” та “концепт” у сучасній лінгвістиці. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія. Філологія. Соціальні комунікації*. (31), 91–96.
- Шевченко, О. М. (2021) Поняття концепту в сучасній перекладознавчій парадигмі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 48 (4), 128–131.
- Sorokin, S. V., Bezruchko, Ye. O. (2020). SPECIFICITIES IN VERBALIZING THE CONCEPT TIME (ZAMAN) IN TURKISH LINGUISTIC WORLDVIEW. *Збірник наукових праць “Нова філологія”*. 80 (II), 244–251.

## СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ТУРЕЦЬКОЇ КОМП'ЮТЕРНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

**Цуркан В. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Сіленко Н. В.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Поява у турецькій мові великої кількості англословних комп'ютерних термінів у 90-х роках ХХ століття пояснюється, перш за все, екстралінгвістичними причинами. Концепція створення та промислового освоєння персонального комп'ютера була розроблена саме в США. Американські компанії зайняли монополіне становище як у випуску продуктів програмного забезпечення (Microsoft), так і у виробництві самих комп'ютерів (Dell, Gateway, IBM). Саме в США в 80-і роки з'явився Інтернет, а на початку 90-х років були розроблені браузері для “подорожей” по ньому.

У цілому комп'ютерна термінологія є сформованою системою термінів, досить однорідною за джерелом їх походження. Комп'ютерна термінологія, спочатку виникла на базі англійської мови, і продовжує поповнюватися

термінами англійського походження. Одночасно з появою нових технічних пристроїв виникають терміни, їх номінують. Сучасний етап розвитку турецької мови характеризується активізацією англомовних запозичень, зважаючи на низку екстралінгвістичних причин. Таким чином, аналіз процесів адаптації дозволяє стверджувати, що турецька комп'ютерна термінологія продовжує розвиватися і формуватися, так як англомовні комп'ютерні терміни не освоєні в повному обсязі турецькою мовою.

Комп'ютерна термінологія, на відміну від звичайних лексичних одиниць, має характерні ознаки, які не притаманні природній мові, чим і відрізняються від загальноживаної мовної контексту. Якщо звичайному літературному слову належить принцип стабільності, то комп'ютерний термін ґрунтується на принципі довільності.

Саме така своєрідність є приводом для обґрунтування того, що термінологія комп'ютерної області є більш поширеною та насиченою, ніж мовні одиниці тієї мови, до системи якої вона адаптується, включаючи елементи, що не належать до загальної лексики. Термінологія – це підсистема загальної лексико-семантичної системи мови, що містить всі структурні види слів, всі семантичні процеси, властиві лексичі загалом (Байрачна, 2014).

Задля вірного тлумачення та перекладу будь-якого терміна, зокрема комп'ютерного, необхідно знати семантичні особливості, які відрізняють його від загальноживаних слів, особливості контекстуального функціонування цієї одиниці. Важливе значення має і розуміння особливостей його структури.

Структурні особливості термінів мають значення для взаєморозуміння. Аналіз структурних форм термінів дозволяє встановити найбільш продуктивні способи та моделі їх утворення, і це дає можливість прогнозувати подальший розвиток будь-якої терміносистеми. Можливості побудови нових термінів, встановлення зв'язків між формою та значенням терміна визначається структурними особливостями мови (Дьяков, 2000).

Існують наступні типи термінологічних одиниць:

- Прості – *abone* “авторизований користувач”, *ağ* “комп'ютерна система зв'язку”, *arayüz* “сукупність засобів, методів і правил, що забезпечують взаємодію пристроїв обчислювальної системи, програм та (або) користувача”

- Складні – *alfanümerik* “набір символів, що складається з літер від А до Z та цифр від 0 до 9.”, *bilgisayar* “комп'ютер”

- Терміни-словосполучення – *çapraz girişim* “сигнали завади, що виникають у лінії зв'язку через наявність сигналу у сусідніх лініях передачі”, *çoklu işlem* “одна з форм розпаралелювання комп'ютерного коду між декількома процесорами в паралельних обчислювальних середовищах”, *diferansiyel kodlama* “двофазне полярне кодування, що самосинхронізується”

- Терміни-скорочення – BDT (*Bilgisayar destekli tasarım*) – САПР (система автоматизованого проєктування) (İsa Sari, 2015)

У сучасних наукових дослідженнях зазначають, що комп'ютерні терміни поліфункціональні. Різні термінологічні одиниці можуть використовуватися в предметних інструкціях та технічних мануалах, а також у науково-популярних текстах та бути невід'ємною частиною розмовної мови.



Таким чином, комп'ютерна термінологія в семантичному вираженні не відмежована від розмовної мови, як це відбувається здебільшого в науковій термінології. Комп'ютерні терміни функціонують у мові, являють собою знакову систему, реалізація якої дає можливість кодувати, накопичувати і передавати всі отримані знання в цій галузі.

## ЛІТЕРАТУРА

- Байрачна, А. (2014). *Неологізми як один із головних факторів розвитку української мови. Управління розвитком*, 12, 99–100.
- İsa Sarı. (2015). *Türkçede Ekleme Dışı Sözcük Yapımı Ve Sözlükselleşme*. Ankara.
- Д'яков, А. & Кияк, Т. & Куделько, З. (2000). *Основи термінотворення: семантичні та соціолінгвістичні аспекти*. КМ Academia.

## ПРИКМЕТНИКИ В АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКАХ (НА МАТЕРІАЛІ ПУБЛІКАЦІЙ В ОНЛАЙН-ВЕРСІЇ ГАЗЕТИ THE TIMES)

**Черниш Є. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Коломієць В. О.**

*Кандидат психологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Заголовок є невід'ємним компонентом газетної статті, який несе велике комунікативне навантаження, виконуючи одночасно кілька функцій: інформативну, оцінну, спонукальну та інтригуючу (Фадєєва, 2017). Через вирішальну роль заголовків у сприйнятті змісту газетних публікацій, вони неодноразово ставали об'єктом мовознавчих досліджень. Проте основна увага науковців зосереджувалась на стилістичних аспектах побудови заголовків, їх синтаксичній структурі, прагматичних особливостях. Набагато менше дослідженими є лексико-семантичний і морфологічний аспекти газетних заголовків, незважаючи на те, що одним із способів реалізації функцій заголовку є ефективне використання морфологічних засобів, які забезпечують можливість здійснення прихованого впливу на читача. Дослідження морфологічної складової заголовків газетних статей дозволило б визначити склад частин мови, їх форми, домінування окремих частин мови, а також описати найсуттєвіші морфологічні особливості одного з найважливіших компонентів газетних текстів.

Дослідники неодноразово відмічали подвійну природу заголовка, зумовлену його здатністю до самостійної експлікації змісту газетної публікації (Коваленко, 2008; Шеремета, 2015). З одного боку, заголовок є повноправним компонентом цілісного твору, а з другого боку, "він є цілісною одиницею мовлення, що випереджає текст, стоїть "над" ним та перед ним" (Коваленко, 2008, с. 266) і виділяється графічними засобами. Можна припустити, що така самостійність заголовку не може не позначитися на його морфологічних характеристиках.

Актуальність опису морфологічних особливостей заголовків газетних статей зумовила наше звернення до аналізу у цих “міні-текстах” прикметників, які є другою за частотністю вживання в текстах новинних повідомлень частиною мови (Biber, Johansson, Leech, Conrad, & Finegan, 1999).

Прикметник як лексико-граматичний розряд слів традиційно визначається як повнозначна частина мови, яка виражає стан, якість або ознаку субстанції.

Метою нашої розвідки є аналіз особливостей вживання прикметників у заголовках англомовних газет в аспекті частотності, словобудови, ступенів порівняння і наявності функції оцінки поряд із функцією вираження ознаки.

Матеріалом дослідження стали 950 газетних заголовків із інтернет-версії авторитетної британської газети “The Times” за період з 19 по 28 лютого 2023 року, відібрані методом суцільного добирання з рубрик “Новини”, “Події у світі”, “Бізнес”, “Подорожі”, “Культура”, “Стиль”.

Аналіз отриманого матеріалу показав, що лише 524 заголовки (55,2%) у вибірці містять прикметники, загальна кількість яких у проаналізованих заголовках – 670. Найчастіше вони з’являються у заголовках у рубриках “Подорожі”, “Культура” і “Стиль”, у яких їх частка становить відповідно 69%, 73,2% і 81,5%. У заголовках новинних повідомлень про події у Великобританії та в світі та в рубриці “Бізнес” вони складають лише трохи більше половини всіх заголовків (55% і 55,5% відповідно). У новинних повідомленнях про події в світі вони вживаються трохи частіше, аніж у новинах Великобританії (61% і 52,9% відповідно).

Аналіз вжитих у заголовках прикметників за словобудовою виявив, що найчастотнішими є похідні прикметники (56,1%), а найменш частотними – складні прикметники (11,7%). Частка простих прикметників у вибірці – 32,2%.

Аналіз прикметників з точки зору наявності у них додаткової функції оцінки свідчить, що в газетних заголовках переважає вживання прикметників, позбавлених оцінного характеру (66,3%). Оцінні прикметники з’являються переважно в рубриках “Подорожі”, “Культура” і “Стиль” (відповідно 45%, 68,9% і 58,1% від загальної кількості прикметників у заголовках статей у цих рубриках). У заголовках новинних повідомлень про події в країні та в світі, а також у рубриці “Бізнес” частка оцінних прикметників значно менша: 28,8% і 28,5% відповідно.

У заголовках абсолютно домінує вживання прикметників у вихідній формі (91,5%). Прикметники у вищому і найвищому ступенях порівняння складають 2,5% і 6% від усієї кількості проаналізованих прикметників і вживаються переважно в рубриках “Подорожі”, “Культура” і “Стиль” (відповідно 20%, 24,4% і 12,9% від загальної кількості прикметників у заголовках перелічених рубрик). У заголовках новинних повідомлень про події в країні та в світі та в рубриці “Бізнес” їх налічується 6% і 5,7% відповідно.

Проведене дослідження дозволяє зробити висновок про те, що частотність вживання прикметників у заголовках і наявність у них функції оцінки залежить від тематики газетних публікацій.

## ЛІТЕРАТУРА

- Коваленко, А. М. (2008). До питання про лінгвістичний статус журнального заголовка (на матеріалі сучасної англомовної преси). *Філологічні науки: Збірник наукових праць Сумського ДПУ ім. А. С. Макаренка*, 262–269.
- Фадєєва, О. В. (2017). Функції та засоби прагматизації газетних заголовків. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*, 27(2), 135–139.
- Шеремета, К. Ю. (2015). Англомовний заголовок: перекладацький аспект. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Філологічні науки, Кн. 2*, 95–98.
- Biber, D., Johansson, S., Leech, G., Conrad, S. & Finegan, E. (1999). *Longman Grammar of Spoken and Written English*. Harlow: Pearson Education Limited.

## ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ЛЕКСЕМ НА ПОЗНАЧЕННЯ ГРОШОВИХ ОДИНИЦЬ (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРСЬКОЇ МОВИ)

**Чогут Н. Ю.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Охріменко М. А.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Сьогоднішній Іран має в ужитку як монети (динари), так і банкноти (ріали). Один ріал дорівнює сотні динарів, але динари майже не використовуються в розрахунках, зважаючи на низький курс цієї одиниці. Яким чином Іран дійшов до такої валюти, як змінювались її номінали та назви ми розглянемо нижче. Усі назви грошових одиниць, наведених у цій розвідці дібрані з іранської енциклопедії (*Encyclopedia Iranica*, 1992).

Говорячи про походження грошей у їх сьогоденному вигляді, варто зазначити, що їх винаходом ми завдячуємо Близькому Сходу. Конкретно в Іран (або Ахеменідське царство) гроші прийшли через завоювання Лідії царем Курошем Великим в середині 540-х років до нашої ери. Власне тому першою назвою грошей було слово “статер”. Це була монета вагою 10.7 грамів, яка мала тиснення з обох боків. З плином часу ахеменіди змінили її та ввели нову вагу монети, що в подальшому послугувало еволюції назви на “статер перського стандарту” (в оригіналі – پارسه *pārsē*) (Mundell, 2002).

З приходом до влади Дарія I виходить наказ змінити назви монет. Таким чином золота монета отримала назву “дарік” (перською *داریک darik*) з двох причин. Перша – на честь царя Дарія, друга – від слова *زریگ zarig*, що давньоперською означає “золотий”. Саме з такою назвою монета двічі згадувалась в єврейській Біблії (Mundell, 2002).

Також була аналогічна монета в сріблі, що мала назву “сигель” (перською سیگل sigel). Це грецька форма слова “шекель”, що в древніх семітських мовах вживалось на позначення одиниці ваги. Греки називали золоті монети “дарік статер” (перською دریک استاتر darik-e estāt), а срібні “дарік сигель” (перською دریک سیگل darik-e sigel). А самі монети були у вжитку навіть після завоювання Персії Македонським. Більше того, їх продовжували чеканити та використовувати у Вавилоні і після смерті Олександра Македонського (Encyclopedia Iranica, 1992).

За часів правління Парфян монети змінилися. Тепер вони називалися “драхми” (перською دراهما drāhma) та “тетрадрахми” (перською تترادرهما tetradrāhma). У буквальному перекладі слово “драхма” (грецькою δράσσομα drāssoma) має значення “жменя”. Тетрадрахмою називали велику срібну монету, вартість якої дорівнювала чотирьом драхмам. У самих Парфян не було досвіду виготовлення своєї власної монети, тому за приклад були взяті даріки та сигелі, що отримали нове грецьке ім’я та написи титулів грецькою на аверсі (Curtis Sarkhosh, 2012).

В епоху свого правління Сасаніди залишили драхми (срібні монети) та ввели динари (перською دینار dīnār) на позначення золотих монет. Сама назва “динар” походить від латинського *dēnārius* “що складається з десяти” (*dēnī* “по десяти”, *decem* “10”). Це слово було запозичене в Римській Імперії через тісні зв’язки, що вони мали з Сасанідами (Encyclopedia Iranica, 1992).

Поява нових назв для монет в древній Персії змусила на себе довго чекати, якщо бути точнішими – до початку правління Сефевідів. Саме тоді набувають свого поширення тумани (перською تومان tumān від від монгольського *tūmen*, тобто десять тисяч). Тумани використовувалися лише для обчислювання та фізично не існували. Тільки в вісімнадцятому столітті тумани набули форми та офіційності. Ця валюта була в обігу до 1932 року (Encyclopedia Iranica, 1992).

Під час правління Каджарів у 1825 в Ірані також запроваджується валюта під назвою “кран” (перською قران qirān), її вартість складала одну десяту від туману. Історія назви цієї валюти сягає корінням у часи правління Насер ад-Дін Шаха Каджара, якого називали Сахіб аль-Кораном. Таке ім’я отримували правителі, чиє володарювання було довгим (словом قران qirān раніше називали кожні 25 або 30 років правління шаха). Привласнення імені “Сахібкран” було знаком величі та могутності. Саме тому Насер ад-Дін Шах досягнувши тридцятої річниці свого правління вирішив викарбувати монету та назвати її в честь самого себе. Ця валюта була замінена ріалом у 1932, як і вищезгаданий туман (Amanat, 1997).

Ріал (перською ریال rial) – офіційна валюта Ісламської Республіки Іран. Походить від іспанського слова “real” що значить “королівський”, “величний”. Це слово було запозичене після присутності іспанців та португальців у Перській затоці та їхніх відносин з іранцями. Вперше з’явився у вигляді монети у 1798, а його вартість дорівнювала одній восьмій туману (Encyclopedia Iranica, 1992).

З 2019 року в Ірані легалізована криптовалюта і використовується як спосіб оплати імпортованих товарів, щоб обійти санкції, які Сполучені Штати Америки наклали на Іран у 2020 році. Терміни на позначення криптовалютної лексики просто перекладаються та транслітеруються з англійської на перську. Наприклад, спотова торгівля – معاملات اسپات mo'amelāt-e espot, криптовалюта – ارز دیجیتال arz-e digital.

На завершення запропонованої розвідки можемо зазначити, що назви грошових одиниць Древньої Персії, а потім й Ірану не зазнавали великої кількості змін. Проте, зважаючи на всі вищенаведені історичні факти ми бачимо, що основною причиною нововведень були зміни правління або ж бажання правителів викарбувати своє ім'я та титул у монеті.

### ЛІТЕРАТУРА

- Mundell, R. (2002). *The birth of coinage*. Columbia University.
- Album, S., Bates, M., Floor, W. (1992). *Coins and coinage*. У *Encyclopaedia Iranica*. Columbia University.  
<http://www.iranicaonline.org/articles/coins-and-coinage>
- Curtis Sarkhosh, V. (2012). *Parthian coins: Kingship and Divine Glory*, p. 67–83.
- Amanat, A. (1997). *Pivot of the universe: Nasir al-Din Shah Qajar and the Iranian Monarchy*. University of California Press.

## СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ТОПОНІМІВ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

**Чубюк І. Д.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Охріменко М. А.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Ономастика має велику кількість розділів, а саме: антропонімія – вивчає імена людей; зоонімія – назви тварин; фітоніміка – назви рослин, теонімія – імена богів, міфологічних істот; космономіка – назви галактик і сузір'їв, планет, зірок; переоніміка – назви транспортних засобів: кораблі, поїзди, літаки; кремантонімія – власні назви унікальних цінностей, ювелірних виробів; фалоніміка – назви нагород; хрононімія – назви історично значущих періодів часу тощо (Думін, 1966, с. 89). У нашій розвідці ми розглянемо розділ, що називається топоніміка.

Топонім – це географічна назва, яку людина дала з давніх часів, щоб відрізнити її від інших об'єктів. Топоніми є результатом вираження фізико-географічних, соціально-економічних та політичних факторів, на вибір назви впливають природні умови певної території. Топоніміка (地名学 dímíngxue) – наука, яка вивчає походження, значення, розвиток, вимову та написання географічних назв. Топоніміка є науковою дисципліною, яка

об'єднує у собі три науки, а саме: географію, історію та лінгвістику. Питання топоніміки особливо актуальні у тих мовах, які мають багато носіїв, тому що це є причиною зміни мовних структур та появу нових компонентів мови. У використанні термінології у топоніміці також існують свої проблеми, пов'язані з національними, етнічними та політичними особливостями.

Китайська топонімічна система має властивий культурно-історичний феномен мови (范, 2015, с. 31). Таким чином, топоніми української і китайської мов представлені простими, складними одиницями або словосполученнями, що утворені шляхом складання коренів.

Численні географічні назви з'явилися в минулому, при більш тісному і органічному зв'язку життя людини з природою, тому назви більшою мірою відображали характер природних явищ. Взаємозв'язок і взаємовплив гідронімів є одним з важливих аспектів проблеми взаємодії різних топонімічних класів. Гідроніми несуть в собі цінну інформацію про мову, історію, культуру і менталітет українського і китайського народів. Не менш важливими є інші топонімічні класи, такі як: ороніми – назви елементів рельєфу, біоніми – назви представників органічного світу, ойконіми – назви поселень, антропоніми – назви, що походять від власних імен людей, хороніми – назви країн і областей, теоніми – назви релігійних об'єктів; дромоніми – назви доріг, шляхів; урбаноніми – назви міських об'єктів (Ровенчак, 2008, с. 156).

Найпоширенішою структурною особливістю є складання коренів. Словотвірна структура класифікується не просто як морфологічне членування слова, а як граматична характеристика його компонентів. Складання коренів всередині слова відбувається за певними структурними моделями. Також топоніми з'являються шляхом афіксації, але вона грає значно меншу роль, ніж в українській мові (李, 1998, с. 209).

Важливим дослідженням під час вивчення науки топоніміка є положення про існування мови як засобу людського спілкування, про взаємозв'язок і взаємовплив мови і культури (більшість топонімів мають певне значення завдяки певним подіям у минулому), про системність мови, про історичний характер мовних процесів та стан розвитку мови.

Китайська мова належить до групи ізолюючих мов, що пояснює багато специфічних рис, характерних для цієї мови з точки зору лексикології, етимології, морфології, ономастики тощо. У китайській ойкономії більшість топонімів створені за допомогою складання коренів з означальним типом зв'язку. У кожному топонімі міститься історія певного місця та інколи його опис. В утворенні усіх китайських топонімів часто використовуються такі ієрогліфи: 1) ієрогліфи, які пов'язані зі сторонами світу та орієнтацією в просторі: 北 bei “північ”: 北京, 北山; 东 dong “схід”: 山东, 东皇; 2) описують навколишній світ: 口 kou “рот”, “гирло”, “отвір”: 海口, 张家口; 龙 long “дракон”: 龙海; 头 tou “голова”: 包头; 3) виражають спокій: 安 an “мир”, “згода”: 西安, 安徽; 宁 ning “тихий”, “спокійний”, “умиротворений”: 伊宁, 南宁;

За більш ніж двохтисячолітній період історії Китаю, правителі давали назву містам, повітам та іншим географічним об'єктам відповідно до образу

царювання. Династії і роки правління кожного імператора мали особливі “девизи” – ієрогліфи, що символізують щастя, мир, тишу, процвітання, спокій, політичні заклики та побажання. Топоніміка – це важлива частина мови, яка дає зрозуміти історію мови та цивілізації. Щоб володіти китайською мовою та бути освіченим перекладачем, варто звернути увагу на утворення та значення топонімів. Дослідження етимології китайських топонімів надзвичайно цікаве заняття. Однак дуже часто той сенс, який здається очевидним, виявляється не зовсім точним. Потрібно дослідити історію назви топоніма, легенди і перекази, пов’язані з ним. І тоді стане зрозумілим глибокий сенс, який закладений у ньому.

## ЛІТЕРАТУРА

- Думін, Б. Я. (1966). Географічні назви в наших географічних роботах. *Вісник Державного університету імені Івана Франка*, 4, 89–92.
- Ровенчак, І. І. (2008). *Географія культури: Проблеми теорії, методології та методики дослідження*. Видавничий центр Львівського національного університету імені Івана Франка.
- 李, 如龙. (1998). 汉语地名学论稿. 上海教育出版社.
- 范, 今朝. (2015). 地名通名的发展演变与当代城市地区地名通名的特点中国地名. 浙江大学地球科学系.

## ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КИТАЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З КОНЦЕПТОМ “РОДИНА”

**Шайтор О. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*  
Науковий керівник: **Хамрай О. О.**  
*Доктор філологічних наук, професор*  
*Київський національний лінгвістичний університет*

Фразеологія у всіх мовах – це найцінніша спадщина лінгвістики, в якій відображаються не лише звичаї, традиції, національна культура та гумор, а й історія народу. Фразеологізми – це стійкі мовні звороти, які не зазнають суттєвих змін з часом. Джерелом багатьох ідіом у китайській мові є народна творчість та класична література, а також антична міфологія та історія.

На думку лінгвіста Ма Гофань, фразеологічні одиниці китайської мови поділяться на п’ять основних розрядів: чен’юй – ідіоми, гуаньюн’юй – фразеологічні зрощення, яньюй – прислів’я, сехоуой – недоговори, іносказання, суюй – приказки) (М<sup>马</sup>, 1959).

У своєму дослідженні ми розглянули китайські ідіоми, які пов’язані з концептом “родина”, який є важливим складником менталітету китайців, має національно-культурну специфіку. Детальний аналіз конотаційних значень вищевказаного концепту як складової частини сталих виразів свідчить про



те, що поняття “родина, родинні зв’язки” може мати і позитивні, і негативні відтінки значень, хоч перші є більш поширеними.

Специфікою китайської фразеології є полісемія, різне трактування слів, тому значення фразеологізмів часто залежить від контексту, і може визначатися ще й екстралінгвістичними факторами. У досліджуваних мовних одиницях зустрічалися випадки, коли саме по собі слово може мати різко негативні конотації, але у контексті воно звучатиме дуже ніжно і особливо. Як, скажімо, у фразеологізмі: 乌鸟反泡 – Ворона вибльовує те, що проковтнула, щоб нагодувати своїх пташенят (дбати про старих батьків; відплатити подякою за батьківські турботи).

Важливим аспектом конотаційних особливостей китайської фразеології є також стилістика слів. В нашому дослідженні ми дійшли висновку, що найчастіше в китайських ідіомах використовуються метафори, епітети та порівняння. Крім того, важливим елементом передачі змісту у фразеологізмах виступають емоційно-оцінні слова: вжиті у прямому значенні, вони, проте, є експресивно насиченими, емоційно забарвленими, містять суб’єктивну оцінку. Такі слова відносяться до афективної лексики і створюють загальний емоційний тон висловлювання, передають чуттєві, суб’єктивно-оціночні ставлення мовця до предмета думки, фактів навколишньої дійсності.

У процесі перекладу українською мовою китайських фразеологізмів з базовим концептом “родина” виникають труднощі через відмінності у морфологічній будові двох мов, синтаксичній структурі, культурі та звичках, риторичі та географії, історії, релігійних віруваннях та звичаях двох країн. Щоб подолати ці труднощі, перекладач має повною мірою використовувати базовий метод перекладу ідіом та добирати максимально доцільні методи перекладу або поєднувати різні методи залежно від конкретної ситуації (何, 王 & 董, 1979).

Основними способами передачі значення китайських ідіом є дослівний переклад, вільний переклад, інтерпретація. Дослівний переклад з необхідними поясненнями варто застосовувати для передачі загальноновживаних виразів, джерелом яких є історичні факти, загальновідомі істини тощо (Сороквашина & Срьоменко, 2019).

Вільний переклад передбачає передачу змісту ідіом. В цілому, такий спосіб може вирішити багато труднощів. Метод інтерпретації полягає в тому, щоб заповнити недоліки буквального та вільного перекладу, які можуть більш ефективно та точно передати значення вихідного тексту. Важливим моментом інтерпретації китайських сталих виразів є врахування емоційного забарвлення та стилю ідіом. Фразеологізми можуть бути розмовними, книжковими та віршовими тощо а отже, вони матимуть різне емоційне забарвлення: містити позитивні конотації, негативні конотації або нейтральні. Через конотації можна висловити своє ставлення до об’єктів опису: схвалити, звинуватити, рекомендувати чи попередити.

У разі відсутності прямого відповідника ідіоми, у мові перекладу прийнятним є переклад такого виразу звичайним реченням, зберігаючи при цьому стилістику та метафоричні значення вихідного словосполучення.

Крім того, багато ідіом мають глибоке історичне і культурне підґрунтя, на що слід звертати особливу увагу при перекладі (Білоноженко, 1993).

Китайські фразеологізми часто є багатозначними, тому, перш ніж перекладати, слід чітко зрозуміти контекст і знайти відповідник, не забуваючи при цьому зберегти оригінальну риторичну та емоційну забарвленість. При перекладі однієї й тієї ж ідіоми у різних контекстах слід використовувати різні методи перекладу.

## ЛІТЕРАТУРА

- Сороквашина, І., & Єрмоєнко, С. В. (2019). Особливості передачі фразеологізмів при перекладі художнього тексту з української мови на англійську. *Збірник наукових статей студентів та викладачів відділення перекладу*, 56–59.
- Білоноженко, В. М. (1993). *Фразеологічний словник української мови*. Наукова думка.
- 马, 国凡. (1959). *成语简论*. 人民出版社.
- 何, 九盈, 王, 宁, & 董, 琨. (Ed.). (1979). *辞源*. 商务印书馆.

## ОБҐРУНТУВАННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ ЧЕСЬКИХ ОМОНІМІВ

**Шапошник О. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Ващенко О. О.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Вивчаючи ту чи іншу мову та при перекладі різножанрових текстів, можна стикнутися з певними мовними “горішками”. Одним із таких “горішків” є явище омонімії.

Омонімія – явище, що впливає на розширення словникового запасу кожної мови. Виникає, наприклад, при запозиченні іншомовних слів шляхом уніфікації форми іншомовного і власного слова, або при запозиченні кількох іншомовних слів, для яких існує одна форма.

Омонімія належить до парадигматичних зв’язків, які можуть призвести до ускладнень під час спілкування. Чеські науковці називають її “оманливим” явищем (Filipец, 1985, с. 141).

У чеській мові немає одноставної думки щодо класифікації чеських омонімів. Тож існує кілька класифікацій. А саме:

Омонімія за походженням

1. Лексична омонімія – найпоширеніший вид омонімії, що виникає на основі випадкового формального збігу слів. Сюди можна віднести 3 групи омонімів: а) власне чеські: *zámek* (“замок” – “замок”); запозичені та власне чеські слова: *pas* (“паспорт” – “пас”, спортивний термін), 3) запозичені слова: *puk* (“шайба” – “край одягу”).

2. Словотвірна омонімія – поділяється на два види: а) омоніми, що утворюються за допомогою префіксів і суфіксів: *travička* (“мала, крихітна травичка” та “чорнорота жінка, яка бризкає отрутою”); б) омоніми, що будуються на основі паралельного творення. Це принцип творення, де словотвірна основа збігається, але окремі значення ніяк не пов’язані, як, наприклад, у слові *červenka*, яке має значення “виду птахів, хвороби свиней, червоної глини, породи курей і сорт пшениці”.

3. Частиномовна омонімія – виникає в словах, утворених шляхом переходу з однієї частини в іншу, причому слово набуває нової мовної характеристики, а також нового значення: *běda* (“біда, горе”) – іменник / прислівник у присудку / вставне слово.

4. Омоніми, що виникають внаслідок розщеплення полісемії. Зазначимо, що деякі науковці 4-ту категорію вважають ще морфологічні омоніми й взагалі не виокремлюють омоніми, що виникають внаслідок розщеплення полісемії. Подібні омоніми з’являються тоді, коли окремі значення багатозначної лексики віддаляються одне від одного настільки, що втрачається зв’язок. Наприклад: *prát* (“бити, молотити” та “видаляти водою бруд”). Колись білизну чистили біля води, стукаючи по ній дерев’яною товкачкою. Однак зміна позамовної реальності стерла зв’язок між ними, і з синхронічної точки зору тепер їх можна вважати омонімами.

Омонімія за сферою вживання

За ступенем формального узгодження лексичні омоніми поділяються на повні та часткові.

1. Повні омоніми – збігаються в усій парадигмі (*raketa* “летючий пристрій” і “летюча миша”); але зазвичай не в похідних варіантах.

2. Часткові омоніми – відрізняються в деяких формах парадигми (*los* “тварина” та “лотерейний білет”). Відмінності тут викликані різницею в граматичній категорії – істоти/неістоти.

Справжня і хибна омонімія

1. Справжня (власна) омонімія – омоніми збігаються як графічно, так і фонетично.

2. Неправильна омонімія – це слова, де узгодженість у якийсь момент порушується. Яка своєю чергою складаються з:

а) омофони, тобто фонетично ідентичні, але графічно різні (*zed’* “стіна” – *zet’* “зять”);

б) омографи, графічно ідентичні, але фонетично різні (*panický* пов’язане з поняттям “паніка” та “незайманий”).

Омофони дуже поширені в чеській мові, тоді як омографи зустрічаються рідко.

При дослідженні міжмовної омонімії релевантними можуть бути всі парадигматичні лексичні відношення (залежно від спрямованості та цілей конкретних досліджень), однак у її базовому визначенні в основному застосовуються знання, пов’язані з першими трьома – полісемією, омонімією та паронімією.

## ЛІТЕРАТУРА

- Filipec, J. (1985). Česká lexikologie. Academia, nakl. Československé akademie věd.  
Karlík, P., Nekula, M., & Pleskalová, J. (б. д.). HOMONYMIE | Nový encyklopedický slovník češtiny. Nový encyklopedický slovník češtiny. <https://www.czechency.org/slovník/HOMONYMIE>

## СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ В ТЕКСТАХ СУЧАСНОЇ КИТАЙСЬКОЇ БЛОГОСФЕРИ

**Шевчук Д. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Беля В. В.**

*Кандидат філософських наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

В останні роки зростає популярність блогів у Китаї, що є однією з найбільших та найрозвиненіших країн у світі. Китайська блогосфера містить різноманітні теми: від моди та краси до політики та соціальних питань.

Китайські блоги мають різну структуру та використовують різні стилістичні засоби. Структура блогу переважно складається з заголовку, вступу, тіла та заключення. Заголовок блогу повинен бути коротким та інформативним, щоб привернути увагу читача. Вступ містить опис теми, що розглядається, та тези, які будуть досліджені в блозі. Тіло блогу містить основні ідеї, докази та аргументи, які підтримують тези, описані у вступі. Заключення містить підсумок, висновки та поради.

Один із найпоширеніших стилістичних засобів в китайських блогах – це метафора. Метафори дозволяють автору використовувати порівняння та аналогії, щоб пояснити складні ідеї та концепти. Наприклад, автор блогу про кар’єру може порівняти кар’єру з підйомом на гору, щоб показати складність та виклики, пов’язані з досягненням успіху.

Ще одним стилістичним засобом, який часто використовується в китайських блогах, є пряма мова. Вона дозволяє автору залучити читача до розмови та зробити його більш залученим до теми. Наприклад, автор блогу про вплив соціальних мереж на життя може написати: “Ти не знаєш, яким бути без Facebook? І я також”.

Нижче наведені приклади китайських блогів, де використовуються стилістичні засоби, про які йшлося в дослідженні.

Блог “Золота осінь” (金秋) – це блог, що присвячений подорожам. У своїх постах автор часто використовує метафори. Наприклад, у пості про подорож до Шанхаю, автор порівнює Шанхай з гігантським дзеркалом: “Шанхай – це дзеркало, в якому відображається сучасний Китай” (上海是一个镜子, 反映了现代中国。)

Блог “Майстерня кулінарії” (烹饪工坊) – це блог про готування їжі. У своїх постах автор часто використовує пряму мову, щоб залучити читача

до розмови. Наприклад, у пості про те, як приготувати піцу, автор пише: “Ти думаєш, що готування піци складне? Заглянь у мою кулінарну майстерню, і я покажу тобі, як це зробити легко!” (你认为制作披萨很难吗? 来看看我的烹饪工坊, 我会告诉你如何轻松完成! )

Блог “Шлях успіху” (成功之路) – це блог про кар’єру та особистий розвиток. У своїх постах автор використовує метафори, щоб пояснити складні концепти. Наприклад, у пості про те, як досягти успіху в кар’єрі, автор порівнює кар’єру з підйомом на гору: “Кар’єра – це гора, яку потрібно підніматися крок за кроком, але коли ти дійдеш до вершини, твоя праця буде винагороджена” (职业是一座山峰, 需要一步步攀登, 但当你到达山顶时, 你的努力将得到回报。)

Блог “Гумористичний куточок” (幽默角落) – це блог, що присвячений гумору. У своїх постах автор використовує гумористичні прийоми та анекдоти. Наприклад, у пості про те, як зустріти Новий рік, автор пропонує: “Якщо ти хочеш зустріти Новий рік на вулиці, то не забудь одягти теплі речі, щоб не перетворитися на льодову скульптуру!” (如果你想在街上迎接新年, 不要忘记穿上暖和的衣服, 以免变成雕塑! )

Отже, можна зробити висновок, що стилістичні засоби є важливими елементами китайських блогів. Вони допомагають авторам виразити свої думки та почуття, залучити увагу читачів та зробити свій контент більш цікавим та емоційним. Знання стилістичних засобів допомагає блогерам підвищити якість свого контенту та залучити більше читачів.

## ЛІТЕРАТУРА

- Wang, Y. (2018). The application of stylistic devices in Chinese contemporary blog texts. *Journal of Language Teaching and Research*, 9(1), 121–126.
- Li, X. (2020). The use of stylistic devices in Chinese fashion blogs. *Journal of East China Normal University (Educational Sciences)*, 4, 126–131.
- Chen, H. (2019). The role of metaphors in Chinese travel blogs. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 7(2), 48–52.

## ЛЕКСИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ЕКСПРЕСИВНО-ЕМОЦІЙНОЇ ОЦІНКИ У ТУРЕЦЬКОМУ ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ (НА МАТЕРІАЛІАЛІ РОМАНУ ХАЛІДА ЗІІ УШАКЛИГІЛЯ “AŞK-I MEMNU”)

**Шилінська Х. М.**

Київський національний лінгвістичний університет

Науковий керівник: **Сіленко Н. В.**

Кандидат філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

Лексичні засоби – це інструмент, який надає тексту певну поетику та допомагає відрізнити художній стиль від інших стилів. Система мовно-виражальних засобів, орієнтованих на досягнення ефекту високого стилю,

незвичного для буденного спілкування (Українська мова: Енциклопедія, 2004). Т. С. Крайнікова визначає такі групи поетичної лексики: номінативна (слова, вжиті у прямому значенні), стилістично забарвлена лексика (архаїзми, неологізми, жаргонізми, професіоналізми тощо); тропи – слова вжиті в переносному значенні (метафора, іронія, метонімія, синекдоха, персоніфікація, епітет та інші (Крайнікова, 2002, с. 13). Турецька мова дуже багата на різні засоби для вираження експресивно-емоційного забарвлення. Обраний нами твір “*Aşk-ı memnu*” з динамічним та досить емоційним сюжетом є прикладом втілення цих лексичних засобів.

З метою передачі настрою героя Халід Зія Ушаклігіль використовує метафори та порівняння. Наприклад: “*ruhunun teslimiyeti*” (перекл. укр.: покірність душі) “*bir tebessümün gülleri içinde açıyor*” (перекл. укр.: вона розквітає трояндами усмішки) (Ушаклігіль, 2019, ст 86), “*nutuk tavriyla*” (перекл. укр.: з виразом промови) (Ушаклігіль, 2019, ст 22), “*hükümü veren kati bir sesle*” (перекл. укр.: голосом, що виносить вирок) “*hayret heykeli şeklinde duruyor*” (перекл. укр.: залякла наче здивована статуя) (Ушаклігіль, 2019, с. 23).

Також експресія передається через вигуки, автор прописує не лише сам вигук а й емоцією якою він супроводжується. Наприклад, вигук здивування “*A a!*” він поширений у розмовній мові, тому читач зрозуміє інтонацію виходячи з контексту його вживаності. “*Kapıyı eliyle itti, sonra birden, uzun bir hayret nidasıyla bağırdı: “A a!”*” (перекл. укр.: він штовхнув двері рукою а потім раптово вигукнув від здивування: “*A a!*” (Ушаклігіль, 2019, с. 87)

Також зустрічаються епітети: “*Peyker'in itiraz silahı*” (перекл. укр.: зброя заперечення Пейкер) (Ушаклігіль, 2019, ст 24), “*küçülseme gülüşü*” (Ушаклігіль, 2019, ст 23) (перекл. укр.: презирлива посмішка) “*kalbinde derin bir husumet vardı*” (перекл. укр.: в її серці була глибока неприязнь) (Ушаклігіль, 2019, с. 28).

У нашому дослідженні ми можемо спостерігати, як емоційно-забарвлена лексика становить у загальноновживаних словах окреме нашарування, її стилістичні функції мають свої особливості, які виражаються у певній експресії, емоційній наснаженості. Це добре відображено у творі, який ми обрали для нашого дослідження. Наприклад: “*Bir daha seninle böyle yarıyalnız kalamayacağım, bir daha sizi böyle dizlerinin dibinde dinlenmeyeceğim zannediyordum. Nasıl mümkün olur, Bihter? Sizi sevmemeye mahkum olduktan sonra ben nasıl yaşarım? Fakat sizi böyle sevmek, ayaklarınızı altında bahtiyarlıktan ölerek, ölmekten bahtiyar olarak sevmek... Ah! Sizi sevemediğim, size bunları söylemediğim dakikalar, işte onlar birer azaptı, birer işkence idi*” (перекл. укр.: Я думав, що ніколи більше не буду з тобою наодинці, ніколи більше не буду ось так стояти на колінах. Як це можливо, Біхтер? Як я можу жити після того, як мене прирекли не любити тебе? Але так вас любити, вмирати від щастя під вашими ногами, любити щасливо вмирати... Ах! Моменти, коли я не міг тебе любити і не говорив тобі, це були муки, тортури) (Ушаклігіль, 2019, с. 137). Автор використовує лексику “тортури”,

“помирати”, “кохати”, “засуджений вас не любити” з метою передати емоційний пік героя та аби читач міг правильно транслювати цю емоцію. У сценах подібного типу автор здебільшого використовує пряму номінативну лексику не перенавантажуючи вже напружений текст.

Отже, у художньому творі Халіда Зіі Ушаклігіля “*Aşk-ı memnu*” присутні більшість лексичних засобів: номінативи, стилістично забарвлена лексика та тропи. У тексті зустрічаються усі вищепераховані засоби, але переважають, метафори та порівняння. Ця лексика передає емоцію та створює те, за що люди цінують художню літературу а саме майстерність слова автора.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

- Зябомлюк, М. П. (2004). *Українська мова: Енциклопедія*. Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана.
- Uşaklıgil, H. Z. (2019). *Aşk-ı memnu*. Eskişehir. Dorlion yayınları
- Крайнікова, Т. С. (2002). Мова художнього твору. *Українська мова та література, 17–19*.
- Лесин, В. М. (1985). *Літературознавчі терміни: Довідник*.
- Ткаченко, О. А. (2003). *Мистецтво слова: Вступ до літературознавства*. ВПЦ “Київський університет”

### **СИМВОЛІКА КОЛЬОРУ В МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ УКРАЇНЦІВ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ФРАЗЕОЛОГІЇ)**

**Ширалієва Н. Р.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Палатовська О. В.**

*Доктор філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Мовна картина світу (МКС) “є багатомірним явищем, у якому відбивається вся складність світу і його сприймання людиною та відтворення в мові” (Лисиченко, 2009, с. 60). Фразеологізми складають невід’ємну частину МКС народу, його уявлень про навколишній світ.

Фразеологічні одиниці (ФО), до складу яких входить компонент із позначенням кольору, неодноразово привертали і продовжують привертати увагу дослідників, тому що символіка кольору, відбита у ФО, є важливою складовою концептуалізації світу того чи того етносу (О. Потебня, А. Вежицька, Г. Яворська, Л. Півторак, Т. Семашко та ін.)

Метою цього дослідження є аналіз символіки кольорів в МКС українців на матеріалі фразеологічного фонду української мови. Основним завданням є виявлення зв’язку між символічним значенням того чи того кольору та його відбиттям у фразеологізмах, що вживаються у повсякденному житті.

Матеріалом для аналізу слугували 153 ФО української мови, які містять у своєму складі лексему із зазначенням кольору. Аналізу піддається



як семантика фразеологізмів із колоративним компонентом, так і їхнє контекстуальне використання.

Аналіз фактичного матеріалу свідчить, що лінгвокольорова картина світу української фразеології представлена ФО з такими колоративами: *білий* (25%), *чорний* (18%), *червоний* (12%), *зелений* (12%), *жовтий* (7%), *синій* (6%), *блакитний* (5%), *сірий* (5%), *золотий* (5%), *рожевий* (3%), *помаранчевий* (2%).

Розглянемо символіку кольорів (*білого, чорного, червоного, зеленого*), які найчастотніше представлені у фразеологічному фонді української мови, більш докладно.

**Чорний** колір в українській мові здебільшого має негативне значення і відображає страх, небезпеку, печаль, безнадію та інші негативні емоції (*чорні дні, тримати в чорному тілі, як чорна хмара, чорна меланхолія, чорна душа, чорна злість, чорне діло* тощо). Але зустрічаються фразеологізми, де прикметник *чорний* вживається у позитивному сенсі. Так, наприклад, ФО *чорний як земля* може використовуватися для опису землі, що зрошується та добре підготовлена для засіву, а ФО *маленька чорна сукня* асоціюється з вічною класикою у моді, гарним смаком, стриманістю.

Символіка **білого** кольору на протигагу чорному зазвичай пов'язана з позитивними асоціаціями (*білий світ, біла магія, біла смуга, біле золото, білий тиждень*), але в семантиці українських фразеологізмів вона не завжди однозначна – багато ФО з кольороназвою *білий* мають негативне значення (*біла гарячка, ловити білі метелики, біла ворона, біла кість, білими нитками шитий, не бачити світу білого, білі ручки ламати, нудити білим світом, білий як крейда*). Також можна виділити групу фразеологізмів з колоративом *білий* на позначення тривалості, неосяжності дії (*від світу білого до темної ночі, до білого снігу, за горою білою, як білі мухи полетять, до білих віників, до білих пряників, до білих мух, дождатися білих віників*).

**Червоний** колір у МКС українців використовується для позначення бурхливих почуттів, рис зовнішності, напруги, палкого бажання досягнути мети (*червоний як буряк, червоний як рак, червоний як мак, червона як калина, розпекти до червоного жару, червоніти як калина, проходити червоною ниткою*), а також відображає відтінки болю, гніву, агресії, жаги до помсти (*аж червоні вогні в очах мигтять (блискотять), наливатися червоним жаром (кров'ю)* тощо). Окрему групу, на нашу думку, становлять ФО з радянських часів (*червоний терор, червона армія, червона субота* тощо), оскільки погляд сучасних українців на них змінився в бік негативних значень і пов'язується із кровопролиттям, збройною агресією, окупацією тощо.

Дослідження **зеленого** кольору показує його багатозначність в українській мовній традиції. Так, зокрема, він може символізувати молодість, недосвідченість, надію, оптимізм (*молодий та зелений, зелено під носом, зелений півень, давати зелену вулицю, з зеленою мухою в носі* тощо), а також нудьгу, недугу, жадова та заздрість (*в очах зеленіє, зелена нудьга, жаба зелена*). Окрім цього, **зелений** колір також вживається у ФО

на позначення тривалості чи неможливості дії (*до зеленій віників, як пекло позеленіє, думати про зелених горобців*).

Отже, проведене дослідження символіки кольорів у МКС українців показало, що кожен колір має свій унікальний набір асоціацій та певне символічне значення. Сприйняття кольорів має не тільки значний вплив на фізичний і психологічний стан людини, а й викликає в неї різні емоції та асоціації, що певним чином закріплюється у мовній картині світу, зокрема через фразеологізми.

Дослідження символіки кольорів в МКС українців може мати практичне значення для лінгвістів, культурологів, маркетологів та інших спеціалістів, які працюють із вивченням та аналізом мови та культури. За допомогою отриманих результатів можна буде зрозуміти, як символічне значення різних кольорів використовують у мові, який вплив вони мають на менталітет та поведінку українців, а також порівняти національно-культурну специфіку української лінгвокольорової картини світу з символічним значенням кольорів в інших слов'янських мовах, зокрема в польській.

## **ЛІТЕРАТУРА**

Лисиченко, Л. А. (2009). *Лексико-семантичний вимір мовної картини світу*. Вид. група “Основа”.

## **БАГАТОЗНАЧНА ЛЕКСИКА СУЧАСНОЇ КОРЕЙСЬКОЇ МОВИ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА**

**Шкурко П. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Охріменко В. О.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Мінімальною одиницею мови є слово. Слово – це комплекс звуків або один звук, що володіє певним, закріпленим мовною практикою суспільства значенням і функціонує як самостійне ціле. Власна функція слів у мові називається номінативною, наприклад, слово “책книга” може бути назвою будь-якої окремої книги, але воно призначене в мові для називання будь-яких книг, цілого класу речей.

Значення слів – це їх співвідношення з елементами свідомості, насамперед із поняттями, і навіть із почуттями і проявами волі. Це не означає, що кожному поняттю відповідає певне слово (у займенників, наприклад, немає прямого співвідношення з поняттями), але будь-яке поняття у будь-якій мові може бути назване за допомогою слів, тому основна функція слів – номінативна. Не називають поняття лише вигуки (вони співвіднесені тільки з почуттями та виявленнями волі), але вони і не є справжніми словами.

Слово може бути однозначним (моносемічним), наприклад, 날씨 – “погода”, 책 – “книга”, 예술 – “мистецтво”, 춥다 – “холодний”. Однозначні

слова різноманітні за морфологічною структурою: дієслово “다르다” – “розрізняється”, іменник – “다름” – “різниця, відмінність”, прикметник “다르다” – “різний, відмінний”, прислівник – “달리” – “по різному” тощо; слова з непохідною – “집” – “будинок” і похідною основою “걸개” – “вішалка” (від “걸다” – “вішати”), складні слова “돌다리” – “кам’яний міст”, “올라가다” – “підніматися”, “장거리” – “далека відстань”.

Термін в ідеалі прагне до однозначності, і більшість термінів є однозначними: мед.: 위염 – гастрит; літ.: 비유 – “алегорія”, лінгвіст.: 부동사 – “дієприслівник”, 명사 – “іменник” тощо. Однозначні слова входять у різноманітні тематичні групи – назви рослин, представників тваринного світу: 문어 – “восьминіг” 까치 – “сорока”; назви людей за діяльністю; спеціальності: 화가 – “художник”, 음악가 – “музикант”, 의사 – “лікар” (Пан, 2012). Однак більшість слів у корейській мові мають кілька значень. Здібність слова мати не одне, а кілька значень називається багатозначністю або полісемією (гр. Polysemos – багатозначний) – 다의성, а слово називається багатозначним – 다의어.

У момент виникнення слово завжди є однозначним. Нове значення є результатом переносного вживання слова, коли назва одного явища вживається як найменування іншого. Причиною вживання слова у переносному значенні є подібність явищ чи його змінність, у результаті всі значення багатозначного слова пов’язані між собою. Незважаючи на багатозначність слово є семантичною єдністю, яка називається семантичною структурою слова.

Неможливо чітко класифікувати два значення слова як ідентичні чи різні. До того ж неможливо точно визначити скільки значень містить якась лексична одиниця, оскільки різні значення можуть бути близькими, або частково повторюватися. Так, дієслово “їсти”, в словниках ділиться на: первісний, вихідний 먹다 і похідний значення: 소모하다 – “витрачати” і 부식하다 – “насаджувати”. Але існує також різниця між випадками використання дієслова “їсти” – 먹다 у висловах 고기를 먹다 – “їсти м’ясо”, та 수프를 먹다 – “їсти суп”. У першому випадку мається на увазі використання вилки та паличок, а у другому – використання ложки або те, що суп можна пити – 마시다. Тут можна замінити не тільки повторення значень 먹다 – “їсти” і 마시다 – “пити”, а й розширення значення 먹다 – “пити”. Тобто в корейській мові існує випадок використання дієслова 먹다 у виразі 물을 먹다, замість 물을 마시다 “пити воду”, і навіть у виразі 담배를 먹다 замість 담배를 피우다 – “курити сигарети”.

Слова як назви можуть легко переходити з однієї речі на іншу або на будь-яку ознаку цієї речі, на її частину. Тому питання полісемії – це, передусім, питання номінації, тобто зміни речей за умови тотожності слова. Питання про збереження та сталість поняття або його суттєвих ознак реалізується у полісемії по-різному. Враховуючи усе зазначене вище, мусимо констатувати, що багатозначність в корейській мові, з одного боку, свідчить про її розвиток, а з іншого, є проявом загальнономовної тенденції до економії мовних засобів.

## ЛІТЕРАТУРА

Пан, Л. А. (2012). *Лексикологія корейської мови*. Ташкентський державний інститут сходознавства.

## НЕОЛОГІЗМИ В СУЧАСНІЙ АРАБСЬКІЙ МОВІ: ДЕРИВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ, ТИПОЛОГІЯ, ФУНКЦІОНУВАННЯ

**Шуляк А. Р.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Рибалкін В. С.**

*Доктор філологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

З початку ХХІ ст. словники арабської мови (АМ) постійно поповнюються новою лексикою, що формується в умовах стрімкого розвитку інформаційного суспільства. Одним із головних джерел поширення неологічної лексики виступають ЗМІ: мовець вперше чує нове слово з екранів телевізора, помічає у газетних статтях, бачить часте його використання у соціальних мережах, а згодом і сам починає його вживати. Лексика мас-медіа є динамічною, а інноваційні процеси у словнику сучасних ЗМІ характеризуються активністю.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю дослідити неологічну лексику як складову словникового складу мови та визначити оцінний компонент у лексичному значенні неологізмів. Кількість нових лексичних одиниць постійно зростає, їх необхідно постійно фіксувати й аналізувати.

Поява неологізмів у мові свідчить про зміни у житті. Оновлення словникового запасу мови внаслідок динамічного розвитку суспільства називають неологізацією, яка, за словами Ф. де Соссюра, є закономірним процесом; не існує жодної мови, яка була б позбавлена феномену появи нових слів. Процес “неологізації” є необхідним, аби мова відповідала потребам суспільства на кожному етапі свого розвитку.

Вітчизняні та іноземні мовознавці по-різному тлумачать термін “неологізм”. О. Селіванова розглядає “неологізм” як слово чи сполуку, які використовуються в певний період часу для позначення нового або вже наявного поняття, які носії сприймають як лексичні новоутворення. К. Заболотний розуміє неологізм як нове слово або стійке поєднання слів, що відповідає вимогам спілкування, нове за формою і за значенням (за формою, або за значенням), утворене за законами творення слів у мові або ж запозичене з іншої мови, яке сприймається носіями як нове протягом певного періоду часу.

В узагальненому формулюванні “неологізм” – це слово, термін або фраза, що з’явилися на певному етапі розвитку мови для позначення як нових реалій та понять, так і вже існуючих в новому значенні і які розуміються носіями як лексичні новоутворення.

Головними ознаками неологізмів є: 1) соціальна належність; 2) узуальність; 3) новизна і здатність до її втрати; 4) нормативність; 5) відсутність тісного зв’язку з контекстом; 6) високий ступінь номінативності.

Соціальна належність неологізму означає, що слово, яке тільки-но з’явилося, позначає нові поняття, які виникли в результаті науково-технічного прогресу, розвитку суспільних відносин, соціально-політичних

змін тощо. Узуальність – це закріпленість нової лексичної одиниці у загальному використанні. Неологізми здатні втрачати свою новизну і стають з часом загальноновживаними словами. Це відбувається і з власними неологізмами, що позначають нові реалії, предмети, явища. Коли для людини певний предмет починає втрачати свою новизну і стає буденним, тоді й слово, яке його позначає, стає звичним: неологізми кінця ХХ та початку ХХІ ст. перестають уже сьогодні функціонувати як нові лексичні одиниці. Нормативність неологізмів полягає в тому, що їх утворення здійснюється за уже наявними у мові словотвірними моделями, у їх відповідності мовній нормі. Неологічній лексиці не притаманний тісний зв'язок з контекстом, бо неологізм є зрозумілим і без опори на контекст, що свідчить про високу ступінь номінативності нової лексичної одиниці.

Для утворення неологізмів використовують такі способи словотвору: словоскладання, афіксація (суфіксальний, префіксальний, суфіксально-префіксальний способи словотворення), телескопія, конверсія, скорочення, запозичення та лексико-семантичний спосіб творення.

В арабському мовознавстві більше уваги приділяється практичному аспекту вживання неологізмів. Національні філологи, хоч і виділяють окремі неологізми у словниках, теоретичну концепцію неологізмів щодо їх використання в АМ не виробили. Арабські неологізми формуються двома шляхами – шляхом внутрішнього розвитку природної системи мови та за рахунок залучення до обігу іншомовних слів. Слід враховувати і слова, що входять до сучасної стандартної АМ з різних діалектів, можливості транслітерації запозичених слів, їхньої арабізації.

З'ясувалося, що існують певні продуктивні граматичні засоби залучення нових слів до обігу. “Аналіз лексики на позначення відповідних понять в АМ свідчить, що найбільше неологізмів утворюється за моделлю *taf'īl* (тобто *ta l2ī3*), яка є масдаром породи II. За значенням парадигма цього віддієслівного іменника часто корелюється з західним інфінітивом, який так само як і в АМ, передаючи каузативність, використовується для утворення девербального іменника, наприклад: ар. *siyāsa* ‘політика’ → *tasyīs* ‘політизація’; *jayš* ‘армія, військо’ → *tajūīš* ‘мобілізація’. Водночас багато нових слів, які увійшли до АМ з європейських мов, містять чотири і більше приголосних. Тому деякі з таких запозичень, особливо ті, що містять п'ять або більше приголосних, залишаються незмінними або зазнають незначних змін, наприклад: *tīknūlūjīyā* ‘технологія’, *dīmuqrāṭīyā* ‘демократія’, *dīblūmāsiyā* ‘дипломатія’ тощо. Вживання шаблону *fa'lala* фіксується вже у класичній АМ, наприклад у таких лексичних одиницях як *tarjama*, *falsafa*, *handasa*, *daḥraja*, *qanṭara*, *zaxrafa* та ін. Варіантом шаблону *fa'lala* є також словотворча модель *faw'ala*, де чотири приголосні включають 'w' у другій позиції. За моделлю *faw'ala* утворено неологізми: 'ālam 'світ' → 'awlama 'глобалізація', ḥāsūb 'комп'ютер' → ḥawsaba 'комп'ютеризація', xašš 'приватний' → xaḥṣaša 'приватизація', qānūn 'закон' → qawḥana 'кодіфікація', ḥākīm 'правитель, суверен' → ḥawkama 'керівництво, менеджмент, управління'. Для шаблону *faw'ala* зафіксовані також випадки переходу ū → w, як от в неологізмах: *tūnis*

Туніс → *tawnasa* “тунісізація”, *aş-şūtmāl* → Сомалі *şawmala* “сомалізація” (Рибалкін, 2021).

В АМ основним джерелом неологізмів виступають європейські мови, передусім англійська та французька. Їхній вплив спричинила колоніальна політика західних країн, коли вживалися французька (Марокко, Туніс, Алжир, Лівія, Ліван), або англійська (Саудівська Аравія, Кувейт, Катар, ОАЕ, Оман, Ємен та ін.). У деяких країнах ці мови й досі мають статус державних. Помітний вплив на поширення неологізмів справило й навчання арабської молоді за кордоном, адже білінгвізм не міг не позначитися на лексиці рідної мови. Певний вплив на формування неологізмів мають і мови зі статусом міжнародних. У деяких сім'ях другою рідною мовою, принаймні побутовою розмовною, можна назвати французьку або англійську.

Оновлення або розширення семантичного значення лексем в АМ призводить до утворення неологізмів. Починає знову вживатися лексика, яка перебувала в пасивному стані. Збагачення лексичного фонду АМ відбувається і лексико-семантичним способом.

З початку ХХІ століття йде прискорений процес переходу людей з промислового в інформаційне суспільство. Це істотно впливає і на мовні процеси: формування неологізмів в АМ відбувається як з допомогою зовнішнього впливу, так і за рахунок внутрішніх ресурсів.

## ЛІТЕРАТУРА

Рибалкін, В. С. (2021). Неконкентивний спосіб утворення арабських неологізмів. *V Всеукраїнська науково-методична конференція з міжнародною участю “Питання сходознавства в Україні”*.

Селіванова, О. (2006). *Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія*. Довкілля.

## ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КАТЕГОРІЇ ВВІЧЛИВОСТІ В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

**Ялошенко А. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Малинюк І. В.**

*Кандидат філологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Міжособистісне спілкування є однією з найважливіших частин людського життя. Основу етикету спілкування становить ввічливість. “Ввічливість – дотримання правил етикету, уважності та люб’язності до оточуючих людей. Під ввічливістю зазвичай розуміють вміння шанобливо і тактовно спілкуватися з людьми, готовність знайти компроміс і вислухати протилежну точку зору” (Brown & Levinson, 1987).

Ввічливість є провідним фактором у регулюванні міжособистісної взаємодії. До початку вивчення ввічливості в рамках прагмалінгвістики вона вважалась лише певним набором багатоманітних ритуалізованих дій, проте в умовах сьогодення ввічливу поведінку розглядають як комунікативні дії, що складають певну раціональну стратегію для досягнення комунікативної мети (Brown & Levinson, 1987).

“Мовленнєвий етикет є невід’ємною частиною ввічливого спілкування. Мовленнєвий етикет утворює функціонально-семантичне поле, що складається з одиниць ввічливого спілкування для звертання та привернення уваги, вітання, прощання тощо” (Born-Lechleitner, 2000).

Привітання в Китаї не лише є важливою частиною ввічливості, а й запорукою успішного спілкування. В звертаннях, особливо якщо це формальне звертання, китайці зазвичай використовують більш складні формули привітання: при вітанні називають прізвище, а потім офіційну посаду або титул китайця: 李经理Lǐ jīnglǐ – директор Лі.

В китайській мові привітання – “早上好! Zǎoshang hǎo! Добрий ранок!”; “晚上好! Wǎnshàng hǎo! Добрий вечір!” є нейтральними і можуть вживатися по відношенню до будь-якої особи та будь-якої ситуації. Якщо ж ввічливе звертання відбувається в діловому спілкуванні, то китайці, зазвичай, замість такого нейтрального привітання спочатку називають ім’я та посаду людини, а потім запитують: “张大夫, 我不能吃辣的, 您可以帮助我吗?” “Zhāng dàfū, wǒ bùnéng chī làde, nín kěyǐ bāngzhù wǒ ma?” – “Докторе Чжан, я не можу їсти гостру їжу, чи можете ви мені допомогти?” (许, 1988).

Китайці при прощанні зазвичай використовують формули ввічливого прощання, що виражаються в мовленні подякою, вибаченням, компліментом та іншими формулами: “谢谢帮助了我!” “Xièxiè bāngzhùle wǒ!” – “Дякую за надану мені допомогу!”

Для вираження подяки в діловому спілкуванні китайці зазвичай використовують такі вирази: 完全同意wánquán tóngyì – повністю згоден; 百分之百bǎifēnzhībǎi – на всі сто відсотків; 举双手jǔshuāngshǒu – двома руками за, тощо.

Однією з властивостей ввічливого спілкування в китайській мові є дотримання правил мовленнєвого етикету. Формули мовного етикету вважають формулами ввічливості, і також відзначають, що формули мовного етикету – далеко не єдині засоби вираження ввічливості, а складова частина функціонально-семантичного поля ввічливості.

Отже, можна зробити висновок, що ввічливе спілкування в Китаї є невід’ємною частиною їх культури. Ввічливість проявляється у всіх аспектах життя китайців, саме тому знання правил використання ввічливих слів у різних мовленнєвих ситуаціях є надзвичайно важливим для здійснення успішного мовленнєвого акту.

## ЛІТЕРАТУРА

Brown, P., Levinson, S. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge University Press.



Born-Lechleitner, I. (2000). Teaching effective business communication. *Business and intercultural communication*, 1, p. 49–52.  
许, 德楠. (1988). 使用敬语的若干问题. 北京语言学院出版社.

## **МОВЛЕННЕВА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ЯДЕРНОЇ ЗОНИ НОМІНАТИВНОГО ПОЛЯ КОНЦЕПТУ ВІЙНА У КИТАЙСЬКОМОВНОМУ МЕДІА-ДИСКУРСІ**

**Янчук О. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Любимова Ю. С.**

*Кандидат філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

У ХХІ столітті однією із пріоритетних задач є розгляд та дослідження механізмів категоризації та концептуалізації зовнішнього світу носіями певних лінгвокультур. Саме в цьому, а також дослідженні внутрішнього рефлексивного досвіду, опису констант культури як системи культурних концептів народу, визначенні ролі мовної репрезентації полягають завдання науки лінгвоконцептології (Селіванова, 2008, с. 403).

Залежно від суб'єкта концептуалізації, О. О. Селіванова виділяє чотири типи концептів: ідіоконцепти, узуальні концепти, етноконцепти, загальнолюдські концепти (Селіванова, 2008, с. 416). Концепт ВІЙНА, таким чином, відноситься до останнього, універсального типу, оскільки є репрезентованим в різних мовах.

Концепти, перебуваючи у свідомості мовця, володіють характеристиками умовності і нечіткості, не мають жорстких меж, а їхня внутрішня структура базується на асоціативних зв'язках у свідомості мовця. Ядром концепту виступають найбільш актуальні для носіїв певної культури асоціації, тоді як периферійні компоненти поступово втрачають стійкість таких асоціативних зав'язків (Приходько, 2008, с. 51–52).

Універсальні концепти, однак, володіють національно-культурними особливостями, тому базове ядро таких концептів складає чуттєвий образ, що в свою чергу є суб'єктивним, оскільки перебуває у національному, історичному та ідеологічному контексті (Приходько, 2008, с. 88).

Ядерні елементи, будучи обов'язковими для поля, найкраще виконують покладені на них функції, їм притаманна більш висока частотність. Ядерні елементи формуються навколо домінанти (Приходько, 2008, с. 218).

На нашу думку, домінантою номінативного поля концепту ВІЙНА є морфема 战(戰) zhàn. Словник сучасної китайської мови подає два основні значення цього ієрогліфа:

У першому випадку семантика розпадається на три поняття:

1) 战争 zhànzhēng – війна як збройна боротьба між націями, державами, класами, блоками; 战斗 zhàndòu – бойові дії, вести бій (з ворогом), боротьба (як загальне поняття);

- 2) Вести війну або бойові дії;
- 3) 战, що виступає як прізвище.

У другому випадку 战(戰) zhàn набуває значення “тремтіти”. Це значення у цьому дослідженні до уваги не береться.

Загалом словник наводить 59 лексичних одиниць із першим компонентом 战(戰) zhàn у своєму першому значенні, що свідчить про його високу словотвірну продуктивність як одну з характеристик домінанти номінативного поля.

Крім того, ієрогліф 战(戰) може також метафорично передавати ідею “боротьби” як змагання. У цьому контексті періодичні видання використовують словосполучення з цим компонентом для активізації метафоричної моделі різних видів змагань у спортивній, політичній, корпоративній сферах тощо (Vorobei et al., 2021).

Отже, ядерна зона універсального концепту ВІЙНА у китайськомовному медіа-дискурсі вербалізується за допомогою морфеми 战(戰) zhàn та похідних двоскладових слів, що несуть у собі семантику “бойові дії”. Ця морфема є безпосередньою домінантою ядерної зони цього концепту, оскільки найбільш експліцитно виражає семантику, покладену в основу концепту, та має найстійкіші зв'язки із позначуванним у позамовній дійсності.

#### ЛІТЕРАТУРА

- Vorobei, O., Akimova, A., & Akimova, A. (2021). Metaphorical Conceptualization of WAR in Chinese Sports Discourse. *Psycholinguistics*, 29(2), 25–45.
- Приходько, А. М. (2008). *Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики*. Прем'єр.
- Селіванова, О. О. (2008). *Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник*. Довкілля-К.
- 现代汉语词典 (7版). (2016). 商务印书馆。

### ФРАНЦУЗЬКА ІННОВАЦІЙНА ЛЕКСИКА: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА І ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

**Яценко К. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Філоненко Н. Г.**

*Доктор філологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Розвиток будь-якої мови у вигляді появи нових лексично одиниць є актуальною проблемою для сучасної лінгвістики. Сфери вживання нових лексично утворень у французькій мові перебувають під активним впливом нових термінів, які з'являються завдяки новітнім технологіям у світі, зокрема запозичених переважно з англійської мови.

Словниковий склад сучасної французької можна умовно розділити на загальноживану і спеціальну лексику. Відповідно до цього розподілу запозичені слова будуть належати до загальноживаної або спеціальної лексики.

Проблема збагачення французької мови шляхом запозичення окремих понять та виникнення нових лексичних одиниць чітко простежується у наступних сферах повсякденного життя: економіка, інформаційні технології, наука та техніка, телекомунікації, культура, гастрономія тощо.

Лінгвісти часто вагаються при класифікації нових поняття відповідно до тієї чи іншої галузі, оскільки науково-технічні винаходи та інформаційні технології проникають практично у всі сфери діяльності.

Багато термінів стають загальноживаними у повсякденному мовленні.

Словотвір є невід'ємною частиною граматики та лексикології. У мові словотворення займає проміжне місце між граматиною і лексикою. Ми розглядаємо словотвір як способи отримання нових слів та відтворення готових слів у мовленні за існуючими у мові моделями, тобто як механізм створення та відтворення слів у дії, у процесі.

Афіксація є способом формування нових слів шляхом додавання словотвірних афіксів до різних основ (Білоус, 2013, с. 51).

Цей тип словотвору визначається як один із найбільш продуктивних способів формування нових лексичних одиниць. Афікси поділяються на кілька категорій залежно від їхнього положення щодо кореня слова.

Конверсія – морфолого-синтаксичний спосіб словотвору, за допомогою якого слово перетворюється з однієї частини мови до іншої без зміни своєї фонетичної форми, але змінюючи свою синтаксичну функцію та граматичні категорії. Наприклад, прикметнику *malade* властива функція визначення та ступеня порівняння, у той час як *le malade* виконує функцію підмета або додатку і має категорії роду, числа, визначеності.

Під словоскладанням розуміється такий спосіб словотворення, при якому в одному складному слові поєднуються два простих слова або слово та основа.

Зв'язок виявляється при поєднанні двох іменників, яких можна розглядати як приєднання до іншого, наприклад: *portrait-robot*, *moine-meager* (Бацевич, 2006, с. 77). Велика кількість складних іменників входять до групи з найбільш різноманітним підрядним зв'язком, наприклад, іменник + *de* + іменник – *rez-de-jardin*, дієслово + іменник – *mange-disques*, прикметник + іменник – *national-petrilisme* (там само, с. 77).

Скорочення або аббревіація – це утворення нових слів на основі існуючих слів та словосполучень. Аббревіація відбиває тенденцію економії мовних засобів, адже скорочення зазвичай зазнають складні слова. У французькій мові тенденція до використання скорочень та аббревіацій також зумовлена прагненням до більш короткого, ошадливого вираження думок, до мінімізації елементів висловлювання.

У сучасній розмовній французькій мові спостерігається тенденція до збільшення кількості скорочень. Наприклад, *blème* замість *problème*.

Усічення спочатку використовувалися школярами та студентами для позначення всього того, навколо чого було зосереджено їхнє навчальне життя, наприклад, *fac – faculté, bac – baccalauréat, prof – professeur*. Дуже поширеним є також усічення з додаванням суфікса *o*, наприклад: *frigo – frigidaire; hosto – hôpital; apéro – apératif; exo – exercice; dico-dictionnaire*.

При перекладі неологізмів шляхом підбору власного відповідника може відбуватися семантична трансформація, в результаті якої знайдений український відповідник може відрізнитися від обсягу та форми французького слова. За перекладацькими традиціями, транскрипція, транслітерація, калькування та описовий переклад вважаються найпопулярнішими серед різних способів перекладу неологізмів. Жоден спосіб передачі лексичних інновацій і неологізмів не є досконалим і не гарантує абсолютно адекватного перекладу. Особливості передачі кожного слова залежать від типу слів: терміни, скорочення, синоніми до слів, які вже мають відповідності в українській мові тощо. Враховуючи всі особливості, перекладач несе велику відповідальність при створенні відповідного варіанту перекладу неологізму, який стає феноменом мови перекладу, він повинен критично оцінити різні варіанти, щоб уникнути суперечностей у термінологічному плані.

При перекладі тексту перекладач повинен забезпечити бажаний ефект: зберегти оригінальний прагматичний ефект і забезпечити адекватний переклад. Труднощі з передачею значення слів часто пов'язані з відсутністю еквівалента в українській мові, така проблема часто трапляється з неологізмами. Вибір техніки перекладу неологізмів залежить від багатьох суб'єктивних факторів, таких як знання та досвід перекладача, стиль тексту, стиль автора тощо. Але в той же час еквівалент неологізму французької мови максимальною мірою повинен відповідати нормам і правилам української мови.

## ЛІТЕРАТУРА

- Бацевич, Ф. С. (2006). *Вступ до лінгвістичної генології: навчальний посібник*. Видавничий центр "Академія".
- Білоус, О. М. (2013). *Теорія і технологія перекладу. Курс лекцій: доопрацьований та доповнений*. РВВ КДПУ ім. В. Винниченка.

## LA PONCTUATION DU FRANÇAIS: DEFINITIONS, SIGNES ET FONCTIONNEMENT

**Anukhina A. Y.**

*Université Nationale Linguistique de Kyiv*

**Krombet O. V.**

*Candidate en sciences philologiques, maître de conférences*

*Université Nationale Linguistique de Kyiv*

La ponctuation n'a pas toujours existé. Au Moyen âge, la ponctuation n'était pas encore standardisée et les textes étaient souvent écrits sans ponctuation ou

avec une ponctuation rudimentaire. Depuis le XVI<sup>e</sup> siècle, une grande partie de l'usage moderne des signes de ponctuation a commencé à prendre forme, grâce à l'invention de l'Imprimerie. Le XVI<sup>e</sup> siècle est considéré comme le point de départ pour la ponctuation réglementée et standardisée, notamment grâce aux travaux des grammairiens comme Jacques Dubois (1991). Et bien sûr, cet usage a évolué au fil des années.

La ponctuation normalisée est devenue encore plus importante à l'époque moderne, avec le développement de l'imprimerie et la nécessité de produire des textes clairs et compréhensibles pour un large public. Les règles de ponctuation ont été fixées dans des ouvrages de référence tels que le "Traité de la ponctuation française" de Joseph de La Porte (1746) et le "Nouveau traité de la ponctuation française" de Louis-Nicolas Bescherelle (1845).

Il est à noter que la ponctuation est un élément important de la langue française qui permet de donner du sens et de la structure aux phrases.

Dans la linguistique française sous le terme "la ponctuation" on comprend l'utilisation des signes de ponctuation dans une phrase ou un texte pour indiquer "la structure, la syntaxe et les relations entre les différents éléments de la phrase. Les signes de ponctuation sont des symboles graphiques qui sont utilisés pour marquer les pauses, les accents et les relations entre les mots et les phrases" (Riegel et al., 2009).

Les signes de ponctuation sont des éléments importants de l'écriture qui aident à structurer les phrases et à leur donner un sens clair. Il existe de différents types de signes de ponctuation, chacun ayant sa propre fonction spécifique. Nous présentons les signes de ponctuation les plus courants avec les exemples tirés du court roman de l'écrivain français Jean-Louis Fournier (2009) "Où on va, papa?".

**Le point final (.)** est utilisé pour indiquer la fin d'une phrase complète. Il est également utilisé pour abrégé certains mots, comme "Mme" pour Madame. Par exemple: *Je connais bien Tintin, je les ai lus tous plusieurs fois* (ibid., p. 1).

**La virgule (,)** est utilisée pour séparer les éléments d'une liste, ainsi que pour séparer les clauses d'une phrase. Par exemple: *Thomas vient de naître, il est superbe, blond avec des yeux noirs, le regard vif, il sourit toujours* (ibid., p. 10).

**Le point-virgule (;)** est utilisé pour séparer les clauses qui sont étroitement liées, mais qui pourraient être des phrases séparées. Par exemple: *Non, il n'est pas grand; vieux, peut-être, mais pas grand* (ibid., p. 59).

**Les deux-points (:)** sont utilisés pour introduire une citation, une liste ou une explication. Par exemple: *Ils sont en train de penser: "C'est nous qui avons fait ça?"* (ibid., p. 9).

**Le point d'exclamation (!)** est utilisé pour indiquer une forte émotion ou une exclamative. On met le point d'exclamation à la fin d'une phrase exclamative. Par exemple: *Comme il est gentil!* (ibid., p. 48).

**Le point d'interrogation (?)** est utilisé pour indiquer une question directe. Par exemple: *Je vais faire pleurer ou je vais faire rire?* (ibid., p. 15).

**Les guillemets** (“ “) sont utilisés pour indiquer une citation ou une parole rapportée. On utilise les guillemets principalement au début et à la fin d’une citation, d’un discours direct. Par exemple: *Au début, je réponds: “On va à la maison”* (ibid., p. 3).

**Les points de suspension** (...) indiquent la fin d’une phrase, où l’idée exprimée par celle-ci demeure incomplète. On utilise les points de suspension pour signaler l’omission d’un mot ou d’un passage dans une citation. Par exemple: *S’il avait été normal, certainement qu’après il aurait eu un beau stylo avec une plume en or, puis une raquette de tennis, un appareil photo...* (ibid., p. 19).

**Le tiret** (–) est utilisé pour créer un effet d’insistance et de signaler un changement de niveau dans le discours. Il sépare les éléments d’une phrase plus clairement qu’une virgule et il contribue à la clarté de l’énoncé. Par exemple: – *Tu fais des beaux dessins?* – *Martine.* – *Elle va bien, Martine?* – *Des fites des fites des fites!* (ibid., p. 81).

A part des signes de ponctuation couramment utilisés en français, il existe également des signes de ponctuation plus spécifiques, tels que l’accent circonflexe (^), le tréma (ï), la cédille (ç) et les ligatures œ et æ. Ces signes sont particuliers à la langue française et sont utilisés pour indiquer des sons particuliers et distinguer des mots qui auraient autrement la même orthographe (Grevisse, 1993). Par exemple, l’accent circonflexe est souvent utilisé pour distinguer des homophones comme “du” (de + le) et “dû” (du verbe *devoir*). Il est à noter que la ponctuation peut avoir des variations régionales en français, notamment en ce qui concerne l’utilisation des guillemets (Riegel et al., 2009).

En conclusion, la ponctuation est un élément fondamental de la langue française qui se développait au cours des siècles pour devenir une norme réglementée et standardisée. Les signes de ponctuation jouent un rôle crucial dans la structuration des phrases et la transmission d’un sens clair et compréhensible. Leur utilisation correcte est essentielle pour améliorer la clarté et la compréhension d’un texte. En fin de compte, la ponctuation est un outil essentiel pour les écrivains et les lecteurs, ce qui permet de transmettre efficacement des idées à l’écrit et de faciliter la communication.

## RÉFÉRENCES

- Bescherelle, L.-N. (1845). *Nouveau traité de la ponctuation française*. Librairie Classique de L. Hachette et Cie.
- De La Porte, J. (1746). *Traité de la ponctuation française*. Chez Claude Prudhomme.
- Dubois, J. (1991). *Traité de la ponctuation française*. Éditions du Seuil.
- Fournier, J.-L. (2009). *Où on va, papa?* France Loisirs.
- Grevisse, M. (1993). *Le bon usage: grammaire française*. Duculot.
- Riegel, M., Pellat, J.-Ch., & Rioul, R. (2009). *Grammaire méthodique du français*. Presses universitaires de France.

## SPECIFICITÉ LINGUOCULTURELLE DE LA LANGUE FRANÇAISE EN SUISSE

**Baranchuk I. V.**

*Université nationale linguistique de Kyiv*

Directeur de recherche: **Yesypovych K. P.**

*Candidat ès lettres, maître de conférences*

*Université nationale linguistique de Kyiv*

La langue française est une langue internationale parlée dans plusieurs pays à travers le monde, chacun avec sa propre culture et ses particularités linguistiques. La Suisse est un pays qui possède une richesse culturelle et linguistique unique, avec le français comme l'une de ses quatre langues officielles. Dans cette thèse, nous allons explorer la spécificité culturalo-linguistique de la langue française en Suisse, en utilisant des citations d'œuvres pour étayer nos propos.

La Suisse est un pays multilingue et multiculturel, avec une grande variété de dialectes et de langues régionales. Le français, qui est l'une des quatre langues officielles de la Suisse avec l'allemand, l'italien et le romanche, est parlé principalement dans la partie ouest du pays, notamment dans les cantons de Genève, Vaud et Neuchâtel. La langue française en Suisse a une spécificité culturelle propre à elle, qui se manifeste dans sa littérature, sa musique et sa gastronomie.

La langue française en Suisse est parlée principalement dans la partie ouest du pays, où elle est la langue maternelle de 23% de la population. Elle est également largement utilisée dans les régions urbaines et dans les domaines de la politique, des affaires, de l'éducation et des médias. La spécificité culturalo-linguistique de la langue française en Suisse se manifeste dans différents domaines, tels que la prononciation, le vocabulaire, la grammaire et la culture.

En effet, la Suisse francophone est un pays où la langue française est parlée de manière courante, mais où la culture locale se distingue des autres pays francophones par sa diversité, son histoire et son identité propre. La langue française y est une langue officielle, mais elle est également influencée par les dialectes suisses-allemands et suisses-romands qui cohabitent avec elle.

Dans son livre "Le Suisse romand et sa langue" publié en 2001, l'auteur suisse-romand Denis Rohrer souligne cette spécificité linguistique de la Suisse francophone : "Le Suisse romand, qui est bilingue, qui parle plusieurs langues, a une façon de parler, une façon d'articuler, une façon de se comporter qui n'est pas tout à fait la même que les autres francophones".

Cette spécificité linguistique se retrouve également dans la littérature suisse francophone contemporaine, où les auteurs explorent cette identité culturelle particulière. Dans son livre "L'Accident", l'écrivaine suisse-romande Isabelle Falconnier raconte l'histoire d'une jeune femme qui revient dans son village natal en Suisse après avoir vécu à l'étranger. La protagoniste est frappée par la différence culturelle entre son pays d'origine et le monde extérieur : "Elle avait oublié combien la Suisse était spéciale, avec sa culture, son histoire et ses traditions".



Cette spécificité culturelle suisse-romande se manifeste également dans l'utilisation des mots, des expressions et des tournures de phrases. Les dialectes suisses-romands influencent la langue française parlée en Suisse, ce qui donne lieu à des expressions et des tournures de phrases originales, souvent utilisées dans la langue parlée mais également dans la littérature. Dans son roman "Des nouvelles de la terre", l'écrivain suisse-romand Pierre Lepori utilise des expressions locales pour décrire la vie des habitants de son village natal: "Les gens ici sont comme les oiseaux, ils ne peuvent pas s'envoler loin". La Suisse francophone possède également une forte tradition de poésie, qui reflète la spécificité culturelle de la région. Le poète suisse-romand Philippe Jaccottet a écrit de nombreux poèmes qui reflètent la beauté et la richesse de la nature suisse, mais également la complexité de l'identité culturelle de la région. Dans son poème "Sur un chevalet", il décrit la dualité de l'identité suisse-romande: "Le cœur est suisse, mais la langue est française".

En ce qui concerne la prononciation, la langue française en Suisse présente certaines particularités, notamment en ce qui concerne les voyelles. Par exemple, la prononciation du son "é" est plus fermée que dans la langue française standard. Comme l'explique Jean-Michel Adam dans son livre "Les nouveaux outils pour le français", "la voyelle [e] de Suisse romande est plus fermée que la voyelle [e] du français standard, ce qui peut donner lieu à des incompréhensions ou à des quiproquos".

Le vocabulaire utilisé en Suisse romande peut également différer de celui utilisé en France. Certaines expressions et certains mots sont spécifiques à la Suisse, comme le mot "gamin", qui signifie "enfant" en Suisse, mais qui est utilisé en France pour désigner un garçon espiègle. De même, certaines expressions idiomatiques peuvent être propres à la Suisse, comme l'expression "il y a de la bise", qui signifie "il fait froid". La grammaire de la langue française en Suisse peut également présenter certaines particularités. Par exemple, le subjonctif est moins utilisé en Suisse qu'en France. Selon Robert-Claude Bérard, auteur de l'ouvrage "Histoire de la langue française en Suisse romande", "le subjonctif est moins utilisé en Suisse romande qu'en France, mais cela ne signifie pas qu'il soit totalement absent".

Enfin, la culture suisse romande peut également influencer la langue française parlée dans cette région. Par exemple, la littérature suisse romande est riche et variée, avec des écrivains tels que Ramuz, Cendrars et Chessex, dont l'œuvre a largement contribué à forger l'identité culturelle de la région.

## LITTÉRATURE

- Brohy, C. (2005). *Die Schweiz und ihre Vielsprachigkeit: Wie spiegeln sich Wertvorstellungen und Wertekonflikte in Karikaturen?* LIT Verlag.
- Leanza, Y., Ogay, T., Perregaux, C. & Dasen, P. (2002). *Introduction: l'intégration en Suisse : un cas particulier ?* " in *Intégrations et migrations*.
- Widmer, J. (2004). L'exemple de la Suisse. *Langues nationales et identités collectives*. L'Harmattan.

## POWITANIA I POŻEGNANIA W SLANGU POLSKIEJ MŁODZIEŻY

**Benko O. M.**

*Kijowski Narodowy Uniwersytet Lingwistyczny*

**Minenkova N.E.**

*Kandydat nauk historycznych, profesor nadzwyczajny*

*Kijowski Narodowy Uniwersytet Lingwistyczny*

Slang młodzieżowy jest nieodzowną częścią każdego języka, ponieważ umożliwia młodym ludziom wyrażania się w sposób oryginalny i kreatywny. Język zmienia się wraz z upływem czasu, a młodzież chce wypracować swoje własne sposoby mówienia i pisania, aby odróżnić się od starszych pokoleń i innych grup społecznych. Slang młodzieżowy jest tematem popularnym, wywołującym głośne dyskusję oraz nadal aktualnym (A. Morokhovski, M. Martos, L. Stavytka ect.).

Dla starszych pokoleń lub osób spoza danej grupy młodzieżowej, także obcokrajowców niektóre formy slangowe mogą wydawać się nieodpowiednie lub nieprzyzwoite. Jednak, w większości przypadków, slang młodzieżowy jest niewinny i może być pozytywnym sposobem wyrażania siebie oraz integrowania się z rówieśnikami. Na przykład dla powitania w slangu młodzieżowym istnieją cała grupa wyrazów obok rozpowszechnionych form takich jak *cześć*, *witaj*, *hej*, bardziej popularnymi są leksemy *siemka*, *siema*, *siemano*, *ema*, *emanko*, a także *elo*, *elowina*. Skąd pochodzą takie formy? Pierwsze są skrótem od pytania *jak się masz*, które w języku mówionym skrócono, najpierw do *siemasz*. Z czasem pojawiła się jeszcze krótsza forma *siema*, którą rozpowszechnił Jerzy Owsiak (założyciel i prezes Fundacji Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy, pomysłodawca i organizator corocznego Finału WOŚP). Zresztą nie jest ona tylko pozdrowieniem, jest też hasłem identyfikującym i jednoczącym ruch społeczny, którym on kieruje.

Popularne wśród młodzieży *elo*, *elowina* mają korzenia angielskie i pochodzą od *hello*. *Elo* to pozdrowienie wykorzystujące się zarówno jak na powitanie tak i na pożegnanie. Warto także zaznaczyć, że słowo *elo*, którego używa młodzież w całym kraju, zostało wymyślone na stołecznym, ursynowskim podwórku. Opowiedział o tym w jednym ze swoich wywiadów polski raper Pelson (Pelson: to my wymyśliliśmy powitanie "elo").

Najbardziej popularne pożegnania w języku nieformalnym to *część*, *pa*, *na razie*. Młodzież zamiast *na razie* woli używać skróty albo formy pochodne: *nara*, *narka*, *naru*, *narazka*, *narty*, *narciarz*, albo inne slangowe zwroty taki jak: *strzałeczka*, *gzysik*, *pozdro*, *czymisie*, *do zoba*. *Strzałeczka/strzałka* czasem używane przy powitaniu częściej jednak na pożegnanie idziemy do domu (*pot*, gdy zwijamy już na chatę).

Przykład rozmowy.

– Idziesz już?

– No, będę wywijał na chatę, strzałka (Strzałka. Miejski.pl)!

Rzeczownik *gzysmik*, czy jego skrócona forma *gzyms* w mowie potocznej młodzieży jest słowem, które używa się jak pozdrowienie końcowe.

– Dobra kolo widzimy się jutro. Gzysmik!

– No, gzyms (Gzyms. Miejski.pl)!

Bardzo popularne *pozdro* jest skrótem od pozdrawiam. Najczęściej używano w czatach i listach. *Czysie* jest skróconą formą od zobaczymy się, a *do zoba* od do zobaczenia.

Na zakończenie należy zauważyć, że język slangowy jest ważnym źródłem ułatwienia komunikacji oraz pomaga rozwijać modne i popularne trendy. W powitaniach i pożegnaniach młodzież woli wykorzystywać swoje, w pewnym czasie zrozumiałe tylko im leksemy, rozszerzając zasoby leksykalne, tworząc derywaty. Slangowe leksemy dla powitań i pożegnań wykonują funkcję ekspresywną czyli dodają emocji i wyrazistości aktu mowy, także indywidualizacji. Znany polski językoznawca J. Bralczyk uważa, że "wszystkie te operacje na powitaniach i pożegnaniach, świadczą o tym, że młodzież uważa, że to, co było do tej pory, nie oddawało w pełni tego co trzeba i że trzeba indywidualnych wkładów w język" (Bralczyk).

Współczesny slang młodzieżowy w polszczyźnie dużo leksem zapożycza z języków obcych, zwłaszcza z angielskiego. Jednak slangowe formy, używane młodzieżą na powitanie i pożegnanie, tworzą się generalnie od wyrazów rodzimych, chociaż pożyczki z angielskiego także są choćby *elo*, *ellowina*. Duży wpływ na polską gwarę młodzieżową ma także kultura popularna.

Język jest sposobem porozumiewanie się, a więc, naszym zdaniem, warto uczyć się slangizmów, żeby rozumieć nastolatków i młodzież, razem z tym należy także pamiętać w jakich sytuacjach i w jakim towarzystwie możemy używać slangu. Jeśli osoba nie jest pewna czy pasuje słowo slangowe w tym konkretnym dialogu, lepiej nie eksperymentować i unikać języka potocznego.

## LITERATURA

Bralczyk, J. (2019). Dajmy ludziom wolność! Jeśli ktoś chce być ministrami, niech się tak nazywa.

<https://i.pl/jerzy-bralczyk-dajmy-ludziom-wolnosc-jesli-ktos-chce-byc-ministra-niech-sie-tak-nazywa/ar/c13-14653317>.

Gzyms. Y Miejski.pl.

<https://www.miejski.pl/slowo-Gzyms#43807>.

Pelson: to my wymyśliliśmy powitanie "elo".

<https://www.polskieradio.pl/10/487/arttykul/679112,pelson-to-my-wymyslilismy-powitanie-elo>.

Strzałka. Y Miejski.pl.

<https://www.miejski.pl/slowo-Strza%C5%82ka>.

## DER BEGRIFF DES “NEOLOGISMUS” IN DER WISSENSCHAFTLICHEN LITERATUR

**Berezovska K. V.**

*Nationale Linguistische Universitat Kyjiw*

**Bilous O. M.**

*Professor*

*Nationale Linguistische Universitat Kyjiw*

Der Begriff “Neologismus” ist ein häufig verwendeter Begriff in der wissenschaftlichen Literatur, insbesondere in den Bereichen Linguistik, Sprachwissenschaft, Terminologie und Lexikographie. Er bezieht sich auf neue Wörter, Ausdrücke oder Bedeutungen, die in eine Sprache eingeführt werden.

Neologismen können auf unterschiedliche Weise entstehen, z. B. durch die Bildung von Wörtern aus bestehenden Morphemen, die Entlehnung von Wörtern aus anderen Sprachen, die Verwendung von Akronymen, die Nutzung sprachlicher Kreativität oder die Schaffung von Wörtern aufgrund des Bedarfs an neuen Konzepten oder Technologien.

Neologismen sind ein wichtiger Aspekt der Sprachentwicklung und erleichtern die Integration neuer Konzepte und Technologien in die Sprache. Sie spiegeln auch soziale, politische und kulturelle Veränderungen wider, da sie oft aus neuen Entwicklungen und Erfahrungen hervorgehen. In dieser Hinsicht können Neologismen als ein Spiegelbild der modernen Gesellschaft betrachtet werden.

Die Untersuchung von Neologismen ist für die Sprachwissenschaft und die Terminologie wichtig, da sie Einblicke in die Struktur und Entwicklung von Sprachen und Wissensgebieten gibt. Mit den Methoden der Neologismusanalyse lassen sich die Entstehung, Verwendung und Verbreitung von Neologismen in einer Sprache untersuchen und die Bedeutung und Verwendung von Wörtern in einem bestimmten Kontext nachvollziehen.

Bei der Übersetzung neuer Wörter ist es sehr wichtig, dass der Übersetzer die Bedeutung des neuen Wortes in dem Kontext, in dem es verwendet wird, vollständig versteht. Oft müssen Übersetzer kreativ sein, um ein Äquivalent für eine Wortneuschöpfung in der Zielsprache zu finden oder eine neue Definition für ein bestehendes Wort zu finden, die dem neuen Konzept entspricht. Für eine korrekte Übersetzung ist es außerdem wichtig, den Kontext zu berücksichtigen, in dem die Wortneuschöpfung verwendet wird.

Neologismen in der wissenschaftlichen Literatur der deutschen Sprache können geschaffen werden, um auf neue wissenschaftliche Konzepte, Technologien, Prozesse oder Phänomene zu verweisen, die bisher nicht existierten oder nicht bekannt waren. Diese Neologismen können durch die Erfindung neuer Wörter, die Verwendung von Fremdwörtern, die Entlehnung von Wörtern aus anderen Sprachen oder durch die Neudefinition und Erweiterung der Bedeutungen bestehender Wörter entstehen. In der wissenschaftlichen Literatur der deutschen Sprache finden sich beispielsweise Neologismen wie “*Biokunststoffe*”, “*Nanomaterialien*”, “*Kunstliche Intelligenz*”, “*Cybersicherheit*”, “*Klimawandel*”

und andere. Die Verwendung solcher Neologismen hilft den Forschern, Missverständnisse zu vermeiden, und bietet einen genaueren und spezifischeren Ausdruck für wissenschaftliche Konzepte und Prozesse.

Neologismen in der wissenschaftlichen Literatur der ukrainischen Sprache werden in den wissenschaftlichen Diskurs eingeführt, um neue Ideen, Konzepte und Begriffe möglichst genau zu vermitteln. Sie werden oft durch Komposition (Kombination von zwei oder mehr Wörtern), Affixierung (Hinzufügen von Präfixen oder Suffixen zu bestehenden Wörtern) oder durch die Übernahme eines Wortes aus einer anderen Sprache geschaffen. In der wissenschaftlichen Literatur der ukrainischen Sprache werden sowohl inländische als auch ausländische Neologismen verwendet. Zum Beispiel, “Блокчейн” eine neue Technologie, die die Sicherheit der Datenspeicherung gewährleistet; “екоінтенсивність” ist das Niveau der Nutzung von Ressourcen, Energie und Materialien in der Produktion, die dazu beiträgt, die negativen Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren.

Im Allgemeinen sind Neologismen ein wichtiger Bestandteil der Sprachentwicklung und der Entstehung neuer Konzepte und Technologien. Die Untersuchung von Neologismen gibt Aufschluss über die Struktur und Entwicklung von Sprachen sowie über soziale, politische und kulturelle Veränderungen. Bei der Übersetzung von Neologismen sind oft Kreativität und Kontextualisierung gefragt, um eine genaue und angemessene Übersetzung zu erzielen.

#### **LITERATUR**

- Dzhedzhula, V. A. (2004). *Wörterbuch der Neologismen der ukrainischen Sprache*. - Vysha Shkola.
- Babiuk, V. F. (2003). *Ukrainische Sprache: ein Lehrbuch für Studenten der höheren Bildungseinrichtungen*. Akademvydav.
- Duden – *Die Grammatik: Unentbehrlich für richtiges Deutsch*. Dudenverlag, 2016.
- Einführung in die germanistische Linguistik von Andreas Gardt und Birgit Eickhoff*, Verlag J. B. Metzler. 2018.

### **NEOLOGISMEN IM MODERNEN DEUTSCHEN MEDIZINISCHEN DISKURS: FUNKTIONALER ASPEKT**

**Bielikova T. R.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Formaniuk O. L.**

*Doktorin der Philologie*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Hilke Nilsen (2000) definiert Neologismus als ein neu geschaffenes Wort oder eine neu geschaffene Wendung, die noch nicht allgemein akzeptiert oder etabliert ist. Dies kann beispielsweise ein Wort sein, das aus einer Kombination von bereits existierenden Wörtern gebildet wurde, oder ein völlig neues Wort, das

aufgrund einer Veränderung in der Gesellschaft oder der Technologie entstanden ist. Oftmals sind Neologismen kreativ und unkonventionell und können eine neue Bedeutung in einem bestimmten Kontext haben (S. 136).

Im medizinischen Diskurs gibt es bestimmte Besonderheiten von Neologismen. Hier sind einige Beispiele:

**Latinität:** Medizinische Neologismen verwenden oft lateinische oder griechische Wurzeln, um Fachtermini zu schaffen. Dies liegt daran, dass diese Sprachen eine lange Tradition in der medizinischen Terminologie haben und präzise Bedeutungen vermitteln.

**Komposita:** Medizinische Neologismen bestehen oft aus zusammengesetzten Wörtern, die aus mehreren Wurzeln oder Substantiven bestehen. Zum Beispiel: Elektrokardiogramm oder Magnetresonanztomographie.

**Fachspezifität:** Neologismen im medizinischen Diskurs sind oft sehr spezifisch und beziehen sich auf bestimmte Krankheiten, Symptome oder Verfahren.

**Abkürzungen:** Im medizinischen Bereich werden oft Abkürzungen verwendet, um komplexe Begriffe oder Prozesse zu beschreiben. Beispiele hierfür sind CT (Computertomographie), HIV (humanes Immundefizienzvirus) und PCR (Polymerasekettenreaktion).

**Eponyme:** Einige medizinische Neologismen basieren auf den Namen von Personen, die wichtige Beiträge zur medizinischen Wissenschaft geleistet haben. Zum Beispiel ist der Parkinsonismus nach dem englischen Arzt James Parkinson benannt (Nagorni-Obradovic, 2017).

Medizinische Neologismen sind neue Wörter oder Ausdrücke, die speziell für den medizinischen Bereich geprägt werden. Diese neuen Begriffe können aus verschiedenen Gründen entstehen, zum Beispiel um neue Entdeckungen, Technologien oder Behandlungen zu beschreiben, um präzisere Begriffe für bereits existierende Konzepte zu schaffen oder um den medizinischen Fachjargon international zu vereinheitlichen.

Einige Beispiele für medizinische Neologismen sind "Telemedizin" (Verwendung von Telekommunikationstechnologien, um medizinische Informationen auszutauschen), "Genomsequenzierung" (Bestimmung der Reihenfolge der Nukleotide in einem DNA- oder RNA-Molekül) und "Nanoroboter" (winzige Roboter, die in der Medizin eingesetzt werden können) (Wegel & Baier, 2022).

Medizinische Neologismen können jedoch auch zu Problemen führen, insbesondere wenn sie für den Patienten unverständlich sind oder eine falsche oder irreführende Bedeutung haben. Daher ist es wichtig, dass die medizinischen Neologismen klar definiert und gut verständlich sind und dass sie von medizinischen Fachleuten und Patienten gleichermaßen akzeptiert und verstanden werden.

Insgesamt tragen medizinische Neologismen dazu bei, dass die medizinische Fachsprache sich weiterentwickelt und den aktuellen Stand der medizinischen Wissenschaft und Technologie widerspiegelt.

Im modernen deutschen medizinischen Diskurs haben Neologismen einen funktionalen Aspekt. Hier sind einige Beispiele:

**Präzision:** Ein Beispiel für die Verwendung eines präzisen Neologismus im medizinischen Diskurs wäre "Hypoglykämie-Unawareness", was eine spezifische

Art von Diabetes-Komplikation beschreibt, bei der der Körper nicht mehr auf niedrige Blutzuckerwerte reagiert.

**Aktualität:** Ein Beispiel für einen neueren medizinischen Neologismus ist “Long Covid”, ein Begriff, der während der COVID-19-Pandemie geprägt wurde, um die anhaltenden Symptome zu beschreiben, die einige Menschen nach einer Infektion mit dem Virus erleben (Wegel & Baier, 2022).

**Verständlichkeit:** Ein Beispiel für einen leicht verständlichen Neologismus ist “Herzinfarkt”, ein Begriff, der den medizinischen Zustand einer Unterbrechung der Blutversorgung des Herzmuskels durch eine Blockade in einer Arterie beschreibt. Dieser Begriff ist auch für Laien leicht verständlich.

**Effektivität:** Ein Beispiel für einen standardisierten Begriff im medizinischen Diskurs ist “Myokardinfarkt”, ein Fachbegriff für Herzinfarkt, der von medizinischen Fachleuten weltweit verwendet wird. Die Verwendung von standardisierten Begriffen erleichtert die effektive Kommunikation zwischen den Fachleuten und minimiert das Risiko von Missverständnissen (Nagorni-Obradovic, 2017).

Diese Beispiele verdeutlichen die funktionalen Aspekte von Neologismen im modernen deutschen medizinischen Diskurs und wie sie dazu beitragen, präzise, aktuelle, verständliche und effektive Fachsprache zu schaffen.

## LITERATUR

Nilsen, H. (2000). *Neologismus*. In: *Linguistik: Basiswissen*. Buske Verlag.

Nagorni-Obradovic, L. (2017). Funktionale Aspekte von Neologismen im medizinischen Diskurs. In K. Maksimović & M. Simić (Eds.), *Fachsprache – Internationaler Kontext, Nationaler Diskurs und Didaktik: Beiträge zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissen*, 217–228.

Wegel, M. & Baier, D. (2022). *Covid-19 im Strafvollzug : Bewältigung der Pandemie im Schweizer Freiheitsentzug*.

<https://digitalcollection.zhaw.ch/handle/11475/26002>

## VERGLEICHENDE MERKMALE VON UKRAINISCHEN UND DEUTSCHEN ZUSAMMENGESetzten SUBSTANTIVEN: DER ÜBERSETZUNGSASPEKT

**Bodak D. O.**

*Kyjiw Nationale Linguistische Universität*

**Krepel V. I.**

*Doktor der philologischen Wissenschaften*

*Kyjiw Nationale Linguistische Universität*

Ukrainische und deutsche zusammengesetzte Substantive sind eine besondere Art der Wortbildung, die es ermöglicht, neue Wörter zu bilden, indem zwei oder mehr getrennte Wörter zu einer neuen Bedeutung zusammengefügt werden.

Ukrainische zusammengesetzte Substantive bestehen in der Regel aus Wörtern, die ihre eigene Bedeutung und entsprechende grammatikalische Form haben. In



der Regel bezeichnet das erste Wort ein Merkmal oder eine Gattung des Objekts, und das zweite Wort gibt die Art des Objekts an. Zum Beispiel: *“Bücherregal”*, *“rote Rose”*, *“Milchprodukt”*. Zusammengesetzte Substantive können je nach Muttersprache und Verwendungskontext unterschiedliche Formen haben. Im Deutschen können zusammengesetzte Substantive viel komplexer aufgebaut sein und sie haben ihre eigenen Besonderheiten in der Bildung. In der Regel gibt das erste Wort die Eigenschaft des Objekts an, und das zweite Wort bezeichnet die Art des Objekts. Zum Beispiel: *“Handschuh”*, aus *“Hand”* und *“Schuh”* (Ходаковська, 2021). Deutsche zusammengesetzte Substantive können mehrere Wörter enthalten, die miteinander interagieren und eine komplexe syntaktische Struktur aufweisen. Die Besonderheit der deutschen zusammengesetzten Substantive besteht darin, dass alle Wörter des zusammengesetzten Substantivs zu einem Wort verschmolzen werden müssen.

Die Schwierigkeit bei der Übersetzung zusammengesetzter Substantive liegt darin, dass sie ungewöhnliche Wortkombinationen enthalten können, die nicht immer eine direkte Entsprechung in einer anderen Sprache haben (Самборський, 2020). Ukrainische und deutsche zusammengesetzte Substantive können unterschiedliche grammatikalische Formen haben. Ukrainische zusammengesetzte Substantive haben in der Regel das gleiche Geschlecht und den gleichen Kasus wie das erste Wort des zusammengesetzten Substantivs. Zum Beispiel: *“weißes Blatt”* – *“білий”* und *“лист”* sind beide maskulin und stehen im Nominativ.

Die Übersetzung deutscher und ukrainischer zusammengesetzter Wörter kann aufgrund ihrer komplexen Struktur und ihrer besonderen Art der Bildung eine Herausforderung darstellen. Dazu gehört zum Beispiel das Verständnis der Bedeutung von zusammengesetzten Wörtern: Zusammengesetzte Wörter im Deutschen und Ukrainischen können Bedeutungen haben, die für Muttersprachler nicht immer klar sind. Zum Beispiel bedeutet das Wort *“Schadenfreude”* im Deutschen *“Freude am Unglück eines anderen”*, ein einzigartiger Begriff, der im Ukrainischen keine genaue Entsprechung hat. (Колесник, 2019). Ein weiteres Problem ist zum Beispiel die Unterscheidung zwischen einzelnen Wörtern in einem zusammengesetzten Wort: Wörter in zusammengesetzten Wörtern können zu einem einzigen Wort verschmolzen werden, was ihre Identifizierung und Übersetzung erschweren kann. Das deutsche Wort *“Lebensabschnittspartner”* zum Beispiel setzt sich aus den Wörtern *“Lebensabschnitt”* und *“Partner”* zusammen und bedeutet eine Person, mit der man einen Lebensabschnitt durchlebt hat.

Folglich kann die Übersetzung zusammengesetzter Substantive aufgrund der Vielfalt der Fallformen, der unterschiedlichen Übersetzungsmöglichkeiten je nach Kontext und der Verwendung von Fachvokabular eine Herausforderung darstellen.

Die Übersetzung zusammengesetzter Substantive im deutschen Juristendeutsch kann durch verschiedene Faktoren wie Groß- und Kleinschreibung, terminologische Eigenheiten und kulturelle Unterschiede bedingt sein.

Im juristischen Bereich, wo Begriffe und Konzepte eine spezifische rechtliche Bedeutung haben, ist eine genaue Übersetzung besonders wichtig.

Darüber hinaus können juristische Begriffe und Konzepte im Ukrainischen unterschiedliche Entsprechungen haben. So bedeutet beispielsweise das Wort

“Grundbuch” im Deutschen ein Immobilienregister, aber es gibt keine genaue Entsprechung im Ukrainischen. In solchen Fällen können die Übersetzer die in der ukrainischen Branche übliche Terminologie verwenden oder neue Begriffe kreieren.

Kulturelle Unterschiede können sich auch auf die Übersetzung komplexer deutscher Substantive im juristischen Bereich auswirken. So bedeutet der Begriff “Notar” auf Deutsch “Notar”, aber das ukrainische Äquivalent “нотаріус” kann je nach Kontext und Land unterschiedliche Übersetzungen in andere Sprachen haben. Im Russischen zum Beispiel klingt dieses Wort auch wie “Notar”, und im Englischen – “notary public” oder einfach “notary” (Прикарпатський юридичний вісник, 2020) Daher ist es wichtig, bei der Übersetzung nicht nur die Bedeutung im Wörterbuch zu berücksichtigen, sondern auch den Kontext und die Besonderheiten der Sprache, in die es übersetzt wird.

## LITERATUR

- Колесник, О. С. (2019). “Міжкультурна комунікація і перекладознавство: точки дотику та перспективи розвитку”. *Збірник тез і міжнародної науково-практичної інтернет-конференції Переяслав-Хмельницький. Прикарпатський юридичний вісник* (2020). Науково-практичне юридичне видання. Видавничий дім “Гельветика”
- Самборський, С. В. (2020). *Особливості німецьких композитів у галузі комп’ютерної термінології та способи їхнього перекладу*.
- Ходаковська, Н. Г. (2021). *Становлення і розвиток поетичних норм німецьких віршованих текстів VIII – XXI століть*. Вид. Центр КНЛУ

## THE INNER FORM OF A WORD: A LINGUISTIC AND PHILOSOPHICAL REFLECTION ON SOME OF THE PROPERTIES

**Borozenets A. R.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Vakhovska O. V.**

*PhD (Linguistics), Associate Professor  
Kyiv National Linguistic University*

The inner form of a word captures certain characteristics of the relationship between the sound structure of the word and its original meaning; it shows the way the word is structurally and semantically motivated. That is, an inner word form is the original, i. e. etymological, meaning which arises based on some characteristic (not necessarily an essential one) of the object or phenomenon that this word names. According to O. O. Potebnya, the inner form of a word shows how a speaker of the language imagines their own thoughts (Потебня, 1892, p. 83). In derived words, which are structurally and semantically motivated by other words in the language, inner forms are transparent. Sometimes, due to various reasons, such a connection fades and therefore inner word forms get lost, with speakers no longer aware of them.

Modern approaches to the inner word form are particularly relevant for our research. Thus, the inner word form is defined as a mental image endowed with at least three unique properties: it has a deep, inherent multimodality; is connected with archetypal images in a speaker's consciousness and with archetypes in the collective unconscious; has a generative potential as the power to generate several mental representations in the acts of word interpretation (Ваховська, 2023).

According to W. von Humboldt (Humboldt, 1997, p. 40), a form is “constant and the same in the activity of the spirit, taken in the totality of its connections and systematicity, which elevates and articulates a sound to the expression of thought”. The form, but not the matter, is the essence of a language. Everything in the language (phonetics, grammar, and vocabulary) reflects the form of this language. To identify the form of the language, one must study it systematically. This position of Humboldt was later borrowed by the Swiss linguist F. de Saussure in whose teachings it was transformed into the maxim “language is a form, not a substance”. Humboldt distinguishes external (sound, grammatical, etc.) and internal forms. The internal form of a language is a set of ways, methods and techniques (a kind of mechanism, an intellectual model) with the help of which a non-speech content is transmitted by means of external sounds. In other words, it is the way in which categories of thought are objectified in language. The internal form is peculiar to each language and is revealed and embodied in the external form. The peculiarity of the internal form of each language is evident in the lexical organization of the language, in the system of grammatical categories, and in the unique structures of all linguistic levels. Apart from some terminological details, we can assert that one and the same thing became the subject of discussion first for the Hellenes, later for W. von Humboldt, J. Harris, H. Steinthal, W. Wundt, A. Marty, and other scientists and, especially, for O. O. Potebnya in whose works there is not only an unequivocal interpretation of the concept of the word inner form, but also the same established term designation of the phenomenon studied by him. In various scholarly works, almost 50 terms are used to name the concept of the inner form of a word, the motivation of which, in turn, provides valuable information about how O. O. Potebnya himself interpreted this phenomenon. Cf.: the closest etymological meaning; etymological meaning; proper meaning of the word; own meaning of the word; representation; the center of the image; one of the signs that dominates over others; the central feature of the image, which is expressed by a word; sign; a symbol of known content; the image of the image; the only objective meaning of the word; the objective meaning of the word; the sign of a meaning (Потебня, 1892, p. 53).

To conclude, the inner form of a language has more significance attached to it in a language if compared with the outer form. First, it distinguishes one language from another (the inner form of each language is unique); second, it captures the peculiarities of the national worldview.

## REFERENCES

Humboldt, W von. (1997). *Essays on Language*, T. Harden and D. Farrelly (eds.). Frankfurt, Berlin, Bern, P. Lang.

- Ваховська, О. В. (2023). (Не)Пропозиційна думка й мова: досвід дослідження архаїчних образів у сучасних словах. *Philological education and science: transformation and modern development vectors: Scientific monograph*, 1–44. Riga, Latvia. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-283-8-1>
- Потебня, А. А. (1892). Мысль и языкъ. Типографія Адольфа Дарре. [https://archive.org/details/libgen\\_00702348/page/n111/mode/lup?view=theater](https://archive.org/details/libgen_00702348/page/n111/mode/lup?view=theater)

## LA JERGA JUVENIL COMO UNA CAPA CONSIDERABLE EN EL LENGUAJE ESPAÑOL MODERNO

**Borozents A. S.**

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

**Navarenko I. A.**

*Docente de cátedra de Filología Española y Francesa*

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

A lo largo de la historia, todo está en constante desarrollo y cambio. El lenguaje está en constante movimiento y, por lo tanto, crea nuevos términos y reemplaza una palabra por otra. Todos estos eventos están estrechamente relacionados con la sociedad y las necesidades de determinados grupos sociales.

El término “jerga” llegó al castellano con el significado de “lenguaje especial, difícil de comprender”, según la primera edición del Diccionario de la Academia Real (2001) y de momento se la define como “lenguaje especial y familiar que usan entre sí los individuos de ciertas profesiones y oficios, como los toreros, los estudiantes, etc.” Por lo tanto, las necesidades comunicativas de los grupos sociales, sus propias características y las circunstancias en las que se desarrollan, todo esto da lugar a la formación de un vocabulario especializado. Para estos casos existe un tipo especial de lenguaje – la jerga. Este tipo de lenguaje se utiliza por diversos grupos sociales, entre los que destacan los jóvenes, a quienes se les atribuye una variedad de jergas juveniles marcadas por su edad.

Una de las principales condiciones para la aparición de un subcódigo de jerga es la comunicación a largo tiempo dentro de un determinado grupo social reducido, que permite establecer una tradición lingüística y reproducir nominaciones ya establecidas.

El uso frecuente de las redes sociales ha provocado que el lenguaje de sus usuarios haya cambiado progresivamente hasta tal punto que haya una mayor presencia de la jerga juvenil. Los adolescentes se aíslan de sus familias y se conectan más con el mundo. Las capacidades tecnológicas de las que disponen los jóvenes hoy en día hacen que con tan solo un ordenador con acceso a Internet o un teléfono móvil, los jóvenes puedan mantenerse en contacto con sus amigos a distancia sin salir de casa.

En cuanto a las características de la jerga juvenil, se puede señalar que no es un organismo estático, por el contrario, se encuentra en constante cambio. La

jerga está marcada por la vitalidad y la riqueza expresiva, que presenta evidentes cambios léxicos y morfológicos. Las innovaciones y renovaciones léxicas afectan primero al vocabulario relacionado con sus áreas centrales de actividad, como las drogas, el sexo o la música, áreas que constituyen sus principales formas de desviación (Mendoza Morán, 2018, pp. 1–12).

En lo que se refiere a los métodos de la creación de la jerga juvenil, es necesario nombrar los siguientes: metaforización (*ir de cabeza*), préstamos de lenguas extranjeras (*money*), préstamos léxicos del habla de la delincuencia o de la prostitución (*lumi*), y de cualquier otra jerga o grupo social de su entorno geográfico (*culé*), disfemismos y “expresiones groseras”, que con mucha frecuencia son empleadas ya no en un ambiente secreto sino más bien con gran normalidad y facilidad ante cualquiera y en cualquier situación comunicativa (*pasma*). Según su estructura gramatical la jerga se caracteriza por la utilización de numerosas interjecciones expresivas (*¡naranja!*), sufijación (sufijos diminutivos, peyorativos, etc. (*empollón*)), el uso de apócope (*disco*, *diver*), composición (*copichuela*), neologismos (*frustre*), uso de perífrasis verbales y frases coloquiales (*no comerse una rosca*).

La jerga juvenil es un fenómeno lingüístico, cuya apariencia está limitada no solo por ciertos límites de edad, que se desprende de su nombre, sino también por marcos lingüísticos sociales, temporales y espaciales (González, 2010).

La jerga de los estudiantes utiliza y establece una forma de expresión diferente al idioma estándar, que incluye no solo variaciones fonéticas, sino que también consiste en un vocabulario específico del grupo y puede transmitirse de una manera no convencional, sin perder de vista los elementos lingüísticos básicos del idioma. Pero esto no quiere decir que este tipo de comunicación sea artificial, sino que es un cambio dentro del sistema que depende de las reglas de funcionamiento.

Desde la edad media a la actualidad, la jerga siempre ha sido una manera de distinguirse, de pertenecer a algo exclusivo que comprendiera individuos con los que relacionarse y compartir los propios puntos de vista de forma clara y única.

Podemos concluir que en gran parte la jerga juvenil consiste de los vulgarismos y palabras con la connotación, préstamos, metáforas, interjecciones. También se puede notar los cambios de significado y los acortamientos léxicos. A este aspecto se suma una gran variedad de medios expresivos cuya influencia en el habla de los jóvenes es destacable y atribuible a diversas condiciones que afectan al español coloquial en particular. Los jóvenes son capaces de usar palabras o frases que sus progenitores que no puedan comprender les da poder sobre estos y esto es un aspecto que los adolescentes en medio de su rebeldía valoran mucho.

## REFERENCIAS

- González, G. R. (2010). *Características del lenguaje de los jóvenes costarricenses desde la disponibilidad léxica* [Tesis doctoral]. Universidad de Salamanca. <http://surl.li/dmmfv>
- Mendoza Morán, F. (2018). La disciplina que estudia las relaciones entre la lengua y la sociedad: sociolingüística. *Revista Lengua y Literatura*, 4(2), 1–12. <http://surl.li/dmnbfb>

Mitkova, A. (2007). El léxico juvenil por áreas temáticas. *Tonos digital: Revista de estudios filológicos*, 14, 27–44.  
<http://surl.li/dmnaw>

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española*. Espasa.

## **WEGE ZUR HERAUSBILDUNG DES LEXIKALISCHEN BESTANDES VON DIPLOMATISCHEN TEXTEN**

**Botscharowa O. Y.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Formaniuk O. L.**

*Doktorin der Philologie*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Der Wortschatz einer Sprache befindet sich in einem ständigen Wandel. Die ununterbrochene Bereicherung des lexikalischen Systems der Sprache ist eines der Gesetze der historischen Entwicklung der Sprache.

Der diplomatische Stil wird im Bereich der zwischenstaatlichen dienstlichen Beziehungen in den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur verwendet. Er regelt die dienstlichen Beziehungen zwischen internationalen Organisationen, Strukturen und einzelnen Bürgern und wird in Konventionen, diplomatischen Noten, Protokollen, Memoranden, Verträgen, Erklärungen, Ultimaten umgesetzt.

Da diplomatische Texte als Ergebnis zwischenstaatlicher Zusammenarbeit entstanden sind, nehmen die Fremdwörter im diplomatischen Terminologiesystem einen bedeutenden Platz ein. Gleichzeitig mit der Entstehung des Rechts begann sich die diplomatische Terminologie zu bilden. Die ersten juristischen Dokumente sind die Hauptquellen der diplomatischen Terminologie.

Es gibt drei Hauptphasen bei der Bereicherung der diplomatischen Terminologie des Deutschen, die den Perioden des Wechsels der Sprachen der Diplomatie im Laufe der Weltgeschichte entsprechen. Bis zum 18. Jahrhundert war Latein die Lingua franca der Diplomatie in Europa, aber schon seit dieser Zeit wurde es allmählich durch Französisch ersetzt, das einen bedeutenden gemeinsamen lexikalischen Fundus mit Latein hatte, so dass es keine drastischen Änderungen in der internationalen diplomatischen Terminologie verursachte. Erst im 19. Jahrhundert beginnt die deutsche Sprache aktiv in den offiziellen Beziehungen zu anderen Staaten verwendet zu werden. Aus diesem Grund sind die meisten internationalen Begriffe der Diplomatie lateinischer oder französischer Herkunft. Im 20. Jahrhundert begann das terminologische System der Diplomatensprache durch das Englische beeinflusst zu werden, das damals den Status einer internationalen Sprache erlangte (von Polenz, 2009).

Daher beziehen sich die meisten diplomatischen Termini im modernen Deutsch auf Entlehnungen aus den oben genannten Sprachen. Entlehnungen in der Sprache der Diplomatie können in zwei Arten unterteilt werden: eigentliche Entlehnungen und Fremdwörter. Die Grenze zwischen einem Fremd- und Lehnwort bleibt in

vielen Fällen fließend, so dass die Erkennung der fremden Herkunft von Wörtern manchmal problematisch erscheint, vor allem für Latein (Żytyńska, 2016).

Die diplomatische Terminologie sowohl deutscher als auch anderer europäischer Sprachen ist durch eine Vielzahl von Internationalismen gekennzeichnet, die von lateinisch-griechischen Wurzeln abgeleitet sind: *Ablegat, Autarkie, Audienz, Veto, Geopolitik, Delegation, Debatte, Diplomat, Enklave, Exequatur, Eskalation, Reservation, Isolation, Integration, Internuntius, kapitulieren, internieren, Quorum, Koalition, Konvention, Konkordat, Kondominium, Moratorium, neutralisieren, Notifikation, Nuntiaturs, Präambel, ratifizieren, Restitution, Klausel, Status, Charta.*

Die Lexik lateinischer Herkunft findet ihren Ausdruck in den Texten der Note Verbale: *casus foederis, modus procedendi, uti possidetis, de facto, status quo, persona non grata, modus vivendi* – diese Begriffe unterliegen keiner Assimilation.

Unter den Lehnwörtern aus der französischen Sprache der diplomatischen Praxis kommen heute folgende Lexeme vor: *Kommunique, Carte blanche, Avantgarde, Chiffreur, Agreement, Attaché, Büro, Demarche, Depesche, Doyen, Aide-Memoire.*

Aufgrund der Globalisierung des Gebrauchs des Englischen sowie der historischen Entwicklung der Beziehungen Deutschlands zu englischsprachigen Ländern (zuerst England und dann die USA) gibt es verschiedene Entlehnungen im deutschen diplomatischen Lexikon, z. B. *News Agency, Briefing, Blackout, Downing Street, Dollardiplomatie, Cocktailempfang, Clearingvereinbarung.*

Zu beachten ist die Tendenz im modernen Deutsch, die Lehnwörter durch eigentliche deutsche Begriffe zu ersetzen: *Lettre de creance – Beglaubigungsschreiben, Ambassadeur – Botschafter, Memorandum – Denkschrift, Corps diplomatique – das diplomatische Korps, Chargé d’Affaires – Geschäftsträger, Rapprochement – Wiederversöhnung.*

Die Ablehnung von Fremdwörtern mit geringem Assimilationsgrad zugunsten deutscher Äquivalente ist ein Trend in der Entwicklung der deutschen Terminologie des Diplomatenrechts.

## LITERATUR

*Багатомовний тлумачний та перекладний словник дипломатичних термінів.* (2014). Букрек.

Мацько, О. *Інішомовні слова у дипломатичних текстах.*

<http://kulturamovy.univ.kiev.ua/KM/pdfs/Magazine53-54-24.pdf>

Burmasova, S. (2010). *Empirische Untersuchung der Anglizismen im Deutschen am Material der Zeitung Die WELT.* Bamberg University Press.

Kudelko, Z. (2021). *Lexical Complementarity as an Indicator of Terminology Normalization (the case study of international relations term system in the English, German and Ukrainian languages)*

<https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/1673>

von Polenz, P. (2009). *Geschichte der deutschen Sprache.* De Gruyter.

Werner, J. (2010). *Duden. Das Fremdwörterbuch.* Forum Classicum.

Żytyńska, M. (2016). Internationalismen – fremd oder doch nicht so fremd? – Zur Betonung internationaler Wörter im Deutschen – Didaktische Implikationen. *Acta Universitatis Lodzianis. Folia Germanica, 12, 23–36.*



## **THE INFLUENCE OF EXTRALINGUAL FACTORS ON THE REFLECTION OF THE MOTHERLAND CONCEPT IN THE MODERN UKRAINIAN POETRY**

**Chalapchii I. V.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Shutova M. O.**

*Dr.Sc. (Philology), Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

Due to Ukraine's long and painful path to independence and freedom, the concept of MOTHERLAND has always had great significance in Ukrainian literature in general and poetry in particular. Historical laws, political changes, and societal norms are all factors that work together to impact literature, as stated by Molly Daniels (2020). Ukrainian poets of all times have often portrayed their homeland as a source of inspiration and as a nurturing force that provides a sense of belonging and identity. It has been used numerous times as a symbol of the Ukrainian people's struggle for freedom and independence, as well as a reflection of their resilience in the face of adversity. According to the Ukrainian scholar S. O. Yevtushenko (2014), in Ukrainian poetry, the concept of the homeland acquired a dominant status thanks to the creative efforts of T. Shevchenko and the poets of the post-Shevchenko era, who were able to establish a new paradigm of the figurative world of the concept.

However, the struggles of every page in the history of Ukraine have been different, and poetry, as they say, is a prism of life. Poets of different times have had a different outlook on their homeland. For example, in the works of Taras Shevchenko, the renowned Ukrainian poet, writer, artist, political figure and an important representative of the Ukrainian national revival movement in the mid-19<sup>th</sup> century, the fatherland is a central theme. He frequently used this concept to express his deep attachment to Ukraine, its people, culture, and traditions. For Shevchenko, the motherland was not only a physical place but also an idea and a symbol of national identity. But his portrayal of Ukraine may be considered rather pessimistic. For example, in his poem "Testament," he says, "Oh my dear Ukraine! I long for you so much / That my heart aches with pain / I want to cry and can't find tears / My soul longs for you, my dear Ukraine!" For him, Ukraine is chained, just the chains change. Such a perception was naturally brought about by the extralinguistic context, as in Kobzar's times most of Ukraine was part of the Russian empire.

Later, in the times of Soviet dictatorship, another outlook on the concept of MOTHERLAND emerged with shistdesiatnyky, a group of Ukrainian poets of the 1960s and were known for their emphasis on national identity and their critiques of Soviet censorship. For them, the motherland was more of a positive figure. They viewed it in a more optimistic way, as a symbol of Ukrainian culture, history, and identity. In their poetry, they often evoked the natural beauty of Ukraine's landscapes, the struggles of its people throughout history, and the importance of preserving the Ukrainian language and traditions. For

example, Vasyl Symonenko wrote “Ukraine! You are truly a marvel!” while never forgetting the darker part of reality: “Ukraine dear! Torn to pieces!” in his unpublished version of one of his poems.

After Ukraine gained independence in 1991, the literature reflected the change as well. The concept of MOTHERLAND became less idealized and more realistic. Even though the lifelong dream of many generations of poets came true, life didn’t become perfect. Serhii Zhadan talks about “bundling up in warm rugs” in his homeland, proving that not everything is smooth sailing. After years of Soviet repression, Ukrainian poets were free to reimagine and redefine the concept of the Motherland in their poetry. This led to a more complex and nuanced depiction of Ukraine as a nation, its history, and its people. Many poets talk about the beauty of free Ukraine, like Lina Kostenko, who wrote “Its beauty takes my sight away. / I hold my breath to seize this wonder”. At the same time, Ukrainian poets also used their work to express their political views and struggles, especially in the face of Russian aggression since 2014. Some poets openly challenged the government and its policies, while others expressed hope for a brighter future. For example, in his poem “Xenophobia” Yuriy Izdryk calls his motherland “recognized by no one, never” which raises the issue of global politics of that time. Or as Serhii Zhadan says “Tsar, it is time to depart from the east”, talking about the question of joining the EU or creating a union with Russia that was topical at that moment.

With the start of the full scale invasion, the tone of the poetry and depiction of the concept of MOTHERLAND changed as well. Ukraine has become united in the face of the enemy and this fact was reflected in literature. “Now the only season is war” writes Anna Gruver, a Ukrainian poet, writer, essayist, and translator. And it is true about the majority of contemporary Ukrainian poetry. Now we have dozens of young poets who express their pain, their loss, their experience of war in rhyme. Vladyslav Rokita (2023), KNLU student writes “This February, probably lasts for years, / Stuck in my heart like a rusty shard” (“Цей лютий, напевно, триває роками, / У серці засів, мов проржавілий осколок”). This is true for the whole nation. Ukrainians are asking God to “shield ... my Motherland”, as says Liubov Yakymchuk (2015). But what is drastically different from before is that now, despite all the hardships that Ukraine is going through, in the works of Ukrainian poets it is described as undefeated and unconquerable.

In conclusion, the concept of MOTHERLAND has been an essential and enduring theme in Ukrainian literature throughout history. The portrayal of Ukraine in poetry has varied depending on historical, social, and political circumstances, reflecting the changing realities of the country. The poetry of today’s Ukraine reflects the country’s ongoing challenges, including war and political unrest, while also showcasing its beauty and resilience.

## REFERENCES

- Yevtushenko, S. O. (2014). *КОНЦЕПТ БАТЬКІВЩИНИ У ТВОРЧОСТІ СЛОВ’ЯНСЬКИХ ПОЕТИВ МЕЖІ XIX – XX СТОЛІТЬ*.  
<https://synopsis.kubg.edu.ua/index.php/synopsis/article/view/76>

- Daniels, Molly, “*The Effects of the Socio-Political Climate on Children’s Literature Over the Past Eighty Years*” (2020).  
<https://dc.etsu.edu/honors/582>
- Rokita, Vladyslav (2023). Retrieved from [https://t.me/teper\\_pochnu](https://t.me/teper_pochnu)
- Yakymchuk, Liubov, “*Prayer*” (2015).  
<https://femwork.org/en/blog-en/feminist-about-war-9/>

## **SPRACHLICHE EINHEITEN DES LEXIKALISCH-PHRASEOLOGISCHEN FELDERS “REISEN UND VERKEHR”: ASPEKT DER ÜBERSETZUNG**

**Chalo V. O.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Petrotschuk O. W.**

*Doktor, Dozentin*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Heute hat der linguistisch-kulturologische Ansatz in der Linguistik eine beträchtliche Popularität erlangt, da er auf dem anthropologischen Prinzip basiert, nach dem die Studie auf einer Person, ihrer Aktivität in verschiedenen Bereichen, einschließlich der Sprache, basiert. Die Einheiten des lexikalisch-phraseologischen Feldes “Reisen und Verkehr” sind eines der Objekte der Translatologie, die dazu beitragen, die Mentalität der Menschen der untersuchten Sprache, die Bedeutung verschiedener Ausdrücke und Redewendungen, weil heute internationale Kontakte und Beziehungen zwischen verschiedenen Ländern immer wichtiger werden. Darüber hinaus ist eines der Hauptprobleme der Linguistik und Translatologie die Erforschung des Weltbildes, das sich in der Sprache widerspiegelt und für die Entwicklung des Menschen und der Gesellschaft von größter Bedeutung ist. Das Übersetzen im linguokulturologischen Aspekt interessiert sowohl ukrainische als auch deutsche Linguisten. O. Cherednychenko, G. Floros und A. Hennecke interessieren sich für kulturelle Konstellationen. Interessant sind die Arbeiten vom ukrainischen Linguist Bilous, der die Prozesse vor dem Übersetzen behandelt. Dem Problem der Übersetzbarkeit der idiomatischen Ausdrücke widmet seine Arbeiten Y. Başarmış. (Cherednychenko, 2017)

Das lexikalisch-phraseologische Feld, das eine Menge von Spracheinheiten bezeichnet, die durch ein gemeinsames semantisches Merkmal vereint sind, wird in der Linguistik unter verschiedenen Aspekten betrachtet. (Bilous, 2019).

Die Lexeme des lexikalisch-phraseologischen Feldes “Reisen und Verkehr” werden mithilfe von lexikalischer Ersetzung und beschreibender Übersetzung übersetzt. Für die ukrainischen Rezipienten wird das Übersetzen der Komponente des Substantivs das *Reisefieber* unverständlich, deshalb muss man dieses Wort beschreibend erklären: leichte innere Erregung vor einer Reise. Die folgenden Wörter müssen auch mithilfe von beschreibender Übersetzung erklärt sein: *die Verkehrstüchtigkeit* – die Fähigkeit, am öffentlichen Verkehr verantwortungsbewusst teilzunehmen; *das Verkehrsverbot* – dieses Verkehrszeichen bedeutet, dass hier ein *V.* für Fahrzeuge über 2,5 Tonnen besteht; *verkehrswidrig* – gegen die Verkehrsordnung verstoßend.

Es wurde festgestellt, dass das semantische Feld in seiner Struktur aus dem Kern und der nahen und fernen Peripherie besteht. Die Grenzen zwischen diesen Elementen sowie zwischen verschiedenen semantischen Feldern sind relativ. Daher ist der Übergang einer Einheit von einem Feld in ein anderes möglich, ebenso wie ihr Eintritt in verschiedene semantische Felder (Hennecke, 2003).

Als Ergebnis der Analyse zeigte sich, dass das lexikalisch-phraseologische Feld "Reisen und Verkehr" Einheiten verschiedener Wortarten umfasst, die ein gemeinsames semantisches Merkmal, lexikalische und grammatikalische Kompatibilität aufweisen.

Im Fokus der Untersuchung standen lexikalische Einheiten, die die allgemeinen Begriffe "Reisen" und "Verkehr" ausdrücken. Den Kern des lexikalisch-phraseologischen Feldes bilden lexikalische Einheiten, die stilistisch neutral sind, sich in der Nutzungshäufigkeit unterscheiden und die Vorstellung von Reisen und Verkehr widerspiegeln.

Die nahe Peripherie des lexikalisch-phraseologischen Feldes umfasst eindeutige sprachliche Einheiten, die die Bewegung im Raum bezeichnen, aber die Häufigkeit ihrer Verwendung ist geringer als die Häufigkeit der Verwendung von Lexemen, die im Kern des lexikalisch-semantischen Feldes enthalten sind.

Vielwertige Einheiten sind an den äußersten Rand des lexikalisch-phraseologischen Feldes getreten, die Bedeutung einiger von ihnen kann man nur im Kontext bestimmen. Die Bedeutung jedes Wortes wird am vollständigsten nur offenbart, wenn die Bedeutungen anderer Wörter, die zu diesem Bereich gehören, bekannt sind. Viele untersuchte Lexeme werden verwendet, um Phraseologismen und idiomatische Ausdrücke zu bilden. Das lexikalisch-semantische Feld umfasst Einheiten, die die Art und Weise der Reise oder Bewegung vermitteln (Floros, 2003).

Es sei hier hingewiesen, dass die Lexeme des lexikalisch-phraseologischen Feldes "Reisen und Verkehr" mithilfe von lexikalischer Ersetzung und beschreibender Übersetzung übersetzt werden.

Daraus lässt sich die Schlussfolgerung ziehen, dass die überwiegende Mehrheit der Einheiten des lexikalisch-phraseologischen Feldes "Reisen und Verkehr" mit Hilfe der Auswahl eines entsprechenden einfachen oder komplexen Wortes oder einer Phrase aus dem Deutschen ins Ukrainische übersetzt wird.

## LITERATUR

- Bilous, O. M. (2019). *"Deutsche Welle" as a mass media language for specialist purposes: pragmatics, analysis and translation*. Humanities & Social Sciences Reviews.
- Cherednychenko, O. (2017). *Translation – Culture – Identity. Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache*.  
<https://www.dwds.de/wb/>
- Floros, G. (2003). *Kulturelle Konstellationen in Texten: Zur Beschreibung und Übersetzung von Kultur in Texten*.
- Hennecke, A. (2003). *Zum Transfer kulturspezifischer Textbedeutungen. Theoretische und methodische Überlegungen aus einer semiotischen Perspektive*. Linguistik Online. 37.  
[http://www.linguistik-online.de/37\\_09/hennecke.html](http://www.linguistik-online.de/37_09/hennecke.html)

## THE IMPACT OF EMOTIONAL INTELLIGENCE ON HEALTH

**Chmykhalo O.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Sotnykov A. V.**

*PhD in Philology, Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

Has one ever wondered if his/her fear or anxiety can kill him/herself? Avicenna, a famous Islamic scientist, who was born in 980 AN, once experimented. He caged two identical lambs and put a wolf in a side cage, which could've been seen by one of the lambs only. Months later, despite the absence of physical interaction, the lamb, that could see the wolf died from sheer stress and fear. Another one remained as healthy as an average lamb of that time could be, even though both were fed and treated the same way. This experiment is used to illustrate the damaging effect of negativity – stress, fear and anxiety, in particular, that influences not only our psychological but also physiological condition from within.

Centuries later psychologists will find out that in order to protect oneself from the detrimental effect of asthenic emotions one should have to learn a high level of Emotional Intelligence. One of the most cited researchers in this field, Daniel Goleman, defines Emotional Intelligence as a person's ability to manage their feelings so that those feelings are expressed appropriately and effectively. The given concept may be viewed through five skills that manifest it.

Goleman (1996) identifies them as follows: 1) *Knowing one's emotions*. This is a so-called self-awareness, which is an ability of a person to monitor and recognize his/her emotions. 2) *Managing emotions*. This ability builds on self-awareness. According to Goleman, it's expressed in the capability of handling feelings and emotions so that they are appropriate in a particular moment. 3) *Motivating oneself*. Citing Goleman "marshalling emotions in the service of a goal is essential for paying attention, for self-motivation and mastery, and creativity. Emotional self-control – delaying gratification and stifling impulsiveness – underlies accomplishment of every sort". 4) *Recognizing the emotions of others*. Empathy is a fundamental skill. 5) *Handling emotions*. To the layman – being able to deal with the emotional reactions of other people.

Throughout the course of our history, medicine was based upon the idea of curing the disease – the medical disorder, while not paying enough attention to patients' subjective experiences and concerns about their condition. This usually leads to patients ignoring their own emotions. This approach is especially supported by widespread beliefs of emotions not affecting the body. On the other side, there is a misunderstanding that we can cure sickness of any kind, by simply thinking positively. Moreover, it frequently results in blaming oneself for getting sick. Probably, the truth lies in between.

Let's have a look at some practical cases and research given in Goleman's book *Emotional Intelligence*. Doctor Camran Nezhat (2020), who is an eminent gynecological laparoscopic surgeon, admits – He never conducts surgery if his

patients mention being highly nervous (Amjad, 2020). He simply cancels it. “Every surgeon knows that extremely scared people do terribly in surgery. They bleed too much; they have more infections and complications. They have a harder time recovering. It’s much better if they are calm” (Amjad, 2020).

The reason is simple: panic and anxiety increase blood pressure and veins bleed more during the operation, which appears to be one of the most troublesome surgeon complications.

Apart from this story, there is more evidence of the clinical importance of emotions. People who experienced chronic anxiety, long periods of sadness and pessimism, unremitting tension or incessant hostility, relentless cynicism or suspiciousness, were found to have double the risk of disease – including asthma, arthritis, headaches, peptic ulcers, and heart disease. It means that negative feelings can become an equal threat to smoking or a bad diet.

In one study (Does Emotional Intelligence..., 2019) medical workers wanted to see, to what extent anger can influence heart work. They asked people to tell evocative stories about some poignant past moments in order to elicit anger. It turned out that anger decreased the pumping efficiency of the heart by 5 per cent. Some patients showed a drop of 7 per cent, which is regarded by cardiologists as a sign of myocardial ischemia. Translating it to the human language, we can say that asthenic emotions derived from memory or even imaginary unpleasant situation tend to kill us as successfully as real dangerous physiological factors do. Do you remember the story about the lamb?

In another study (Emotional Intelligence, 2023), Sheldon Cohen, a psychologist at Carnegie-Melon university assessed people with different levels of stress. He wanted to see how such a usual thing as stress can be connected to a cold. He systematically exposed people to a cold virus and noticed that not everyone came down with a cold. Scientist found that the more stressed people felt the more likely they were to catch a cold.

In these vivid examples, we can see how our emotions, even one’s we are used to and treat as a norm, can sometimes kill us, or at least make our life noticeably harder. However, this is not something to be debated. Most of us already know, that stress is bad. So, what can we do about it?

On the other side of the coin, there is evidence, that a high level of Emotional Intelligence (which is knowing, recognizing, managing and handling emotions and also one’s self-motivation to do so) is good for our health.

Emotional Intelligence highly depends on the society we are in, and whether we are in this society. In one study of bone marrow transplant patients among patients who reported strong emotional support from their spouse, and family or friends 54% survived, compared to the 20% of patients who claimed to lack support.

In a Swedish study (The Importance of Emotional..., 2021), 752 men were investigated. Men who experienced emotional distress related to financial troubles, divorce or being forced out of the job, if they had 3 or more of these troubles, were likely to die in the ensuing 7 years. It was a stronger predictor, than medical indicators. Yet, among men who said they have a dependable web of intimacy

(wife, close friends and the like) there was no relationship between stress level and death rate, even though they could've suffered the same setbacks.

Last but not the least, the most impressive demonstration of the clinical power of emotional support was in groups at Stanford University Medical School for women with advanced metastatic breast cancer (an incurable stage). The women who attended weekly meetings, where they could unburden themselves with people who faced the same, survived twice as long as women who suffered from the same disease and got the same treatment.

Thus, we can see, how powerful emotional support might be. People, who receive this kind of help, as we can see, live a higher quality of life. However, while it's good to be protected by others, and have tight bonds with the nearest and dearest, it's much more important for us to learn how to deal with our own emotions ourselves. Nevertheless, we can claim, that one way or another, we should pay more attention to what we think and feel; otherwise, uncontrolled urges will lead us to an unhappy life.

## REFERENCES

- Amjad, F. (2020). Ibn Sina's fear experiment.  
<http://kn-ow.com/article/ibn-sinas-fear-experiment-211/>
- Does emotional intelligence contribute to better health? (2019). *Chartwell*.  
<https://chartwell.com/en/blog/2019/11/does-emotional-intelligence-contribute-to-better-health>
- Emotional Intelligence. (2023). *Psychology today*.  
<https://www.psychologytoday.com/us/basics/emotional-intelligence>
- Goleman, D. (1996). *Emotional Intelligence*. Random House Publishing Group.
- The Importance of Emotional Intelligence. (2021). *Regis college*.  
<https://online.regiscollege.edu/blog/importance-emotional-intelligence/>

## LE RÔLE PRINCIPAL DE MÉDIAS FRANCOPHONES AU CANADA

**Danylenko D. D.**

*Université nationale linguistique de Kyiv*

**Sydelynkova L. V.**

*Docteure ès sciences philologiques, professeure HDR*

*Université nationale linguistique de Kyiv*

Les médias font partie intégrante de la vie sociale moderne et imaginer la vie sans eux est impossible, car ils jouent un rôle vital dans le façonnement de notre vie quotidienne. Les médias nous entourent à chaque instant, des nouvelles que nous lisons aux divertissements que nous consommons. Au Canada, les médias francophones jouent un rôle important dans la culture et la société francophones du pays. Le Canada compte près de 35 millions d'habitants, dont 22,8 % ont le français comme première langue officielle parlée. Selon une étude menée par l'Institut Reuters (Brin & Charlton, 2022) pour l'*étude du journalisme, les sites d'information* les plus



visités au Québec (la province qui compte la plus grande population de Canadiens d'expression française) sont Radio-Canada, La Presse et Le Journal de Montréal.

Malgré le fait que les médias répertoriés imitent le discours médiatique inhérent à la France, nous pouvons trouver des caractéristiques importantes se concernant les médias canadiens. Tout d'abord, il s'agit de la compétition avec anglais. L'une des principales raisons de l'usage de l'anglais dans les médias francophones est le désir d'atteindre un plus vaste auditoire.

La concurrence rend difficile pour les médias de langue française de distribuer l'information au public plus large. Même si le public principal des médias de langue française est francophone, il y a aussi une grande population anglophone au Canada, surtout dans des régions comme l'Ontario et le Nouveau-Brunswick. En intégrant du contenu de langue anglaise à leur programmation, les médias francophones peuvent atteindre un public plus large et augmenter leur auditoire. Parmi les travaux consacrés au discours médiatiques, d'un point de vue linguistique, il faut mentionner les études de Colette Brin et Sébastien Charlton (2022) qui ont examiné l'environnement médiatique du Canada et ont analysé les opportunités et les défis de la recherche de médias.

Une autre raison de l'utilisation de l'anglais dans les médias francophones est le désir d'attirer un public plus jeune et multiculturel. Beaucoup de jeunes au Canada sont bilingues, et ils préfèrent peut-être consommer des médias qui comprennent du contenu français et anglais. De plus, compte tenu de la diversité croissante du pays, les médias français voudront inclure du contenu dans d'autres langues que le français et l'anglais pour refléter la richesse culturelle du Canada.

Au Canada, la problématique des médias francophones était l'objet de discussions et de débats depuis longtemps. Bien que le français soit l'une des langues officielles du pays, la disponibilité des médias francophones a diminué dans de nombreuses régions, surtout à l'extérieur du Québec. Cela a suscité des inquiétudes quant à la préservation de la langue et de la culture françaises et des problèmes d'accès et de représentation pour les communautés francophones. Il y a beaucoup de nombreux journalistes et rédacteurs talentueux, mais en raison du manque de popularité des médias francophones, ils sont fortement sous-représentés. Une disproportion grande entre les langues peut conduire à un manque du contenu de qualité. Cela priverait les francophones d'une source d'information actuel.

Selon les recherches récentes on observe la réduction du langage français au Canada (Provost, 2022). Le dernier recensement montre que, selon de nombreux paramètres, l'utilisation du français a chuté dans la province par rapport aux autres langues au cours des dernières années. La part des personnes ayant le français comme langue maternelle est passée de 77,1 % à 74,8 %. Ceux qui parlaient principalement le français à la maison ont augmenté en nombre, mais ont diminué en proportion de la population québécoise depuis 2001, passant de 82,3 % à 77,5%.

En même temps, de 2016 à 2021, la population anglophone progressait de 12 % selon la langue maternelle, et de 14 % selon la langue parlée à la maison. Durant la même période, la population francophone augmentait de 2%, selon les deux indicateurs. Cependant, deux langues restent officielles au pays, et les données de sources officielles canadiennes indiquent que (Canada, 2021):

– 71 % des francophones pensent que le fait d’avoir deux langues officielles constitue une partie importante de ce que signifie être Canadien (contre 57% des Canadiens d’expression anglaise).

– 84 % des francophones pensent que l’apprentissage des deux langues officielles contribue à une meilleure compréhension entre les Canadiens (contre 65 % des Canadiens d’expression anglaise).

Ces dernières années, il y a eu le progrès positif dans le secteur médiatique francophone au Canada. Par exemple, grâce aux investissements dans des initiatives pour soutenir les médias de langue française, le gouvernement donne l’occasion pour la création et développement de plateformes digitales. De plus, certains médias ont commencé à offrir le contenu bilingue ou en français dans les régions avec la population francophone. Grâce aux efforts communs, les médias peuvent mettre en commun leurs ressources et leur expertise pour créer le contenu inclusive pour les communautés francophones à travers le Canada.

En conclusion, on peut noter que parmi les rôles informatifs et de communicatifs de médias, il faut souligner le rôle d’assurer l’accès de la population francophone à l’information et la préservation de sa culture. La nécessité de la présence de médias francophones n’est pas difficile d’évaluer car ils font partie du mécanisme du maintien de langue française.

## RÉFÉRENCES

- Brin, C., & Charlton, S. (2022, juillet 15). Digital News Report. *Reuters Institute*.  
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/canada>
- Canada. (2021, mai 24). *Langues officielles et bilinguisme*.  
<https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/langues-officielles-bilinguisme.html>
- Provost, A.–M. (2022, août 18). *Le français poursuit son déclin au Québec comme au Canada*. Le Devoir.  
<https://www.ledevoir.com/societe/745935/le-francais-comme-langue-parlee-principale-poursuit-son-declin-au-quebec-et-au-canada>

## LOS PRÉSTAMOS EN EL DISCURSO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**Davydenko K. V.**

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

**Nastenko S. V.**

*Candidata a doctora en ciencias filológicas, profesora titular  
Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

El idioma es uno de los medios de comunicación más significativos. El idioma está en permanente evolución, transformación y comunicación con otras lenguas del mundo. El español mantiene relaciones lingüísticas con otras lenguas desde la antigüedad. Como resultado de esta interacción surgen préstamos y vocabulario de lenguas extranjeras en los idiomas de los distintos países.

El préstamo es ya objeto habitual de investigación. Los académicos ucranianos y extranjeros como I. Gumovska, S. Vlahov, I. Kochan, E. Lorenzo, C. Pratt, V. Akilenko, M. Vaquero de Ramírez y otros han estudiado el problema de los empréstitos y su magnitud.

La influencia de los préstamos en el discurso de los medios de comunicación se ha convertido en un fenómeno cada vez más relevante en la sociedad actual, afectando tanto a la lengua como a la cultura, y evidenciando la necesidad de una comprensión crítica de los procesos lingüísticos y socioculturales que intervienen en su uso y difusión.

Los préstamos son palabras o expresiones tomadas de otra lengua y adaptadas a la lengua de llegada. En el discurso de los medios de comunicación, los préstamos son una herramienta habitual para referirse a conceptos o realidades que no tienen un equivalente exacto en la lengua de llegada. Sin embargo, su uso excesivo o inadecuado puede llevar a confusiones y malentendidos, e incluso afectar a la identidad cultural y lingüística de una sociedad. Por lo tanto, es necesario analizar críticamente el papel de los préstamos en el discurso de los medios de comunicación, teniendo en cuenta tanto los aspectos lingüísticos como los socioculturales.

En primer lugar, es necesario considerar el papel de los préstamos en la construcción del discurso mediático. Los medios de comunicación utilizan préstamos para referirse a conceptos o realidades que no tienen una traducción exacta en la lengua nativa, como es el caso de muchos términos relacionados con la tecnología, el deporte o la cultura popular. Sin embargo, su uso excesivo o inadecuado puede llevar a confusiones y malentendidos, e incluso afectar a la identidad cultural y lingüística de una sociedad.

En segundo lugar, es importante analizar los procesos lingüísticos y socioculturales asociados al uso y la difusión de los préstamos en el discurso de los medios de comunicación. Por un lado, los contactos lingüísticos entre lenguas y culturas contribuyen a la aparición de préstamos que pueden incorporarse consciente o inconscientemente a la lengua receptora. Por otro lado, el uso y la difusión de los préstamos en el discurso mediático pueden obedecer a factores sociales, como la globalización, la influencia de los medios de comunicación extranjeros o el prestigio asociado a determinadas lenguas.

En tercer lugar, es necesario analizar críticamente los efectos de los préstamos en el discurso mediático, tanto desde el punto de vista lingüístico como sociocultural. Desde el punto de vista lingüístico, los préstamos pueden afectar a la coherencia y consistencia del discurso, creando ambigüedad o malentendidos. Desde el punto de vista sociocultural, los préstamos pueden contribuir a la homogeneización cultural y lingüística o a la aparición de nuevas formas de identidad y resistencia cultural.

En sus investigaciones, Otaola Olano subraya que un préstamo lingüístico es "cualquier elemento tomado de otra lengua", y llama especialmente la atención sobre los elementos tomados de dialectos de una misma nación. Dado que los préstamos lingüísticos son préstamos de otra lengua, su incorporación a la lengua receptora puede producirse mediante calcos, préstamos semánticos o fonológicos (Otaola, 2004).

Los préstamos se clasifican en: préstamos asimilados, préstamos parcialmente asimilados, préstamos no asimilados y calcos. Esta clasificación de los préstamos entre idiomas sólo es coherente en parte, ya que un sistema determinado se toma prestado en una lengua concreta en función de las necesidades lingüísticas y culturales. Aunque existen numerosas obras dedicadas a los préstamos, el estudio de este fenómeno lingüístico sigue siendo pertinente.

Méndez María afirma que el estilo periodístico es una combinación de géneros que da como resultado un lenguaje complejo y con varias características difíciles de describir de manera general. Esta cantidad de géneros se refleja en las distintas secciones que componen un periódico, cada una con un lenguaje particular, referida a un área de especialidad determinada (Méndez, 2011).

El lenguaje de los medios de comunicación influye mucho en el lenguaje oral, en el lenguaje de las masas, en los gustos lingüísticos de la sociedad y en el establecimiento de normas estilísticas.

Así pues, el préstamo en el discurso mediático es un fenómeno complejo que requiere una comprensión crítica de los procesos lingüísticos y socioculturales asociados a su uso y difusión. Los préstamos pueden ser una herramienta útil para enriquecer el lenguaje y el discurso, pero su uso inadecuado o excesivo puede tener consecuencias negativas en términos.

## LITERATURA

- Méndez, M. (2011). Los neologismos morfológicos del español en el lenguaje de la prensa. Saarbrücken: Académica Española.
- Otaola, O. (2004). Lexicología y Semántica léxica. Madrid: Ediciones Académicas.

## EL PAPEL DE LOS TROPOS EN LA OBRA “EL SILENCIO DE LA CIUDAD BLANCA” DE EVA GARCIA SÁENZ DE URTURI

**Dobrydienieva M. V.**

*Universidad nacional lingüística de Kyiv*

**Bokhun N. V.**

*Candidata a doctora en filología*

*Universidad nacional lingüística de Kyiv*

Una obra literaria es el principal objeto de estudio literario, una especie de unidad mínima de la literatura; es una obra de arte en el sentido estricto de la palabra, es decir, es una forma de conciencia social. Como todo arte en general, una obra literaria es la expresión de un determinado contenido emocional y mental, de un determinado complejo ideológico y emocional en una forma imaginativa y estéticamente significativa. Según Fernández V. H. (2007), una obra literaria es la “palabra sobre el mundo” de un escritor, un acto de reacción de una personalidad artísticamente dotada ante la realidad circundante (p. 9).

Para que el autor o la autora de un texto literario pueda transmitir de la forma más completa y precisa posible su propia visión del mundo a través de palabras y

oraciones, existen los tropos literarios, o como también se les llaman las figuras literarias o figuras retóricas.

Primeramente, para poder organizar y clasificar los tropos literarios y poder encontrarlos en un texto concreto, es necesario aprender su significado general: son los llamados mecanismos de la literatura que cambian el uso habitual del lenguaje y que los escritores utilizan para transfigurar y enriquecer el estilo del texto. Otros científicos de este campo creen que son tan dichas “herramientas” que usan los escritores para conseguir ciertos efectos estilísticos. Según García Tejera M. C. (1987), “entiéndese generalmente por figura la forma particular que recibe la expresión debida al estado en que se encuentra el ánimo del que habla” (p. 28).

En general, los recursos literarios se basan en una serie de principios fácilmente comprensibles como recurrencia, contraste, sustitución; y que afectan a todos los niveles de la lengua. A partir de ahí, se puede hacer la siguiente clasificación de las figuras retóricas a base de los niveles de la lengua:

- del nivel fónico: aliteración, calambur, onomatopeya, paronomasia;
- del nivel morfo-sintáctico: anáfora, asíndeton, epanadiplosis, epífora, hipérbaton, paralelismo, polisíndeton, quiasmo;
- del nivel léxico-semántico: antítesis, epíteto, hipérbole, ironía, lítote, oxímoron, metáfora, metonimia, paradoja, perifrasis, personificación, símbolo, simil, sinestesia etcétera.

Analizando la riqueza de la obra literaria elegida que se titula “El Silencio de la Ciudad Blanca” en general y las figuras retóricas en particular, se puede entender que la autora Sáenz de Urturi E. G. (2016) las usa para dotar a su obra de la atmósfera de una novela policíaca de suspense con una historia misteriosa y enigmática que sin duda intrigará al lector (p. 46). Usándolas, la autora describe detalladamente los cuerpos de las víctimas asesinadas, los motivos de los asesinos, el proceso de la criminología, etcétera.

Entre las más utilizadas en la novela se encuentran las siguientes figuras retóricas con su explicación adecuada:

– Comparación – es figura de pensamiento lógica que consiste en comparar una cosa con otra. También llamada símil, semejanza y, antiguamente, homeosis. Por ejemplo: “*Me fiaba de las impresiones de Estíbaliz como la rueda trasera de un tándem se fia de la delantera*”, “*Optimista como él*”, “*...eran inseparables como siameses*”;

– Epíteto – se llama así al adjetivo que expresa una cualidad que es propia o natural del nombre al que se aplica, vale decir, al adjetivo que caracteriza al nombre. Por lo general, se antepone al sustantivo: “*omnipresente ruido*”, “*dos cuerpos desnudos*”, “*la ciudad medieval*”, “*el suelo adoquinado*”, “*una gruesa puerta de madera*”, “*las escaleras curvas*”, “*el mapa mundial*”;

– Hipérbole – tropo que consiste en aumentar o disminuir excesivamente la verdad de lo que se dice: “*mejor pincho de tortilla de patatas del mundo*”, “*el hombre del año*”, “*rivales a muerte*”;

– Metáfora es un tropo con el cual nombramos alguna cosa con palabras impropias: “*me hizo entrar en el cuerpo*” (es decir, a la ciencia del cuerpo), “*la*

*verdad me golpeó en la cara más duro que un guante de boxeo*”, “*el que tuvo los arrestos de dar la cara*”, “*con la cabeza fría hablamos de las conclusiones*”;

– Personificación – figura de pensamiento patética que consiste en atribuir a las cosas inanimadas o abstractas cualidades propias del hombre o de otros seres animados; también llamada prosopopeya: “*Ese horror no se finge*”, “*...mi bici de niño...nos saludaba a mano derecha*”, “*el doble crimen del dolmen convulsionó a toda una generación de vitorianos*”, “*Sacudí la cabeza, como si aquel gesto fuera a despejar mis fantasmas*”, “*Dos gruesas columnas frente a nosotros aguantaban como podían el pesado paso de los siglos, los verdaderos cimientos de aquella vieja catedral que se doblaba*”.

En resumen, es necesario comprender el importante papel de los tropos en los textos literarios, porque sin ellos las obras parecerían insulsas y carentes de emociones. En vista de que la lengua cambia y evoluciona cada día, es necesario investigar constantemente el papel de los tropos en la literatura utilizando diversas fuentes recientes y contemporáneas, lo que permitirá ampliar y actualizar los datos obsoletos de estudios anteriores.

## REFERENCIAS

- Fernández, S., & Viviana, H. (2007). *Diccionario práctico de figuras retóricas y términos afines*. Editorial Don Bosco.  
<http://surl.li/fkoem>
- García Tejera, M. C. (1987). *Las figuras del estilo según la concepción de Alberto Lista*. Cervantes Virtual.  
<http://surl.li/fkofm>
- García, E., & José Herreros, M. (2015). *Los textos literarios. Características y rasgos lingüísticos. Los géneros literarios*. Editorial Don Bosco.  
<http://surl.li/fkoio>
- Sáenz de Urturi, E. G. (2016). *El silencio de la ciudad blanca*. Editorial Planeta.

## DIE ROLLE DER TEMPORALEN KOMPONENTE IN DER BILDUNG DER PHRASEOLOGISCHEN BEDEUTUNG

**Dragan A. M.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Formaniuk O. L.**

*Doktorin*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Phraseologische Bedeutung ist eine Invariante von Information, die durch semantisch komplizierte, unterschiedlich gestaltete Spracheinheiten ausgedrückt wird, die nicht nach den generativen strukturesemantischen Modellen von variablen Kombinationen von Wörtern gebildet werden (Школяренко, 2012, с. 152)

Einige Autoren neigen dazu, einer phraseologischen Einheit lexikalische Bedeutung zuzuschreiben. Die Merkmale der lexikalischen Bedeutung

werden durch eine einzige Lauthülle des Wortes vermittelt; die Merkmale der phraseologischen Bedeutung können auf unterschiedliche Weise vermittelt werden: Der begriffliche Inhalt wird in der Regel durch den gesamten stabilen Lautkomplex von Komponenten vermittelt, wenn sie nicht optional sind (АВКСЕНТЬЕВ, 1987, с. 44).

Phraseologische Bedeutung entsteht als Ergebnis der Phraseologisierung ihrer Bestandteile. Die Phraseologisierung bewirkt die Entstehung einer neuen inneren Form, die Entstehung einer neuen semantischen Einheit. Die innere Form sind bestimmte Formationen, die Vorstellungen über bestimmte Phänomene, Handlungen, Zeichen vermitteln, die, da sie zu einem bestimmten Zeitpunkt relevant waren und ähnliche Eigenschaften und Zeichen mit anderen Handlungen und Phänomenen hatten, zur Grundlage für relevante Verallgemeinerungen, ihre Bilder wurden. Die Grundlage der inneren Form jeder Phrase ist eine bildliche Weltanschauung, die auf einem metaphorischen Verständnis von Existenz, Traditionen, Bräuchen, Ritualen und Überzeugungen basiert und psychobehaviorale Archetypen berücksichtigt (КОНОНЕНКО, 1993, с. 21). Und im Endergebnis wird die ursprüngliche Bedeutung durch eine verallgemeinerte bildliche Bedeutung ersetzt, die dominant wird.

Die Kultur des Ethnos wird geschaffen und geformt, übertragen und bewahrt und transformiert sich durch den Code. Im zeitlichen Code werden Bilder durch Zeitnotation dargestellt (ЛІТВИНЕНКО, 2013, с. 141).

In der Linguistik bezieht sich Temporalität auf die Gesamtheit der Mittel, um die Essenz der physikalischen und philosophischen Aspekte der Zeitkategorie durch Sprache auszudrücken.

*Temporalität* ist eine funktional-semantische Kategorie, die sich auf verschiedene – morphologische, syntaktische, lexikalische – Mittel des sprachlichen Ausdrucks der Zeit stützt (Барчук, 2011, с. 65).

Temporale Komponenten oder Temporonyme sind Wörter, die Zeit und Dauer bezeichnen. Substantive, die Zeiteinheiten und die entsprechenden Zeitintervalle benennen, die mit Vorstellungen darüber verbunden sind, enthalten das temporale Seme (Sekunde, Minute, Tag, Woche, Monat, Jahr usw.).

Im Zentrum der Kategorie der Temporalität steht das Substantiv “die Zeit”, bei dem das temporale Seme die wichtigste und einzige Komponente seiner semantischen Struktur ist, Zum Beispiel: [*ach*] *du liebe Zeit!* = Ausruf, der [leichtes] Erschrecken oder Mißbilligung ausdrückt; *sich mit etwas Zeit lassen* = sich mit etwas nicht beeilen; *andere Zeiten, andere Sitten* = Bräuche, Wertvorstellungen u. a. ändern sich im Verlauf der Zeit; *es ist höchste/allerhöchste Zeit* = es ist sehr spät, die Zeit drängt; *das hat Zeit* = nicht eilig sein; *die Zeit heilt alle Wunden* = irgendwann vergeht jeder Schmerz, ist jede Enttäuschung usw. überwunden; *kommt Zeit, kommt Rat* = mit etwas Geduld findet sich ein Ausweg, eine Antwort (Duden, 1992, с. 828–829).

Der Grad der Beteiligung der Komponenten an der Bildung der integralen Bedeutung einer phraseologischen Einheit wird hauptsächlich durch die Möglichkeit bestimmt, die Phrase mit einer äquivalenten freien Verbindung zu vergleichen (Білоноженко, 1981, с. 55).



Die Kategorie Zeit ist einer der abstraktesten Begriffe, der jeder Kultur zugrunde liegt und zu den Grundvorstellungen einer bestimmten sprachlichen Ethnie gehört. Die Hauptfunktion der temporalen phraseologischen Einheiten besteht darin, eine emotional bewertende Sicht auf die Welt auszudrücken, uns sprachliche Tatsachen näher zu bringen, sie anschaulich und ästhetisch bedeutsam zu machen. Daher kann man sagen, dass die Schicht der Phraseologie mit dem Begriff der Temporalität zahlreich ist, so dass sie einer weiteren Differenzierung unterliegt.

#### LITERATUR

- Duden. (1992). *Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten*. Dudenverlag.
- Авксентьев, Л. Г. (1987). Семантична структура фразеологічних одиниць сучасної української мови та особливості її формування. *Мовознавство*, 1, 43–46.
- Барчук, В. М. (2011). Граматична категорія темпоральності: семантико-структурний аспект. *Мовознавство*, 6, 64–76.
- Білоноженко, В. М. (1981). Про особливості фразеологічного значення. *Культура слова*, 21, 55–66.
- Кононенко, В. І. (1993). Українська народна фраземіка трансформації образу. *Мовознавство*, 5, 21–27.
- Литвиненко, О. Ю. (2013). Відображення темпорального коду культури через міфологізовані етикетні перформативні фразеологізовані сполучення. *Культура народів Причорномор'я*, 259, 140–143.
- Школяренко, В. І. (2012). Розвиток внутрішньої форми фразеологізмів німецької мови протягом VIII – XVII століть. *Лінгвістика*, 2, 151–160.

#### LES VOIES D'ENRICHISSEMENT DU LEXIQUE DU LANGAGE DES JEUNES EN FRANCE

**Dunets K. R.**

*L'Université Nationale Linguistique de Kyiv*

**Ruban V. O.**

*Candidat ès lettres, maître de conférences*

*L'Université Nationale Linguistique de Kyiv*

Les jeunes sont en construction identitaire permanente. Pendant cette période de transition qui passe par des conduites où on les voit adopter un style vestimentaire particulier, écouter une musique à laquelle ils s'identifient, ils adoptent également un mode de langage qui les singularise.

Chaque génération amène avec elle de nouveaux mots ou de nouvelles significations. Pour construire ce langage, les jeunes ont recours à différents procédés. Ces mots sont issus de contractions, de verlan (des mots dont les syllabes sont inversées), d'autres langues (anglais, arabe du Maroc ou d'Algérie, langues africaines), et ils contribuent à enrichir la langue française, et à marquer

une époque. A noter que, parmi ces mots, il faut souvent noter une distinction entre ceux surtout utilisés à l'oral, et d'autres exclusivement à l'écrit, c'est-à-dire sur les forums internet et les réseaux sociaux ou pour les SMS.

Donc comme on a mentionné les jeunes empruntent des mots de vocabulaire d'autres pays, ou parfois de classes sociales différentes. Le vocabulaire des banlieues et des cités a son succès parmi les jeunes des classes sociales moyennes ou plus aisées.

Les emprunts dans le langage des jeunes proviennent en grande partie de l'anglais. Cela s'explique par le fait que la culture jeune des pays anglophones, surtout des États-Unis, a servi d'exemple pour les jeunes Européens depuis la fin de la Deuxième Guerre Mondiale. Il s'agit à la fois d'emprunts pour des objets auparavant inconnus et d'emprunts qui permettent d'économiser linguistiquement.

Cela est différent pour la plupart des autres langues. Depuis les années 70 environ, on trouve dans le langage des jeunes de plus en plus d'emprunts aux divers dialectes de l'arabe. Ils sont introduits surtout par les jeunes issus de l'immigration maghrébine. Alors l'anglais ou l'arabe apportent de multiples mots comme "love", "chill", "lol", "hess" ou encore "moula".

On peut observer vraiment beaucoup de procédés de création de nouveaux mots par les jeunes. On distingue les procédés de création morpho-sémantiques (parmi eux, l'affixation, la composition et la déformation), syntactico-sémantiques (changements de sens et/ou de fonction) et morphologiques (truncation et siglaison). La combinaison de procédés est fréquente, surtout lorsqu'il s'agit de phrasèmes. Voici quelques exemples connus: la préfixation (nul > archi-nul), la suffixation (directeur > dirlo, cinéma > cinoche), la reduplication (con > con-con), la truncation (examen > exam, cinéma > ciné (apocope), musique > zic, téléphone > phone (aphérèse)), la synopsis (boîte + bac > boîte à bac (signifié: lycée privé)), la conversion (une fille bien, risquer gros), la métaphore (allumer qqn (signifié: flirter avec qqn)), la métonymie (abattoir (signifié: école)) etc.

Les jeux sémantiques – dont les figures de style font partie – sont un procédé fréquent qui consiste à donner un nouveau signifiant à un signifié connu, p. ex. pour voiler un signifiant tabouisé par un signifié anodin, ou pour créer un effet amusant. Les jeunes locuteurs utilisent souvent une réduction ou un élargissement du champ de signifiés, une concrétisation ou une abstraction (moins fréquente), une visualisation de processus invisibles, un jeu sur les analogies possibles (p. ex. visuelles) du signifié, voire un découplage total du contexte original.

Les jeunes modifient également le sens de mots déjà présents dans la langue française afin de les employer dans un contexte proche de la signification originale. Le verbe *capter*, qui consiste à établir une communication, devient alors *se capter* et s'applique quand deux personnes veulent se rejoindre, ou rester en contact.

Le verlan, caractéristique du langage des jeunes par excellence, est un jeu sur la structure des mots qui rend l'énoncé incompréhensible aux non-initiés. Au début des années 80, ce caractère obscurcissant permettait aux jeunes délinquants de parler ouvertement de leurs activités sans être compris. Le procédé étant simple et ludique, il s'est vite répandu parmi les jeunes, perdant ainsi l'aspect de code secret. Et aujourd'hui le catalogue de mots *verlanisés* s'enrichit avec de nouvelles

creaciones según las generaciones y las tendencias. El mot *bête* deviene entonces *teubé* en verlan, *zyva* = vas-y, *chelou* = louche, *vénèr* = énervé.

Il semble, effectivement, que les nouvelles technologies et les réseaux sociaux aient des effets sur la contagion lexicale et les pratiques de communication entre jeunes. En surfant sur le net, et en y regardant des vidéos dans lesquelles leurs congénères s'expriment, les ados enrichissent leur vocabulaire. Ils peuvent également s'apercevoir de la pluralité et du changement du sens d'un mot ou d'une expression en fonction du groupe d'individus qui l'utilise et de son milieu culturel, social et économique.

On peut donc conclure que le multiculturalisme, les anglicismes et arabismes, l'argot, le verlan, l'apparition des portables et d'Internet avec leurs abréviations barbares et leurs transcriptions phonétiques. Tout cela apparaît, se modifie, disparaît ou perdure, composant un vocabulaire des jeunes.

### LITERATUR

Artaud, O. (2023). "*Quoicoubeh*", "*apanyae*". . . *Comment les ados créent leur propre langage sur les réseaux sociaux*.

<https://www.europe1.fr/societe/quoicoubeh-apanyae-comment-les-ados-creent-leur-propre-langage-sur-les-reseaux-sociaux-4165577.amp>

Lievois, K., Nouredine, N. N., & Kloots, H. (2018). *Le lexique des jeunes des cités dans Kiffe kiffe demain : choix traductifs en arabe, espagnol et néerlandais*. TTR; Consortium Erudit.

<https://doi.org/10.7202/1062547ar>

Massias, M.-A. (2021). *Lexique pour comprendre Le langage des ados*.

<https://www.doctissimo.fr/famille/education/crise-d-ados/lexique-mots-adolescents-jeunes>

Langage des jeunes français en 2021: Connais-Tu CES expressions? (2022). *Français avec Pierre*. Retrieved March 21, 2023.

<https://www.francaisavec pierre.com/langage-des-jeunes-francais/>

## PECULIARIDADES DE LA FORMACIÓN DE LOS DIALECTOS EN LA PENÍNSULA IBÉRICA

**Fil O. R.**

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

**Sudorzhenko G. P.**

*Candidata a doctora en Filología*

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

El estudio de las lenguas y de los dialectos que se hablan en España tiene un campo de investigación específico que ha atraído la atención de muchos investigadores durante tiempos. El gran estudioso José Joaquín Montes (2005) lo afirma que la lengua española es un extenso conjunto dialectal en que se entrelazan y contienen numerosas normas dialectales locales, regionales, nacionales y

panhispánicas, niveles socio-culturales y estilos o diafasis que varían de un lugar a otro y de una situación a otra (p. 12). Las causas principales de variaciones lingüísticas son variación diatópica o variantes geográficas, variación diastrática o variantes sociales, variación diacrónica o variantes históricas, variación difásica o variantes de registro.

Varias lenguas y dialectos coexisten en el territorio de España, lo que asegura la diversidad cultural y lingüística. Esta diversidad se debió a cruciales hechos históricos, a saber: la Romanización de la Península Ibérica, la invasión de los pueblos germánicos durante siglo V después de Cristo y la invasión de los árabes en el año 711 al territorio de España y otros hechos importantes, que propiciaron el establecimiento de estrechos contactos con otros pueblos, lo que, como consecuencia, influyó en la establecimiento y la formación de diversas variantes de la lengua española.

En primer lugar, es necesario explicar los conceptos fundamentales para saber qué es la lengua, cuáles son sus propiedades lingüísticas y poder distinguir los términos “lengua” y “dialecto”. Margot Bigot (2010) cita a Ferdinand de Saussure quien ha determinado la lengua como parte esencial del lenguaje, que es a la vez el producto social de la facultad de lenguaje y el conjunto de convenciones necesarias adoptadas por el cuerpo social que permiten el ejercicio de la facultad de lenguaje en los individuos y que la lengua es algo adquirido y convencional, es exterior al individuo, ya que por sí mismo no la puede crear ni modificar (p. 6).

Según el profesor y dialectólogo español Manuel Alvar (2007) el término dialecto es un sistema de signos desgajado de una lengua común, viva o desaparecida; normalmente, con una concreta limitación geográfica, pero sin una fuerte diferenciación frente a otros de origen común (p. 15).

Se describen como locales los dialectos que comparten las mismas características gramáticas (no necesariamente la pronunciación y el vocabulario), con sus formas lingüísticas más cercanas. Además, muchos lingüistas afirman que la diferencia entre el dialecto y el idioma es más en un sentido político, histórico y sociológico que el lingüístico. La diferencia es más bien subjetiva que objetiva. Por lo tanto, podemos concluir que diferencias entre idioma y dialecto son:

- el idioma es más general, mientras que el dialecto es más particular y específico de una zona;
- la lengua o idioma cuenta con más aceptación y se le concede más prestigio que al dialecto; al cual en algunos casos se le considera una desviación del idioma;
- el idioma está política e históricamente determinado, mientras que el dialecto va siendo incorporado por los mismos hablantes.

En español moderno, destaca dos grandes zonas dialectales: la septentrional y la meridional. La zona del norte se considera más conservadora y más cercana al modelo que se eligió como normativo para el castellano clásico. Las variedades septentrionales corresponden a la zona de su origen y la primera distribución de la lengua castellana y los dialectos abarca el norte de España. La zona del norte pasa por Salamanca, Ávila, Madrid, Guadalajara, Cuenca, norte de Albacete, Toledo y Ciudad Real. Sus rasgos principales son los siguientes:

- diferenciación fónica entre “s” y “z / c”;

- leísmo, laísmo;
- yeísmo (*castiyo*), aunque hay zonas que mantienen la diferencia “y / ll”;
- pronunciación interdental de **la d** final (*Madriz, verdaz*) o pérdida del sonido

*amistá*;

- pérdida de **la d** intervocálica: *cansao*.

El dialecto meridional es más moderno y más desarrollado en el campo de la pronunciación. Este tipo incluye el canario, el murciano, el andaluz y el extremeño. Algunas características de este tipo de dialectos:

- confusión **r / l** en posición final de sílaba o palabra: *arta, kuelpo, mi arma*;
- seseo: pronunciación de la **z** o de la **c** ante “e”, “i” como “s”: *sapato, sielo*;
- ceceo: pronunciación de la **s** como “z”: *zabe*;
- pérdida de la **d** y de la **n** intervocálicas o ante “r”: *kansao, bie (viene), pare (padre), halla y haya* no se distinguen en la lengua oral.

Además, se debe distinguir un tipo más de dialecto, estos son los dialectos históricos: el leonés y el aragonés. Debido al dominio y difusión de la lengua castellana desde la Edad Media, se localizaron en las zonas rurales y se utilizaron de forma puramente oral en el ámbito familiar.

A pesar de la gran variedad de investigaciones realizadas en el campo de la dialectología, hoy en día este campo sigue siendo relevante y atrae la atención de muchos investigadores.

## REFERENCIAS

- Alvar, M. (2007). *Hacia los conceptos de lengua, dialecto y hablas*. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- Bigot, M. (2010). *Apuntes de la lingüística antropológica*. Academia.  
[https://www.academia.edu/8873822/Margot\\_Bigot\\_Apuntes\\_de\\_ling%C3%BC%C3%ADstica\\_antropol%C3%B3gica](https://www.academia.edu/8873822/Margot_Bigot_Apuntes_de_ling%C3%BC%C3%ADstica_antropol%C3%B3gica)
- Montes, J. J. (2005). *La unidad y conservación del idioma: esbozo histórico y problemática actual*. Congresos Internacionales de la lengua española  
<https://congresosdelalengua.es/cartagena/sesiones-plenarias/montesgirald-j.htm>

## PRINCIPAL CHARACTERISTICS OF CONTEMPORARY AMERICAN WOMEN'S DRAMA

**Fionova D. M.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Vysotska N. O.**

*Doctor of Sciences (Philology), Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

Contemporary American drama written by women is a phenomenon that deserves the attention of researchers. In our time, when women are becoming more active and influential in society, their voices in the cultural sphere are becoming

more visible and significant. American female playwrights from diverse cultural and social backgrounds create works that reflect the diversity of women's voices and experiences in today's society.

The study of the characteristics of modern American drama written by women is important and relevant in light of the increased interest in women's literature and women's experience. This study will allow a deeper understanding and analysis of the female perspective in drama and will provide a more complete picture of contemporary American theater and its significance in the cultural life of the United States and the world as a whole.

Although this aspect has not been fully explored, there are still some scholars who have carried out a deep analysis of women's drama and provided a more complete picture of modern American drama written by women, as well as identifying the main characteristics that distinguish it from mainstream dramatic works. Such an analysis is an important step towards the understanding contemporary cultural life and the perception of the female voice in society.

The Ukrainian researcher Anna Haydash singles out such characteristics of modern drama written by women as actualization of gender issues: in women's drama there are characters that do not obey the stereotypes of male and female behavior, issues related to sexual and gender identity are considered (Гайдаш, 2004, p. 44); they focus on social issues: in the work of women playwrights, much attention is paid to social problems, such as racism, sexism, homophobia and other forms of discrimination (Гайдаш, 2004, p.51); focus on the inner world of the characters, their emotions and thoughts prevails; non-standard narrative and variety of genre forms: female playwrights often use non-standard narrative methods, such as flashbacks, monologues and montage techniques; they also experiment with different genres, including traditional realist drama, theater of the absurd, fantasy, and postmodern modes (Гайдаш, 2004, pp.112–131).

This idea is supported and developed by Emily B. Klein (Klein, 2022), claiming that women playwrights often incorporate intersectionality into their work by exploring the intersection of gender, race, class, and sexuality. They highlight the ways in which these different identities intersect and affect women's experiences and struggles. According to her, women playwrights often blur the boundaries between reality and fantasy, past and present, and the personal and the political. They use various techniques such as magical realism, non-linear narratives, and fragmented storytelling to create a unique and powerful theatrical experience. Moreover, the scholar draws attention to women's use of the technique of absurdism in order to challenge the traditional patriarchal structures and power dynamics, using humor, irony, and surrealism to subvert and critique the norms and values of the dominant culture. More importantly, many female playwrights seek to empower women through their work. They create strong female characters who resist oppression and fight for their rights, challenge the stereotypes and misconceptions about women and present them as complex, nuanced, and multidimensional individuals.

A similar point of view is also held by such researchers as S. M. Al-Shraah, M. A. Alnwairan, and A. A. Alkhawaldeh, who in their work single out the

engagement with Feminist Theory among the prominent characteristics of female American drama: they may draw on the work of feminist scholars and activists to inform their plays and use their work as a platform to promote feminist ideas and values. They point to the use of non-linear narrative structures, fragmentation, and experimental techniques as ways that feminist playwrights use to challenge traditional dramatic conventions and create new forms of theatrical expression (Al-Shraah, Alnwairan & Alkhalwaldeh, 2023). Overall, the researchers contend that the utilization of feminist theory by women playwrights has been a significant angle of their commitments to drama and women's liberation, and has made a difference to advance more noteworthy mindfulness and understanding of women's experiences and struggles .

Taking everything into account, the increased visibility and influence of women in society have led to the diversity of women's voices and experiences being reflected in the cultural sphere, particularly in the theater. The study of contemporary American drama written by women is important and relevant given the increased interest in women's literature and experiences. It allows for a deeper understanding and analysis of the female perspective in drama and provides a more complete picture of contemporary American theater and its importance in cultural life.

## REFERENCES

- Гайдаш, А. В. (2004). Жіноча драматургія США в контексті ідейно-естетичних шукань американського театру кінця 1970-90-х років. [Дис. канд. філол. наук].
- Al-Shraah, S. M., Alnwairan, M. A & Alkhalwaldeh, A. A. (2023). From the Private Submissive Sphere to Public Intellectual Resistance: American Female Playwrights' Contributions to Dramaturgy and Feminism. *Information Sciences Letters*, 12(2), 689–696.  
<https://doi.org/10.18576/isl/120212>
- Klein, E. B (2022). A New Feminist Absurd?: Women's Protest, Fury, and Futility in Contemporary American Theatre. *Modern Drama*, 65(1), 24–51.  
<https://doi.org/10.3138/md-65-1-1187>

## LA PLACE DE LA LINGUISTIQUE COGNITIVE DANS LE SYSTÈME DES RECHERCHES MODERNES

**Galkina O. V.**

*Université nationale linguistique de Kyiv*  
Directeur de recherche: **Yesypovych K. P.**  
*Candidat ès lettres, maître de conférences*  
*Université nationale linguistique de Kyiv*

La linguistique cognitive constitue une branche de la linguistique assez jeune ainsi constitue le champ pour les études vraiment intéressant. Pour commencer la recherche de la linguistique cognitive il faut absolument définir sa place et rôle dans le système d'autres sciences humaines.



Aujourd'hui la linguistique cognitive identifie un mouvement scientifique qui prend son origine aux États-Unis (les années 1970). Cette branche de la linguistique: considère qu'il existe un lien profond entre les processus neurobiologiques et la langue. Elle étudie le fonctionnement de l'esprit et du cerveau, dans ses cadres le langage constitue un objet d'investigation de première importance: l'espèce humaine est en effet la seule à disposer de cette "faculté supérieure" particulièrement complexe (Fuchs, 2004).

Le processus de l'activité cognitive est régi par deux niveaux: 1) neurophysiologique; 2) cognitif. Les connaissances génétiquement héritées résident au niveau neurophysiologique. Sur leur base, des connaissances primaires sont acquises, qui acquièrent le statut d'a priori et servent de base à l'acquisition de nouvelles connaissances – soit sur une base empirique, soit par syllogisme.

Le processus de cognition se déroule également au deuxième niveau – cognitif, lorsque la connaissance est considérée comme un problème et des informations accumulées par le cerveau, qui peuvent être utilisées pour réfléchir et résoudre des tâches pratiques. Une telle connaissance est le résultat du processus d'apprentissage de la réalité, sa réflexion adéquate dans l'esprit humain sous la forme d'idées, de jugements, de conclusions, etc (Бовк, 2015).

La linguistique cognitive est une science intégrale des processus cognitifs de l'esprit humain qui fournissent la pensée et la connaissance du monde environnant. La cognitologie étudie les modèles de conscience associés aux processus de cognition, à l'acquisition, la production, l'utilisation, le stockage, le transfert de connaissances aux individus, ainsi qu'au traitement et à la transformation des informations qui parviennent à une personne de différentes manières, avec la prise des décisions sur la base de ces informations, comprendre le langage humain, construire des conclusions logiques, l'argumentation et d'autres types d'activités cognitives.

La langue devient le centre de toute activité cognitive d'une personne, un représentant de ses processus cognitifs et de ses capacités. Elle ouvre l'accès au monde des autres, aux structures de leur conscience. À l'état actuel du développement de la recherche linguistique, la solution de nombreux problèmes théoriques et pratiques est liée à l'étude des particularités de la représentation des connaissances dans la langue, c'est-à-dire la relation entre les structures cognitives et linguistiques.

L'objet de la linguistique cognitive est la cognition dans sa représentation linguistique. La cognition est un ensemble de structures et de processus mentaux qui englobe toute l'activité cognitive humaine. Le sujet de son étude est de tels modèles de représentation des connaissances humaines et des idées sur le monde environnant en tant qu'image du monde, cadre, stéréotype, archétype, concept, ainsi que les moyens de leur verbalisation. Le but de la linguistique cognitive et décrit des rapports entre les structures de la langue et de la conscience humaine (Шевченко О. М., Шевченко Н. С., 2020).

Ce champ de recherche se situe à la frontière de plusieurs disciplines, car il intègre les efforts de scientifiques de divers domaines (psychologie, philosophie, logique, linguistique, psycholinguistique, anthropologie, mathématiques, cybernétique, etc.)

Les principes de la linguistique cognitive sont : anthropocentrisme – l'étude de la sphère mentale et spirituelle d'une personne dans sa relation avec le langage;

cognitivism – concentration de la recherche sur le langage réel et les unités et processus de pensée dans le cerveau humain; expansionnisme – spécialisation interne de la science et en même temps intégration plus étroite avec d'autres sciences, dans la recherche linguistique, en particulier, en tenant compte du contexte culturel ; caractère explicatif – une instruction pour expliquer les phénomènes linguistiques plutôt que de les énoncer.

La principale méthode de linguistique cognitive est la méthode d'analyse conceptuelle. L'analyse conceptuelle peut être considérée comme une analyse des concepts (c'est-à-dire des noms abstraits) sur lesquels reposent les contextes les plus utilisés du mot, qui sont à la base de l'organisation de sa carte cognitive.

Le but ultime de l'analyse conceptuelle est la construction d'un modèle conceptuel de ce fragment d'information, qui est fixé par un signe. Pour cela, les éléments de sens doivent être groupés, agencés et interconnectés d'une manière particulière.

Les structures conceptuelles sont les outils d'un tel agencement: propositions, cadres, grilles, modèles prototypes, etc. Dans le même temps, les cadres et les modèles prototypes sont considérés comme des structures de base (Шевченко О. М., Шевченко Н. С., 2020).

Pour conclure on peut dire que la linguistique cognitive est une science qui fait partie des disciplines cognitives et a des liens étroits avec des sciences humaines dédiées aux études du cerveau et des processus neurobiologiques. On a indiqué l'objet, le but et des principes fondamentaux de cette science. Comme ça la linguistique cognitive constitue un objet considérablement intéressant pour la recherche profonde.

## RÉFÉRENCES

- Fuchs, C., (2004). *Pour introduire à la linguistique cognitive. Éditions de la Maison des sciences de l'homme.*
- Вовк, О. І., (2015). Особливості конструювання знань в аспекті когнітивної парадигми. *Лінгвістичні дослідження: Зб. наук. праць ХНПУ ім. Г. С. Сковороди*, 39.
- Шевченко, О. М., Шевченко, Н. С., (2020). Когнітивна лінгвістика як напрям мовознавчого дослідження. *Молодий вчений*, 7.1 (83.1).

## EMPRUNTS À L'ANGLAIS DANS LES TEXTES DE PUBLICITÉ

**Gontova P. V.**

*Narodowy Uniwersytet Lingwistyczny w Kijowie*

Directeur de recherche: **Dyachenko N. L.**

*Profesor nadzwyczajny, kandydat nauk filologicznych*

*Narodowy Uniwersytet Lingwistyczny w Kijowie*

Un emprunt est un mot ou une expression emprunté(e) à une autre langue et adopté(e) par une langue donnée. Les emprunts sont souvent nécessaires

lorsqu'une langue n'a pas de mot équivalent pour décrire quelque chose de nouveau ou de spécifique, ou lorsque le mot emprunté est considéré comme plus adapté ou plus à la mode. Les emprunts peuvent être de différentes formes, tels que des mots entiers, des préfixes, des suffixes, des racines, des phrases ou même des expressions idiomatiques.

Les premiers emprunts en français remontent à l'époque gallo-romaine, lorsque l'Empire romain eut une influence significative sur la Gaule (la région qui est aujourd'hui la France). Le latin, langue de l'Empire romain, est progressivement adopté par les Gallo-Romains, entraînant le développement de la langue française primitive. De nombreux mots et expressions latins ont été incorporés dans le lexique français à cette époque. Cependant, il est important de noter qu'on observe un lien étroit avec l'anglais dans l'histoire du français : depuis le Moyen Âge, lorsque les Normands ont conquis l'Angleterre, jusqu'à nos jours grâce aux relations internationales et au développement des sciences modernes. Ces deux langues ont subi des influences mutuelles à différentes époques, ce qui mérite d'être examiné séparément du reste. Ainsi, si les premiers emprunts au français remontent précisément à l'époque gallo-romaine, l'incorporation de mots anglais dans la langue est un développement plus récent. Les emprunts anglais en français remontent au Moyen Âge, lorsque les Normands ont conquis l'Angleterre, jusqu'à nos jours, les relations entre le français et l'anglais ont été très étroites. Ces deux langues ont subi des influences réciproques à des moments différents qui méritent d'être analysées séparément. Cette influence réciproque a laissé de nombreuses traces tout au long de leur histoire. L'arrivée de Guillaume de Normandie en 1066 a permis l'introduction de la culture française en Angleterre, ce qui a influencé l'évolution de la langue anglaise. En effet, la moitié du vocabulaire anglais est d'origine française, selon Henriette et Gérard Walter (1994). Les exemples de mots empruntés sont nombreux, tels que *tower*, *butler*, *table*, *gentle*, *forest*, etc. À partir du XIV<sup>e</sup> siècle, le nombre de mots français empruntés à l'anglais a encore augmenté, avec l'introduction de termes abstraits comme *influence*, *variation*, *virtue*, et de termes liés au commerce et à la cuisine. D'autre part, le vocabulaire anglais du droit et des lois est presque entièrement inspiré du vocabulaire français. Pendant la Révolution française, des mots du champ sémantique de la politique ont été intégrés, tels que *speaker*, *comité*, *verdict*, *jury*, *shérif*, *pamphlet*, *meeting*... Le regain de popularité de la société anglaise à partir du XVIII<sup>e</sup> siècle a conduit à une véritable anglomanie, faisant de l'anglais la principale source d'emprunt pour le français. Les champs sémantiques concernés sont divers : vêtements, sports, aliments, coutumes britanniques, etc. Les anglicismes sont devenus la principale source d'emprunt à partir du XX<sup>e</sup> siècle. Selon Hilary Wise (1997), après la Deuxième guerre mondiale, le nombre de mots anglais empruntés vers le français était plus élevé que celui des mots français empruntés vers l'anglais, pour la première fois dans l'histoire. Claude Hagège, le linguiste français contemporain, (1987) a suggéré que le terme approprié pour cette période est «franricain» plutôt que «franglais», qui a été utilisé par Étienne en 1964 (H. Wise, 1997). En langue française, on enregistre le plus grand nombre d'emprunts à la langue anglaise ; parmi 5 % des emprunts aux langues étrangères, 2,5 % sont des emprunts anglo-

américains), dans des domaines tels que le théâtre, la publicité, les affaires, le journalisme sportif et les technologies. Les emprunts à l'anglais deviennent plus visibles dans le XXI<sup>e</sup> siècle, notamment à travers la publicité et les médias de masse, ce qui a conduit à des interventions sévères de la part des défenseurs de la langue en France pour réduire l'utilisation de l'anglais dans le discours commercial ou bien publicitaire.

Le discours publicitaire est une combinaison de textes, d'images et de sons qui visent à persuader les gens et à les inciter à agir en fonction des promesses qu'il contient. Dans le cadre de la publicité, l'anglais, étant une langue de communication plus répandue, est devenu un choix viable pour véhiculer l'image de prestige, de sophistication, de compétence, d'innovation mais aussi d'élégance (E. Martin, 2002 ; M. Picone, 1996 ; I. Piller, 2003 ; Ruellot, 2011). Dans les études d'Elizabeth Martin (1988 ; 2002) et Viviane Ruellot (2011), la grande majorité des emprunts à anglais utilisés dans les copies publicitaires françaises sont le type d'emprunts qui se rapportent à ces images publicitaires positives.

Les emprunts anglais en français toujours font l'objet de débats et de controverses, certains puristes de la langue affirmant qu'ils diluent la pureté de la langue française. La culture linguistique en France est toujours marquée par le 'bon usage' et la pureté. Cependant, d'autres voient des emprunts comme une partie naturelle et inévitable de l'évolution du langage et de l'adaptation aux circonstances changeantes.

## ЛІТЕРАТУРА

- Рубан, В. О. (2015). Позамовні чинники англомовних запозичень у сучасній французькій мові. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, 15, 2.
- Barffour, A. A. (2016). A study of english loanwords in french written texts and advertisements and the perceptions and attitudes of the francophone readership. <https://ir.ua.edu/handle/123456789/2685>.
- Chareaudau, P. (1994). Le discours publicitaire, genre discursif. Mscope, 8. CRDP de Versailles.
- Hilary, W. (1997). The vocabulary of modern French: Origins, structure and function. Routledge; 1st edition.
- Marchello-Nizia, C. & Picoche, J. (1991). Histoire de la langue française. Nathan Université.
- Martin, E. (2002). Mixing English in French advertising. World Englishes.
- Walter, H. & Walter, G. (2014). *Dictionnaire des mots d'origine étrangère*. Larousse.
- Zaki, N. (2017). L'emprunt dans le discours du cybermarketing: le cas despublipostages. [https://www.academia.edu/61532411/L\\_emprunt\\_dans\\_le\\_discours\\_du\\_cybermarketing\\_le\\_cas\\_des\\_publipostages](https://www.academia.edu/61532411/L_emprunt_dans_le_discours_du_cybermarketing_le_cas_des_publipostages)

## ÜBERSETZUNG VON SPRACHLICHEN EINHEITEN DES LEXIKALISCH-PHRASEOLOGISCHEN FELD “HAUSHALT”

**Hanusiak O. I.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Petrotschuk O. W.**

*Doktor, Dozentin*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Das Thema ist heute aus mehreren Gründen relevant. Erstens gibt es in der modernen Welt einen wachsenden Bedarf an Übersetzungen in verschiedenen Lebensbereichen, auch im Alltag. Die Menschen reisen immer häufiger, ziehen in ein anderes Land, um sich dort dauerhaft niederzulassen, machen Geschäfte mit Ausländern und benötigen daher hochwertige Übersetzungen von Texten, die mit der Haushaltsführung zu tun haben. Zweitens ist die Haushaltsführung ein wichtiger Aspekt der Kultur und des Lebens in jedem Land. Zweitens ist, wie Maaß (2012) feststellt, die Haushaltsführung ein wichtiger Aspekt der Kultur und des Lebens in jedem Land. Das Verständnis der Konzepte und der Terminologie im Zusammenhang mit dem Haushalt hilft, die Kultur und die Traditionen eines anderen Landes besser zu verstehen (c.16). Drittens ist das Verständnis der Semantik des lexikalischen und phraseologischen Bereichs “Haushalt” wichtig für diejenigen, die im Bereich der Übersetzung arbeiten, sowie für Studierende und Wissenschaftler der Linguistik, Sprachwissenschaft und Übersetzungswissenschaft. Das Themenfeld “Haushalt” umfasst ein breites Spektrum von Begriffen und Ausdrücken, die mit dem Alltag, dem Haushalt und der Hausarbeit zusammenhängen. Die folgenden Wörter und Ausdrücke gehören zu diesem Bereich:

1. домашні обов’язки – Hausarbeit
2. побутові речі – Haushaltsgegenstände
3. кулінарія – Kochkunst
4. прибирання – Reinigung
5. дім і сім’я – Haus und Familie
6. домашнє устаткування – Haushaltsausrüstung
7. господарські потреби – Haushaltsbedarf

Im Ukrainischen und im Deutschen gibt es viele Redewendungen, die sich auch auf den Haushalt beziehen, wie z. B.: домашній затишок, домашнє щастя, домашня кухня, домашні роботи. Im Deutschen gibt es auch viele Redewendungen, die verschiedene Aspekte des häuslichen Lebens widerspiegeln können, wie *Haus und Hof*, *Haus und Heim*, *Hausmannskost*, *Hausputz machen*. Bei der Übersetzung von Wörtern und Sätzen aus diesem Bereich aus dem Ukrainischen ins Deutsche ist es wichtig, die nationalen Traditionen und Besonderheiten des Alltagslebens in jedem Land zu berücksichtigen. Zum Beispiel приготування їжі im allgemeinen Sinne mit “kochen” übersetzt werden, aber für Ukrainer kann das Kochen von Borschtsch oder Knödeln eine besondere Bedeutung haben, so dass die Übersetzung genauer sein kann, wenn spezifische

Begriffe verwendet werden (Hammer & Schüler, 2018). Deutsche Forscher können diese Übersetzungen nutzen, um die Beriefe zum Thema Haushalt im ukrainischen Text zu verstehen und zu analysieren. Es ist auch wichtig, die kulturellen und sozialen Unterschiede zu berücksichtigen, die die Interpretation von Wörtern und Sätzen in verschiedenen Sprachen beeinflussen können. Bei der Übersetzung vom Deutschen ins Ukrainische ist zu beachten, dass einige Begriffe spezifisch für die deutsche Kultur sind und möglicherweise keine direkte Entsprechung im Ukrainischen haben. Bei der Übersetzung von Phraseologismen ist es wichtig, sich der Bedeutungsbesonderheiten und des Kontexts ihrer Verwendung bewusst zu sein (Hausmann, 1989).

Die Semantik des lexikalisch-phraseologischen Feldes "Haushalt" ist also wichtig für das Verständnis und die Verwendung der Sprache in Alltagskommunikation. Man muss den Kontext, die kulturellen und nationalen Besonderheiten berücksichtigen, um die Genauigkeit und Angemessenheit der Übersetzung zu gewährleisten.

## LITERATUR

- Hammer, A., & Schüler, S. (2018). *Übersetzen Deutsch-Russisch: Ein Arbeitsbuch für Studium und Praxis*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG.
- Maaß, C. (2012). *Übersetzung – Translation – Traduction: Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Frank & Timme GmbH.
- Hausmann, F. J., Reichmann, O., Wiegand, H. E., & Zgusta, L. (1989). *Wörterbuch der idiomatischen Ausdrücke*. Directmedia.

## SCOTTISH ENGLISH ACCENTS. LEXICAL-SEMANTICAL AND PHONOLOGICAL ASPECT

**Hlazkova C. T.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Vasylenko D. V.**

*Ph.D., Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

Scottish English, the object of this research paper, has long been the interest of many scholars and researchers of the past and the present, both as a phenomenon unto itself and as a part of "a threefold linguistic situation" (Katalin, 2008, p. 32). The subject of the paper is to expand on the phonological and lexical aspects of Scottish accents (SEa). Aitken (1984, 2015) recognises two extreme varieties of spoken Scottish – vernacular Scots and SSE (pp. 4, 15), – while Katalin (2008) sets out three: SSE, Scots (later accepted as a separate language (Robinson, 2022); yet there regarded as a common name of Scottish dialects), and SEa (p. 32).

Rhoticity, generally seen as one of the most distinctive traits, takes several forms of realisation, depending on the position in the word (*very* /r/ and *car*

/ɪ/), context and other factors, such as age and sex, not being limited only to the voiced alveolar trill (Aitken, 1984, 2015, p. 14). The assimilation of clusters is highly productive, resulting in /ŋ/ (*single*), /nn/ (*candle*) or /n/ (*hand*), /k/ (*church*) and other. Analogous is the pronunciation of the lateral consonant /l/, which is mostly velarised into dark /l/ regardless of its position in the word, e.g., *meal* /mi:l/, *loch* /tɔχ/, where the latter may also be regarded as an example of the usage of voiceless velar fricative in borrowed lexis, which is specific to SEa, though the younger generations have a tendency of preferring /k/ instead (Neřoldová, 2013, p. 47). Most of the SEa, but that of Caithness, favour the slightly aspirated or non-aspirated way of pronouncing initial voiceless plosives, as the result of Scottish Gaelic influence (Neřoldová, 2013, p. 48), while aspirating them in final position, e.g., *teak* /tik<sup>h</sup>/ (Aitken, 1984, 2015, p. 14).

Next to be discussed is the system of vowels. Under the influence of the Scots, some SEa vowels have mostly lost their length opposition, being long only under definite environment, e.g., *moor* and *mare*, except for /ɪ/, /ʌ/, and, in some modern varieties, /e:/, /i:/ and /ɔ:/. Here one may as well relate a diphthong /aɪ/, which is considered /ʌi/ outside the conditions of Scottish Vowel-Length Rule, as in *pride* /praɪd/ – *pried* /praɪd/ (Aitken, 1984, 2015, pp. 9-12). Other of the specifically recognised as Scottish vowels, i.e., central /u/, may be regarded as a result of merging opposed RP vowels – here, words /bʊk/ and /fu:d/ may be rhymed as /bʊk/ and /fʊd/. The realisation of the NURSE merger has considered reducing vowels /ɪ, ɛ, ʌ/ to a central vowel /ɜ/ with following /r/, as in /gɜr/ and /bɜrd/, analogous to the RP (Aitken, 1984, 2015, p. 9), however, other speakers have a tendency of discerning them as in *kerb* /kɛrb/ and *curb* /kʌrb/ (Katalin, 2008, p. 38). Similar is the situation with SEa diphthongs that mostly have monophthongal realisation, i.e., *go* /gʊ/, /haus/ – /hus/.

The lexical field of SEa may be represented by means of so-called Scotticisms – words and phrases that, according to Macafee (Aitken, 1984, 2015, pp. 1-2), are Scottish vocabulary and can be classified into several groups. Although, some words may be thought by the public to be Scottish in origin, they often are not, i.e., Scandinavianisms, such as *bairn* (child) and *lass* (young woman) (Aitken, 1984, 2015, p. 16). As well as in the RP, SEa have different sets of lexis for formal and informal speech (i.e., informal *pinkie* for *little finger*), or more or less commonly accepted words, e.g., *ashet* (plate). That may be recognised in speech of urban areas, where exist such a phenomenon as Scots-SSE Bipolar Continuum, a drift from Scots into English and vice versa (Robinson, 2022). Differences may also be observed between speakers of different locations, e.g., *children* may be realised as *trildin* (Aberdeen), *waynes* (Glasgow), and *bairns* (Fife). The usage of different names for one thing is common due to the linguistic situation, e.g., *maw*, *mither* or *midder* (Kirkpatrick, 2006). Some of cultural Scotticisms, lexical items that are specific to Scottish life, may be spotted easily being connected to mythology or culture, or be assimilated internationally, e.g., *brownie*, *plaid*, *academy*, *Dean of Faculty*. “Vulgarisms”, as they are being called by Aitken (1984, 2015), may be viewed not only as the lexis of working-class speech, but also as the source of



newly created Scotticisms, e.g., *high-heid-yin* (boss). The “Ideal Scots”, however, may be considered endangered, since fewer words are used by fewer people, e.g., *graith* (equipment), *nowt* (cattle) (Aitken, 1984, 2015, p. 26).

To conclude, Scottish English accents bear particular features that have been incorporated by them from their linguistic backgrounds, elaborating upon them further in their own directions. Acquiring a basic understanding of the phonological and lexical-semantic aspects of Scottish English accents, it may be possible to articulate more explicitly further work on the specifics of Scottish lexis and its implementation in the spoken language.

## REFERENCES

- Aitken, A. J. (1984, 2015). *Scottish accents and dialects*.
- García-Bermejo Giner, M.F. (1998). *The Northern/Scottish Dialect in Nathaniel Woodes*. Sederi (9), 9–21.
- Katalin, B. B. (2008). *Beginner's English Dialectology: An Introduction to the Accent and Dialects of English*. 1-15, 32–43. AD LIBRUM.
- Kirkpatrick, B. (2006). *The Concise Dictionary of Scottish Words and Phrases*. UK: Crombie Jardine Publishing Limited.
- Neřoldová, V. (2013). *Standard Scottish English: An Illustration for Journals of the International Phonetic Association*. (Bakalářská diplomová práce). Palacký University, Olomouc.
- Robinson, J. (2022). *Language, accent and dialect in Scotland*.  
<https://www.bl.uk/british-accent-and-dialects/articles/accent-and-dialects-of-scotland>

## STRUKTURFORMELN DER DEUTSCHEN PARÖMIEN FÜR DIE BEZEICHNUNG DER HÖFLICHKEIT

**Horbatsch M. O.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Kulyk N. D.**

*Doktorin, Dozentin*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Das Wort “Parömie” kommt aus dem Altgriechischem und bedeutet Sprichwort, Sinnspruch oder Denkspruch. Jede Kultur hat ihre eigenen Höflichkeitsnormen, die sich im Laufe der Geschichte herausgebildet haben. Es gibt verschiedene linguistische Höflichkeitsforschungen. Nach P. Zborowski (2015) kann das Grundkonzept der Höflichkeit solche verbalen Normen wie Dankbarkeit, Anrede, kultivierter Gesprächsbeginn, kultiviertes Gesprächsende und Bitte um Entschuldigung wegen Taktlosigkeit oder Beleidigung enthalten. Dieses Konzept umfasst auch das Verhalten in Bezug auf die Erwartungen der Person, mit der die Interaktion stattfindet. In dieser Arbeit werden Strukturformen deutschen Parömien für die Bezeichnung der Höflichkeit betrachtet.

In den meisten Fällen kann ein Muttersprachler leicht Sprichwörter in einer bestimmten Sprache erkennen. Dies liegt an bestimmten syntaktischen Strukturen, die Sprichwörter und Sprüche haben. Daraus folgt, dass es einige dauerhafte Strukturen gibt, die für die Identifizierung eines Sprichworts sehr wichtig sind: Je mehr dieser stilistischen Merkmale ein Satz aufweist, desto höher ist der Grad der Sprichwörtlichkeit und desto wahrscheinlicher ist es, dass der Satz als Sprichwort identifiziert wird.

Alle Sprachen verfügen über bestimmte Strukturformeln, die ein hohes Maß an Originalität des Sprichworts als sprachliche Form aufweisen. Neue Sprichwörter werden oft auf der Grundlage alter Modelle geschaffen. Wenn wir bestimmte Sprichwörter in verschiedenen Sprachen der Welt vergleichen, können wir feststellen, dass diese Strukturformeln in einer Vielzahl von Sprachen vorkommen. Dies lässt darauf schließen, dass Sprichwörter im Allgemeinen eine gemeinsame syntaktische Architektur sowie einen ähnlichen Kern von Werten und Moralvorstellungen haben.

Einige Studien zeigen, dass moderne Sprichwörter meist auf zwei- oder dreiteiligen einfachen Sätzen beruhen. Die Frage- oder Imperativform ist weit weniger verbreitet. Diese Strukturierung ist für die Parömiologie sehr nützlich. Ein solches System kann als nützliches Werkzeug für die Korpuslinguistik dienen. Hrisztalina Hrisztova-Gotthardt (2016) plädiert für ein sprachübergreifendes Klassifizierungssystem, mit dem Sprichwörter aus verschiedenen Sprachen nach den ihnen zugrunde liegenden syntaktischen Formeln gruppiert und verknüpft werden können.

Da es bekannt ist, welche Art von Parömien als Parömien der Höflichkeit angesehen werden können, es ist möglich zu untersuchen, welche strukturellen Formen sie enthalten. Ausgehend von den von Hrisztalina Hrisztova-Gotthardt vorgestellten Formen, die sich auf alle Sprichwörter beziehen, werden Beispiele unterschieden, die die Bezeichnung der Höflichkeit enthalten:

- A ist B. (z.B. *Pünktlichkeit ist die Höflichkeit der Könige; Eine Höflichkeit ist der andere wert*);
- Nicht A ist B. (z.B. *Keine Antwort ist auch eine Antwort*);
- A ist nicht B. (z.B. *Eigenlieb ist niemand lieb; Höflichkeit ist nicht Schuldigkeit*);
- A und B. (z.B. *Leben und leben lassen*);
- Je [...] A, desto (je) [...] B. (z.B. *Je später der Abend, desto schöner die Gäste*);
- Wer A, (der) B. (z.B. *Wer zu spät kommt, hat das Nachsehen*);
- Wie A, so B. (z.B. *Wie man dich grüßt, so sollst du danken; Wie der Gast, so die Kost; Wie du mir, so ich dir*);
- Wo A, da B. (z.B. *Wo man wird gut aufgenommen, [da] muss man nicht gleich wiederkommen*).

Natürlich gibt es noch mehr solcher Strukturen, aber es ist nicht möglich, ein Beispiel über Höflichkeit für alle zu finden, oder einige werden nicht allgemein verwendet. Mit der Zeit können nicht nur neue Strukturen entstehen, sondern auch neue Themen, die wir mit dem Konzept der Höflichkeit in Verbindung bringen

können. Schon jetzt ist ein gesellschaftlicher Wandel zu beobachten, der die Normen der Kommunikation verändert. Wenn sich diese Normen ausreichend ändern, müssen wir über eine neue Bedeutung der Höflichkeit nachdenken. Dann werden vielleicht die alten Sprichwörter und Redewendungen mit ihrer überholten Bedeutung verschwinden und neue auftauchen, aber die Struktur kann ganz oder teilweise erhalten bleiben.

Syntaktische Strukturen erleichtern die Suche nach einer Äquivalenz in einer anderen Sprache, den Prozess der Übersetzung oder die Schaffung neuer Sprichwörter und Neologismen. Die Parodie von Sprichwörtern kann oft als eine Art der Komödie verwendet werden. Es ist sehr wichtig, die Strukturen von Parömien zu untersuchen. Eine solche Analyse hilft nicht nur bei der Identifizierung von Parömien im Text und bei der Beschreibung moderner Sprichwörter, sondern ermöglicht auch die Untersuchung der Veränderungen, die in jeder Sprache in diachroner Perspektive stattgefunden haben. Auch die in den Sprichwörtern verwendeten Stilmittel können sich entsprechend dem Niedergang der alten Formeln und der Entstehung neuer Formen verändern.

#### LITERATUR

- Бойко, Н. В. (2008). *Deutsche Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten. Німецькі прислів'я та приказки*. Зволейко Д. Г.
- Hrisztova-Gotthardt, H. (2016). *Kein Sprichwort ohne Strukturformel? Vorgeprägte syntaktische Schemata in aktuell gebräuchlichen bulgarischen Sprichwörtern*. De Gruyter Mouton.
- Zborowski, P. (2005). *Dankbarkeit vs. Höflichkeit und sprachliche Routine*. Wydawnictwo Naukowe UAM.

### LEXIKOGRAMMATISCHE MITTEL DER MODALITÄT VON VERPFLICHTUNG/UNVERBINDLICHKEIT IN DER DIPLOMATIESPRACHE UND DEREN ÜBERTRAGUNG BEI DER ÜBERSETZUNG

**Hripko W. K.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Bilous O. M.**

*Professor*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

In der Sprache der Diplomatie kann die Modalität Verpflichtung/Unverbindlichkeit durch verschiedene lexikalische und grammatikalische Mittel ausgedrückt werden. Am häufigsten werden Verben und Adjektive verwendet, die einen modalen Charakter haben. Um sie während der Übersetzung zu vermitteln, sollten Kontext und Zweck der Aussage berücksichtigt werden.

Beispielsweise kann “muss” sowohl eine Verpflichtung als auch eine hohe Wahrscheinlichkeit ausdrücken. Daher ist es wichtig, nicht nur auf den Kontext zu

achten, sondern auch die Besonderheiten der Verwendung von Modalitätsverben in jeder Sprache zu kennen.

Eine wortwörtliche Übersetzung kann oft zu Missverständnissen führen. Es ist daher notwendig, die Bedeutung der lexikogrammatischen Mittel in der Ausgangssprache zu verstehen und dann eine passende Entsprechung in der Zielsprache zu wählen. Dabei können auch andere Faktoren wie Kultur, Höflichkeit und Stil eine Rolle spielen.

Der Forschungsgegenstand der Magisterarbeit ist lexikogrammatische Mittel der Modalität von Verpflichtung/Unverbindlichkeit in der Sprache der Diplomatie und deren Übermittlung bei der Übersetzung.

Das Ziel der Forschung ist es herauszufinden, wie die lexikogrammatischen Mittel der Modalität von Verpflichtung/Unverbindlichkeit in der Sprache der Diplomatie bei der Übersetzung effektiv übertragen werden können.

Die Aufgabe der Forschung:

- die verschiedenen Strategien und Techniken zu studieren, die Übersetzer anwenden, um die Mittel der Modalität/Unverbindlichkeit in der Zielsprache zu vermitteln;

- Untersuchung der Probleme, die bei der Übertragung von Modalitätsmitteln in die Zielsprache auftreten können;

- Möglichkeiten zur Überwindung möglicher Probleme bei der Übertragung von Modalitätsmitteln in die Zielsprache zu ermitteln.

Die Forschungsmethoden:

- Textanalyse – Datenerhebung und deren Analyse;

- deskriptive Methode – Beschreibung des Sprachsystems auf der Grundlage der erhaltenen Informationen;

- Beobachtungsmethode – Ansehen von Videomaterialien im Bereich Diplomatie.

Die Sprache der Diplomatie ist ein Diskurs, der in den internationalen Beziehungen und der Diplomatie für die Kommunikation zwischen Vertretern verschiedener Länder und Organisationen verwendet wird. Die Sprache der Diplomatie ist eine spezifische Redeart, die sich durch Förmlichkeit, Präzision, Langsamkeit und emotionale Zurückhaltung auszeichnet.

In der Sprache der Diplomatie werden meist Elemente wie förmliche Ansprachen, die Verwendung angemessener Titel, die Wahl des richtigen Vokabulars und der grammatikalischen Formen, respektvolle Betonung und aufmerksamer Umgang mit dem Partner verwendet. Der Zweck der Sprache der Diplomatie besteht darin, einen Konsens zu erzielen und die verschiedenen Interessen der Parteien in Einklang zu bringen.

Beispiele für den Gebrauch der Sprache der Diplomatie, wie internationale Verträge, Reden auf internationalen Konferenzen, Reden im Parlament und diplomatische Korrespondenz, dienen als praktisches Forschungsmaterial.

Mittel der Verpflichtung/Unverbindlichkeit in der Sprache der Diplomatie spielen eine wichtige Rolle, um Höflichkeit und Respekt gegenüber einem Partner aus einem anderen Land auszudrücken. Auch in der Kommunikation können sie helfen, je nach Situation und Zweck den gewünschten Effekt zu erzielen.

## LITERATUR

- Olena Kovalova (2017). "Modalität als Mittel der Verantwortungsübernahme in der englischen Diplomatiesprache".
- Tamara Lozovska (2016). "The use of modal verbs in diplomatic discourse".
- Annarita Taronna (2014). "Modalität im Italienischen Diplomatischen Diskurs".
- Ana María Margallo (2005). Arbeit "Modality in diplomatic texts: a contrastive analysis".

## TEMPORAL PARADIGM IN AUDREY NIFFENEGGER'S NOVEL THE TIME TRAVELER'S WIFE

**Iliuchenko M. O.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Vysotska N.O.**

*Doctor of Sciences (Philology), Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

Audrey Niffenegger's novel *The Time Traveler's Wife* describes an unusual love story between the two characters, Clare and Henry, as it develops in a space-time continuum based on a static theory of time that interprets all events of the present, past and future as simultaneously existing.

Following the temporal paradigm adopted by the novel, they are revealed to Henry in a spontaneous order and sequentially to Clare, that takes the story beyond the boundaries of an ordinary romance and approximates it to science fiction. Accepting the classical physics postulate that time is a continuous quantity and aprioristic characteristic of the world, the author contemplates the philosophical question about the influence of personality on the subjectively observed time, making the reader think whether time is an objective or just a relative coordinate.

The novel describes the encounters between the protagonists at different periods of their lives, from 6 to 82 years old for Clare and from 28 to 43 years old for Henry, intersecting in time that both separates and unites them. We see the formation of Clare's personality, which is directly influenced by her communication with the adult Henry, who comes to her from the future. An educated, intelligent man falls into the past from emotion turmoil moments, finding joy and comfort in the company of the girl who will become his wife in the future. These meetings also hone his personality, as the bricks of events, thoughts and impressions build the personality of any person, being preserved in memory as life experience.

The novel has a non-linear narrative, which is partly due to the concept of temporal transfers and, accordingly, the presence of several non-parallel timelines: Clare's line (aka the line of reality, based on the commonly known dynamic concept of time, which suggests that the past has already ended, and the future has not arrived yet), Henry's line and the line of their future daughter, who, being time travelers, transfer to emotionally significant periods of their lives. Thus,

an ordinary person, who travels into his or her past, plunges into memories that preserve some episodes of life as vivid and unchanged, but modify others, allowing them to be seen in development and from a different point of view. However, the story of none of the listed characters is presented to the reader in chronological order. The novel begins with the first encounter of future lovers in the present tense in the city library. The reader understands that they already met when it was real time for Clare and the past for Henry, into which he was transferred from his future he had not yet reached.

The story unfolds in the form of alternating monologues of the main characters, representing the events from their perspectives. Chapters are indicated with the date and the age of the characters and form a diary. Possibly, it is the one that Clare started as a child, recording all her meetings with Henry. Its existence leads to the bootstrap paradox (also an ontological paradox) making us think about the primacy of events. If Henry learned the dates from Clare's notes, and she wrote them down from his dictation, the recorded data is knowledge that has never been discovered and, therefore, fixing of this information is impossible, nevertheless, the temporal structure of the novel allows its existence.

Following the time paradigm of the novel, the past cannot be changed: "The choices we're working with here are a block universe, where past, present and future all coexist simultaneously, and everything has already happened" (Niffenegger, 2003, p. 40). Forced to repeatedly experience the death of his mother in an accident, Henry was powerless to prevent it, but he could interact with himself as a child.

However, in the novel, the concept of determinism, which implies the impossibility of changing the result, does not contradict the concept of free will. The conflict between the two concepts leads to a predestination paradox. So, in an effort to avoid predestination, Clare chooses a new home to her taste, not relying on her husband's knowledge of the future, and eventually comes to a predetermined result. Philosophy calls this phenomenon the "illusion of free will."

At the same time, despite the possibility of obtaining reliable information from the future, due to its fragmentation, life in the universe of the novel is "...chaos, where anything can happen, and nothing can be predicted because we can't know all the variables" (Niffenegger, 2003, p. 40). The time travel of the characters in the novel is interesting as a metaphor for human life, because each person essentially travels through time from birth to death. Moreover, memory periodically brings us back to the past or brings the past back to us. Making a free choice in the present, characters create the future.

Thus, despite the seeming paradox and physical groundlessness, the temporal paradigm of the novel is a well-thought-out system that logically accommodates a number of mutually exclusive, at first glance, philosophical and physical theories of the time functioning.

## REFERENCES

Niffenegger, A. (2003) *The Time Traveler's Wife*. Harcourt.

## ZUM PROBLEM DER ÜBERSETZUNG VON PHRASEOLOGISCHEN EINHEITEN MIT DER DENDRONYMISCHEN KOMPONENTE

**Kaltschenko M. I.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Formaniuk O. L.**

*Doktorin der Philologie*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Die Übersetzung von phraseologischen Einheiten mit dendronymischer Komponente ins Ukrainische kann auch eine besondere Herausforderung darstellen, da die Bedeutung dieser Einheiten oft eng mit der ukrainischen Kultur, Geschichte und Geographie des Namensgebers verbunden ist.

Mit dem Problem der Äquivalenz haben sich zahlreiche Übersetzungswissenschaftler und Forscher im Bereich der kontrastiven Linguistik befasst. Es besteht jedoch keine Einigkeit darüber, was genau unter "Äquivalenz" zu verstehen ist. Die Diskussion beginnt mit der oberflächlichen Feststellung, dass äquivalente Elemente zweier Sprachen gefunden werden müssen, aber es gibt keine Definition von "äquivalenten Elementen". Sie endet mit differenzierten Kriterien für die Identifizierung und Relevanz von gleichwertigen Elementen zweier Sprachen.

Mit dem Begriff der Äquivalenz wird nach Koller (1979) "eine Beziehung zwischen AS-Text und ZS-Text postuliert". Wesentlich ist dabei die "Art der Beziehung", die es zu definieren gilt. Alle Funktionen und Inhalte eines Textes fasst Koller in fünf Bezugsrahmen zusammen: denotative Äquivalenz; konnotative Äquivalenz; textnormative Äquivalenz; pragmatische Äquivalenz; formale Äquivalenz (S. 323).

Unter dem Begriff der denotativen Äquivalenz versteht man den "außersprachlichen Sachverhalt, der in einem Text vermittelt wird" (Koller, 1979, S.332). Die Feststellung der denotativen Äquivalenz bedeutet, dass ein äquivalenter Ausdruck in der ZS auf der Ebene der Denotation, der Bedeutung auf der außersprachlichen Ebene, gefunden wird. Die Schwierigkeit dabei ist jedoch, dass Begriffe, die in einer Sprachgemeinschaft existieren, in einer anderen Sprachgemeinschaft möglicherweise nicht bekannt sind.

Ein Beispiel für eine phraseologische Einheit mit einem Dendronym-Bestandteil und einer denotativen Entsprechung in der ukrainischen Übersetzung ist *горобина* (*horobyňa*), was auf Deutsch *Eberesche* bedeutet. Die Eberesche ist ein in der Ukraine weit verbreiteter Baum und wird in der ukrainischen Kultur oft als Symbol für Schönheit, Reinheit und Glück verwendet.

Eine mögliche phraseologische Einheit mit einem Dendronym-Bestandteil und einer denotativen Entsprechung in der ukrainischen Übersetzung wäre *горобинові ягоди* (*horobynovi jahody*), was auf Deutsch *Ebereschenbeeren* bedeutet. Diese phraseologische Einheit wird in der ukrainischen Sprache oft verwendet, um auf etwas hinzuweisen, das zwar verlockend aussieht, aber in Wirklichkeit bitter oder ungenießbar ist (Гавриш & Пророченко, 1981).



Wie bekannt, haben einzelne Ausdrücke in Textzusammenhängen wie auch ganze Texte nicht nur denotative Bedeutung, sondern “mit der spezifischen Art der sprachlichen Erfassung des Denotats” werden “zusätzliche, insbesondere /.../ symptom funktionale Werte vermittelt. /.../ Für den Ausdruck eines denotativ Gemeinten stehen unterschiedliche beziehungsgleiche (synonymische) Ausdrucksmöglichkeiten zur Verfügung” (Koller, 1979, S. 323–332).

Die Übersetzung за одним разом дуба не зрубаєш für die Redewendung *es fällt keine Eiche vom ersten Streiche* verwendet eine sinngemäße, semantische Äquivalenz, da beide Redewendungen dasselbe Konzept ausdrücken, nämlich dass man oft mehrere Versuche braucht, um etwas zu erreichen (Гавриць & Пророченко, 1981). Die ukrainische Redewendung verwendet jedoch eine andere bildliche Darstellung (das Fällen eines Baumes durch das Hacken mit einer Axt), um das Konzept auszudrücken, während die deutsche Redewendung die Eiche als Metapher für ein Ziel verwendet, das nicht beim ersten Versuch erreicht wird.

Koller stellt eine Liste von Konnotationsschichten für die deutsche Sprache zusammen, die weitgehend auf die ukrainische Sprache übertragbar ist: Konnotation der Sprachschicht; Konnotation der stilistischen Wertung; Konnotation der geographischen Zuordnung (regional, Dialekt); Konnotation der Frequenz (gebräuchlich, wenig gebräuchlich); Konnotation der Anwendungsbereiche (gemeinsprachlich, fachsprachlich).

Wie im weiteren Verlauf dieser Arbeit deutlich werden wird, sind alle diese Konnotationsschichten für die Übersetzung von phraseologischen Einheiten von großer Bedeutung. Das macht auch deutlich, dass der “ideale” Übersetzer zweisprachig sein sollte, wie es in der Praxis oft der Fall ist.

Nach Koller (1979) umfasst die textnormative Äquivalenz textuelle und sprachliche Normen, die für einen bestimmten Text gelten. Die Feststellung der pragmatischen Äquivalenz betrifft den Empfänger (Leser), an den sich die Übersetzung richtet (der in der Lage sein muss, den Text zu verstehen) und an den die Übersetzung angepasst ist, um beispielsweise eine bestimmte Wirkung zu erzielen. Formale Äquivalenz wird nach Koller dann erreicht, wenn “bestimmte formal-ästhetische, sprachspielerisch-sprachthetisierende und individualistische Eigenschaften des AS-Textes” berücksichtigt sind (S. 323–332).

Bei der Übersetzung ändert sich die Form der Phraseologie erneut, aber die Bedeutung der Phraseologie ändert sich nicht. Im Laufe des Funktionierens in der Sprache erfährt die Phrase jedoch eine weitere Assimilation durch die vollständige oder teilweise Ersetzung der lexikalischen Komponente.

## LITERATUR

- Гавриць, В. І. & Пророченко, О. П. (1981). *Німецько-український фразеологічний словник*. Радянська школа.
- Duden, (2020). *Redewendungen: Wörterbuch der deutschen Idiomatik*. Dudenredaktion.
- Koller, W. (1971). *Zur Übersetzungstheorie auf literaturwissenschaftlicher Basis*. Moderna sprak.

## **MORAL AMBIVALENCE IN THE NOVEL “THINGS THEY CARRIED” BY TIM O’BRIEN**

**Kamkin A. A.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Rykova H. S.**

*PhD, Associated Professor,*

*Kyiv National Linguistic University*

The concept of morality and its application to war have been topics of discussion for centuries. And our time can even more fuel this discussion as all wars are unique but so similar. And this similarities are echoing from the times when concept of violence was invented and even earlier. Actuality of the novel can’t be denied, even in peaceful time, as it not only story about war, but a story of the human itself.

Tim O’Brien’s novel *The Things They Carried* is an exploration of the psychological and moral ambiguities faced by soldiers in war. O’Brien’s writing style captures the surreal, feverish atmosphere of wartime conflict, while also exploring the complex emotions that keep soldiers fighting despite their insecurities and fears. At its heart is the concept of moral ambivalence – a struggle to reconcile competing values while experiencing something deeply unsettling. Eric James Schroeder makes a crucial observation about *The Things They Carried*: that “moral ambivalence” permeates the book, suggesting “that whereas a moral order does exist, the text itself cannot decode it; the reader must find it for himself” (Schroeder, 1993).

Through his characters and narrative structure, O’Brien challenges our preconceived notions of right and wrong, good and evil. By walking us through multiple overlapping narratives, he suggests that morality can be a tricky matter when placed in the hands of men forced to do unthinkable things in war. At a microlevel morality exists between unique individuals where consequence of our decisions heavily influences our judgment. But it is the fear of these decisions that leads people into a moral impasse, transforming previously universal ethical norms into a “gray zone” as evidenced by author himself while narrating the events in a manner that does not help to find any universal answers, “O’Brien creates an aesthetic of antisentimentalism whereby there is no morality or heroism that can be extracted from the experience of combat” (Subarno, 2005).

These narratives interwoven within discussions around duty, honor, protection and justice provide a complex tapestry about war beyond merely strident critiques or “gung ho” patriotism: instead offering subtle reflections on courage under fire or on grief and suffering endured during and after war time. While there are no easy answers offered regarding how these moral dilemmas should best be handled, this morality play does exemplify man’s shared dilemma at trying to reconcile ethical choices amid dire circumstances.

And with help of these stories we viewers can appreciate more profoundly why individuals move forward doing what they feel obliged and yet possess deep ambivalent feelings beneath the surface level of glamour usually depictive with glorified fables of war times adventures. How author said “And in the end,

really, there's nothing much to say about a true war story, except maybe "Oh" (O'Brien, 1990).

O'Brien portrays each character's individual struggle caused by internal confusion stemming from fighting an ethically complex battle within his own conscience. The overall effects these mental dilemmas have on soldiers cannot be understated as men are compelled by duty rather than conscience alone creating lasting memories which haunt them long after returning from war, as no one escapes unscathed yet.

The book gives us a powerful insight into various facets on wartime life – grief, loss, valor but also timely discussion about what constitutes our moral values under extreme circumstances. Through flashback stories and introspection alike we learn that such absolute concepts fall apart upon closer examination. In reality whether wrong or right depends not so much on choosing either option but being able to make a choice itself within given environment with limited resources available dependent upon luck or fate, how O'Brien said "This was not Mount Sebastian, it was another world, where there were no pretty poems or midterm exams" (O'Brien, 1990). This often happens when routine actions expected during peaceful circumstances where ethical matters presume black-or-white answers.

Ultimately, *The Things They Carried* shows us how war forces individuals into positions where acting upon certain values might mean compromising others that lie dormant elsewhere inside them, leaving them stuck between two destructive poles where morality has no definition or clear winner apart from death itself. By presenting us with characters who experience this painful condition firsthand, O'Brien reminds us that nobody is exempt from navigating extreme ethical boundaries in their day-to-day lives. It is regardless of whether there to be bullets flying around or not and thus we should remain ever mindful that morality is anything but black-and-white when seen through an individual lens – split!

At its core *The Things They Carried* portrays how dehumanizing experiences born out of war afflict both soldiers and civilians alike resulting ultimately due consequences ranging from physical manifestations across spectrum psychological affliction such as Post Traumatic Stress Disorder. PTSD – an effect offering insight into how sorrow plagues combatants during afterward due psychologically etched memories often containing images of burned villages with demolished buildings along familiar faces hereafter lost forever amongst seas of broken bodies with dismembered spirit. It shouldn't surprise readers then that many practical applications demonstrated within such powerful allegorical story still ring profoundly true today respectively reminding us simple truth: wars only leave behind deep scars hidden beneath layers of complexities – their darkness marks hefty price of undergone unspeakable acts of humanity.

#### **REFERENCES:**

- Schroeder, Eric James (1993). *Vietnam, We've All Been There: Interviews with American Writers*. Westport, Conn.: Praeger.
- Subarno Chattarji (2005). *Imagining Vietnam: Tim O'Brien's The Things They Carried*. University of Delhi.
- O'Brien, Tim (1990). *The Things They Carried*.

## THE ART OF UNDERSTATEMENT AND WAYS OF TRANSLATING

**Khmelevska A. V.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Cherkhava O. O.**

*Doctor of Sciences (Philology),*

*Kyiv National Linguistic University*

Understatement is a literary device used to downplay a certain quality of a person, emotion, object, situation, or to present it as less than is appropriate to the situation. Understatement is often used to downplay the magnitude, value, or importance of something. Ironically, by using understatement as a mode of description, the author or speaker reinforces the importance of restrained quality. For example, if someone says in the middle of a hurricane, “It looks like it’s going to rain a little”, that would be an understatement; thus the speaker draws attention to the rain by downplaying the falling crowd.

A good example of “understatement” related to dry English humor was given some time ago by one humorous publication. One passenger fell from the train, did not break anything, but he was sitting helplessly on the railway. A road official who happens to pass by him pats him on the shoulder and says: “Doesn’t matter: your ticket entitles you to break your journey”.

In grammar, understatement can be illustrated with the example “I don’t think you are right”, in which the negation is transferred to the verb think, which, as it were, removes the categorical and straightforwardness of the entire statement. The literal translation of the corresponding statement in Ukrainian “I think you are wrong” (which is perceived as quite normal here) I think you are wrong would be overstated for the English language and therefore incorrect from the point of view of the English-speaking society. It is interesting to note that, according to our observations, the form “I don’t think you’re right” is becoming more acceptable in Ukrainian as well.

This art is also characteristic for people who are more famous, and also who are endowed with power. And because the work is dedicated to Queen Elizabeth II, paper it’s necessary to somehow describe her understatement.

Once Queen Elizabeth II, accompanied by a bodyguard, was walking in the park near Balmoral Castle. Dressed in an ordinary raincoat, a handkerchief – in appearance an ordinary woman.

Tourists, apparently Americans, stopped by and asked the Queen how to get to the castle itself, having got lost on the park’s paths.

Elizaveta, realizing that she was unrecognized or not known at all, calmly pointed visitors in the right direction.

Grateful tourists asked enthusiastically, “As a local, you must have met the Queen here?” To which Elizaveta replied, smiling, “I don’t, but this man (points to his bodyguard) does”.

Already told as a legend, this tale typifies understatement – an art that Elizabeth possessed by nature, in all situations with any person, regardless of status.

This art is nowhere taught on purpose, but literally laid out of diapers – never to flaunt one’s privileges, wealth, opportunities, and, on the contrary, not to demonstrate high status, personal preferences and private life.

- Types of understatement are following:
- Comedic understatement.
- Modest understatement.
- A polite understatement.
- Ironic & Non-Ironic Understatement.

So, concluding the analysis of the linguistic-specific concept of understatement as a reflection of the Anglo-Saxon mentality, I will quote J. Mikish, who said that understatement is a way of life. In my opinion, it would not be an exaggeration to say that this is something more than just a key word in the English language, it is a whole mentality of the people. As non-representatives of the English-speaking society, I allow ourselves such an “overstatement”.

Thus, as my observations show, interacting with related concepts, the UNDERSTATEMENT concept forms a concept sphere, which includes such correlating concepts as BRITISHNESS/ENGLISHNESS, STIFF UPPER LIP, POLITENESS, GENTLEMAN, HUMOUR, IRONY, MODERATION, MODESTY, RESTRAINT, FAIR PLAY, PRIVACY. Thanks to the intersystem, interconceptual links we have identified with the correlating concepts of UNDERSTATEMENT, we were able to reveal the most important features of the cognitive, axiological, social concepts and phenomena of the Anglo-Saxon ethnos, such as stoicism, distance, politeness, English humor.

## REFERENCES

Understatements and Litotes: Understanding the difference and purpose.

<https://study.com/academy/lesson/understatement-litotes-differences-definitions-examples.html>. Дата звернення: 09.02.2023

*What is Understatement?* Oregon State University.

<https://liberalarts.oregonstate.edu/wlf/what-understatement>. Дата звернення: 11.02.2023

## VERBALISIERUNG DES KONZEPTE FREUNDSCHAFTLICHE BEZIEHUNGEN IN DEN PARÖMIEN DER DEUTSCHEN SPRACHE: LINGUOKULTURELLER ASPEKT

**Khodos M. V.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Formaniuk O. L.**

*Doktorin der Philologie*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Bei der Untersuchung von paremiologischen Einheiten ist es sehr wichtig, die in der inneren Form enthaltenen kulturellen Informationen zu identifizieren –

die phantasievolle Darstellung der Menschen der Welt (Дягілева, 2010, c. 296). Sie zeigen, wie sich eine bestimmte Gruppe von Menschen zu einem bestimmten Phänomen verhält, indem sie Gleichnisse, Metaphern, Assoziationen, Beschreibungen usw. in der Parömie verwenden.

Parömien sind eine Reihe von kulturellen Informationen, die es uns erlauben, mehr zu sagen, indem wir sprachliche Mittel einsparen und gleichzeitig in die Tiefen des nationalen Geistes und der Kultur vordringen (Колоїз, 2012, c. 73). Sie repräsentieren das sprachliche Bild der Welt einer bestimmten Gruppe, da ihre Verwendung bereits darin verankert ist.

Das Konzept spiegelt bildhafte kollektive Vorstellungen, Wissen und Assoziationen wider, die im menschlichen Geist entstehen (Баурык, 2019, c. 5). Es kann sowohl positive als auch negative Einstellungen zu einem bestimmten Phänomen widerspiegeln und wie wichtig es für die Gruppe von Menschen ist, deren Sprache paremiologische Einheiten verwendet, die dieses Konzept bezeichnen. Die Analyse der paremiologischen Einheiten, die das Konzept FREUNDSCHAFTLICHE BEZIEHUNGEN bezeichnen, ermöglicht es den Platz der Freundschaft im Wertebild der Welt des deutschen Sprachbewusstseins zu bestimmen.

Im Deutschen gibt es viele Parömien, die das Konzept FREUNDSCHAFTLICHE BEZIEHUNGEN aktualisieren. Sie beschreiben freundschaftliche Beziehungen sowohl von der positiven als auch von der negativen Seite, zum Beispiel: *“Ein Leben ohne Freund ist eine Welt ohne Sonne”*, *“Freundschaft ist gewiss eine der höchsten Seelenkräfte verzehrende Schmarotzerpflanz”*. Wie wir sehen können, sind diese Bedeutungen völlig gegensätzlich. Im ersten Fall wird die Freundschaft als ein Phänomen definiert, ohne das unser Leben grau und düster wäre, so wie *eine Welt ohne Sonne*. Im zweiten Fall wird die Freundschaft als einen *Schmarotzerpflanz* beschrieben, was bedeutet, dass sie nichts Gutes bringt, sondern nur die Energie und *Seelenkräfte* aufzehrt.

Aber natürlich beschreiben die meisten paremiologischen Einheiten die Freundschaft als einen hellen und integralen Bestandteil unseres Lebens: *“Diese Freundschaft ist aber klar und rein wie die Sonne”*, *“Ein guter Freund, ein guter Arzt”*, *“Freundschaft macht das Leben erst lebenswert”*, *“Ohne Freunde ist jeder Ort ein Kerker”*. So wird die Freundschaft mit der Sonne verglichen, was bedeutet, dass sie den Menschen wärmt und Freude bringt; die Freundschaft wird auch mit einem Arzt verglichen, der immer hilft; die Freundschaft bringt Fröhlichkeit in unser Leben, und ihre Abwesenheit ist wie ein Gefängnis, durch das wir uns isoliert und von der Welt abgeschnitten fühlen.

Deutsche vergleichen ihre Einstellung zu freundschaftlichen Beziehungen auch oft mit Geld, d.h., sie sind ihnen genauso wichtig wie Geld, wie die folgenden paremiologischen Einheiten zeigen: *“Freunde sind über Gold und Silber”*, *“Es ist besser ohne Geld, als ohne Freund zu sein”*, *“Die Freundschaft ist ein Kapital, von dem die Zinsen niemals verloren gehe”*.

Natürlich sind nicht alle Freundschaften echt, und um zu prüfen, ob eine Beziehung aufrichtig ist oder nicht, müssen Freunde oft einen langen, harten Weg zurücklegen, um zu beweisen, dass es sich um eine richtige Freundschaft handelt: *“Freunde erkennt man in der Not”*, *“Glück macht Freunde, Unglück prüft sie”*,

“Den Freund zu erkennen, mußst du erst ein Scheffel Salz mit ihm gegessen haben”, “Freundschaft, die der Wein gemacht, Währt wie der Wein nur eine Nacht”, “Fliegen und Freunde kommen im Sommer”. Diese Parömien deuten darauf hin, dass Freundschaften erst nach einer gewissen Zeit und in schwierigen Situationen auf die Probe gestellt werden können, denn wenn es einer Person gut geht, hat sie viele Freunde, aber wenn die Zeiten hart sind, laufen ihr alle Freunde davon.

Der folgende Ausdruck ist recht interessant zu betrachten: “Freundschaft ist des Lebens Salz”. Es hat weder eine positive noch eine negative Bedeutung, es kommt darauf an, wie der Mensch ihn wahrnimmt. Er hat weder eine positive noch eine negative Bedeutung, es kommt darauf an, wie der Mensch ihn wahrnimmt. Einerseits wirken Gerichte ohne Salz zu fade und geschmacklos, andererseits kann zu viel Salz vorhanden sein und das Gericht ist nicht mehr genießbar. So ist es auch mit dem Leben. Ohne Freunde ist das Leben zu fade, aber manchmal sind diese Freunde so “salzig”, dass es unmöglich ist, bei ihnen zu bleiben.

In der deutschen Sprachkultur wird das Konzept FREUNDSCHAFTLICHE BEZIEHUNGEN positiv gesehen, obwohl es Vorbehalte gegenüber falschen oder kurzlebigen Freunden gibt. Außerdem sind aufrichtige und wahre Freunde für die Deutschen sehr wichtig und haben einen hohen Stellenwert in den deutschen Lebenswerten.

## LITERATUR

- Башук, Н. П. (2019). Концепт FREUNDSCHAFT/ДРУЖБА в німецькій та українській лінгвокультурах. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, 43, 4–7.
- Дягілева, Ж. А. (2010). Вербалізація концепту “ДРУЖБА” у фразеологічних одиницях німецької мови. *Мовознавчий вісник*, 10, 296–299.
- Колоїз, Ж. В. (2012). Українсько-німецькі пареміологічні паралелі. Філологічні студії. *Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*, 7, 60–81.

## PHRASEOLOGISCHE NEOLOGISMEN ALS MITTEL DER BEREICHERUNG DER DEUTSCHEN SPRACHE

**Kobushko V. V.**

*Kyjiw Nationale Linguistische Universität*

**Krepel V. I.**

*Doktor der philologischen Wissenschaften*

*Kyjiw Nationale Linguistische Universität*

Phraseologische Neologismen sind Wortkombinationen oder Ausdrücke, die noch nicht in den allgemeinen Wortschatz einer Sprache eingegangen sind, aber bereits phraseologischen Status haben, d. h. als stabile Ausdrücke mit einer festen Bedeutung verwendet werden. Solche phraseologischen Neologismen finden sich zum Beispiel in der modernen ukrainischen Sprache (Markowskaja, 2013).



Neologismen entstehen auf verschiedene Weise:

1) Sie werden aus dem in der Sprache vorhandenen Material mit Hilfe von Wortbildungsmethoden gebildet, die der Sprache eigen sind, manchmal auch künstlich.

2) Sie werden oft aus anderen Sprachen entlehnt.

Die Sprachwissenschaftler unterscheiden drei Arten der Anreicherung des Wortschatzes des modernen Deutsch, das ist:

1. Die Wortbildung. Der Prozess der Bildung neuer Wörter aus bereits in der Sprache vorhandenen Elementen, z. B.: *Die Gesamthochschule*.

2. Der Prozess der Entlehnung von Wörtern aus anderen Sprachen: *der Fan, der Hit (Englisch), die Pizza (Italienisch), das Cafe (Französisch)*.

3. Die Veränderung der Bedeutung von Wörtern, die bereits in der Sprache existieren: *die Wende - die Vereinigung*.

Im deutschsprachigen Duden Fremdwörterbuch werden Neologismen definiert als: 1. "Vorliebe für alles Neue, insbesondere aus religiösen und sprachlichen Gründen". 2. "Sprachbildung" (Duden, 2013).

Neologismen sind als sprachliche Neuerungen von zentralem Interesse für diese Studie, insbesondere deren Vorkommen in den Massenmedien. Die Zeitung ist ein Kommunikationsmittel und reagiert daher auf alle Veränderungen und Bedürfnisse der Leser und nimmt an der kulturellen Entwicklung teil. Manche Texte der Printmedien enthalten Neologismen und Entlehnungen. Da phraseologische Neologismen in der deutschen Presse recht häufig vorkommen, möchte ich einige Beispiele aus verschiedenen Themenbereichen anführen (Glück, 2013), zum Beispiel: "*Kassensturz machen*" bedeutet, die finanzielle Situation oder das Budget eines Unternehmens zu analysieren. Diese Redewendung wird häufig in Wirtschaftsnachrichten verwendet. "*Schluss mit lustig*" bedeutet das Ende einer unbeschwerten Zeit, den Beginn einer ernsten Arbeit oder einen Notfall. "*Die Hosen runterlassen*" heißt, Geheimnisse preiszugeben oder die Wahrheit zu enthüllen. Diese Redewendung ist in Interviews mit berühmten Persönlichkeiten oder in Kommentaren zu skandalösen Ereignissen zu hören.

Phraseologische Neologismen, die durch Wortableitung gebildet werden, haben im Deutschen mehrere Funktionen (Klappenbach, Steinitz, 2014-2017). Sie dienen zum Ausdruck von neuen Phänomenen, zum Beispiel ist "*Fake News*" ein Phraseologismus, der sich auf falsche oder manipulative Informationen bezieht, die in den Medien oder sozialen Medien verbreitet werden. Es werden mit Phraseologismen auch neue Begriffe kreiert, zum Beispiel "*In der Cloud sein*" wird verwendet, um eine Situation zu beschreiben, in der Daten in der "Wolke" gespeichert werden und von jedem Ort mit einer Internetverbindung abgerufen werden können.

Phraseologische Neologismen, die durch semantische Ableitung gebildet werden, haben im Deutschen die folgenden Funktionen:

1. Die Erweiterung der Bedeutung von alten Wörtern, so setzt sich der Phraseologismus "*Virtuelle Realität*" aus den Begriffen "virtuell" und "Realität" zusammen und bezeichnet die Simulation der realen Welt mit Hilfe der Computertechnik.

2. Die Schaffung einer neuen Phraseologie, zum Beispiel “*Ehe für alle*” – gleichgeschlechtliche Ehe, die zu einer neuen Phraseologie im Deutschen geworden ist.

3. Die Schaffung einer besonderen Ausdruckskraft, zum Beispiel “*Das ist nicht dein Bier*”. In dieser Einheit wird das Wort “Bier” als Synonym für “Geschäft” oder “Situation” verwendet, die den Sprecher nicht betrifft. Der Ausdruck bedeutet “Es geht dich nichts an”.

### LITERATUR

- Markowskaja, A. V. (2013). Deutsche Phraseologie mit nationalem und kulturellem Potenzial im Zeitungs- und Journalismusstil. *Modern Studies in Foreign Philology*.
- Duden. (2013). *Deutsches Universalwörterbuch* [Electronic resource]. Die CD-ROM basiert auf der 5., neu bearbeiteten und erweiterten Auflage der Buchausgabe.
- Mannheim: Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG.
- Glück, H. (2013). *Metzler-Lexikon Sprache*. Stuttgart – Weimar.
- Klappenbach, R., & Steinitz, W. (2014–2017). *Wörterbuch der deutschen Gegenwartssprache* (6 Bände). Walter de Gruyter. (2130 S.).

## ÜBERSETZUNGSTRANSFORMATIONEN AM BEISPIEL VONBERICHTEN ZUR MILITÄRTECHNIK UND IHRER ÜBERSETZUNG

**Kolomiets I. Y.**

*Nationale Linguistische Universität Kiew*

**Bilous O. M.**

*Professor*

*Nationale Linguistische Universität Kiew*

Das Hauptziel der Übersetzung ist die Erreichung der Angemessenheit. Der Übersetzer wird als Mittler zwischen Sprachen, Völkern, Ideologien, Literaturen, Wissenschaften und Kulturen gewürdigt (Koller, 1992). Eine adäquate Übersetzung wird auf dem erforderlichen Niveau durchgeführt, um einen unveränderten Inhalt zu vermitteln, wobei das entsprechende Ausdrucksschema, die Normen der Zielsprache, beachtet werden.

Übersetzungstransformationen sind ein wichtiger Bestandteil des Übersetzungsprozesses. Zur Klärung der Bedeutung des Begriffs “Übersetzungstransformation” ist anzumerken, dass verschiedene Definitionen von einem heimischen Linguisten vorgeschlagen werden. Myronenko (2017) schreibt, dass die Übersetzungstransformationen ein Mittel sind, das dem Übersetzer hilft, den Widerspruch zwischen diesen Forderungen und sprachenpaarspezifische Übersetzungsprobleme zu beseitigen (S. 140).

Die Übersetzungstransformation ist eine linguistische Methode zur Umwandlung von Sprachstrukturen unter Beibehaltung der entsprechenden

Funktion und Bedeutung des Originaltextes. Transformationen werden verwendet, wenn kein Äquivalent im Wörterbuch vorhanden ist, oder wenn das Äquivalent im Kontext unpassend ist. Die verschiedenen Wissenschaftler haben mehrere Klassifizierungen von Übersetzungstransformationen vorgeschlagen. Unter den allgemein anerkannten in der Übersetzungswissenschaft werden lexikalische, grammatikalische und stilistische unterschieden.

In der Fachsprache spielen Übersetzungstransformationen eine große Rolle. Die militärische Übersetzung ist von der fachlichen Übersetzung abgeleitet. Eine fachsprachliche Übersetzung sollte stilistisch neutral sein und das Fachvokabular wiedergeben: Begriffe, Abkürzungen, ständige Ausdrücke, Klischees. Zu den wichtigsten Übersetzungsmethoden, die bei der Übersetzung von Fachvokabular, insbesondere von militärischer Terminologie, helfen können, gehören: Transliteration, Lehnübersetzung, Beschreibung der Bedeutung, Paraphrasierung. Morphologische und syntaktische Transformationen können verwendet werden, um passive und unpersönliche Sätze zu übersetzen, die häufig in der Berufssprache verwendet werden.

Die Verwendung von Übersetzungstransformationen bei der fachlichen Übersetzung im militärischen Bereich ist ein notwendiger Faktor im Übersetzungsprozess. Die militärische Übersetzung hat eine aktuelle Bedeutung. Mit dem Ausbruch des russisch-ukrainischen Krieges wurde die Bedeutung des militärischen Vokabulars im Diskurs der Massenmedien sehr weit verbreitet und wichtig. Beim Übersetzen im militärischen Bereich sind Informationen, Verständlichkeit und Einflussnahme wichtig.

Seit Beginn des umfassenden Krieges erhält die Ukraine militärische und technische Unterstützung aus dem Ausland. In deutschsprachigen Medientexten tauchen immer häufiger verschiedene Namen von Militärtechnik auf, die an die Ukraine geliefert wird: *“Die ukrainischen Mannschaften dieses Flugabwehrpanzers wurden im Sommer in Deutschland ausgebildet”* (Hofmann, URL), *“Der amerikanische Kampfpanzer Abrams M1 ist der Standard-Kampfpanzer der USA, Ägyptens, Saudi-Arabiens und Australiens”* (Hasselbach, URL), *“Eine Patriot-Feuereinheit und bis zu 40 Schützenpanzer Marder liefert Deutschland an die Ukraine, um sie im Verteidigungskampf gegen den Aggressor zu unterstützen”* (Vieth, URL). Für eine korrekte Übersetzung von Panzertechnik verwendet der Übersetzer Übersetzungstransformationen: *der Flugabwehrpanzer* – зенітний танк (Kompression), *der Kampfpanzer Abrams M1* – основний бойовий танк “Абрамс” M1 (Expansion und Transliteration), *der Marder-Schützenpanzer* – “Мардер” (Kompression), *die Patriot-Feuereinheit* – зенітно-ракетна система “Патріот” (Paraphrasierung und Wortfolgeänderung). Die Wahl der Transformationen hängt von den persönlichen Vorstellungen des Übersetzers ab.

Informationen werden in einem rasanten Tempo ausgetauscht, und das führt zu Verfälschungen und Manipulationen in den Nachrichten der verschiedenen Medien. Die Aufgabe eines Übersetzers für militärisches Vokabular, konkret für Technik, in den Massenmedien ist die Einhaltung des offiziellen Standpunkts des Landes, die Wahrung der Objektivität und die Vermittlung von Informationen, die der ursprünglichen Quelle nahe kommen. Transformationen helfen dem

Übersetzer, die wichtigsten Merkmale militärtechnischer Informationen in eine andere Sprache zu übertragen: Klarheit und Verständlichkeit. Durch die Benutzung von Transformationen wird die Erfüllung der informativen und beeinflussenden Funktionen möglich, die wichtige Elemente der Übersetzung im militärischen Bereich sind. Der Übersetzer hat die Wahl, eine angemessene Übersetzung zu produzieren.

## LITERATUR

- Мироненко, Т. С. (2017). *Практичний курс перекладу з німецької мови*. КНЛУ.
- Hasselbach, C. (2023 Februar 01). *Welche Panzer die Ukraine jetzt zusätzlich bekommen soll*. Deutsche Welle.  
<https://www.dw.com/de/welche-panzer-die-ukraine-jetzt-zus%C3%A4tzlich-bekommen-soll/a-64299092>.
- Hofmann, F. (2022. September 12). *Waffen aus dem Westen für die Ukraine: Alles außer Kampfpanzern*. Deutsche Welle.  
[www.dw.com/de/waffen-aus-dem-westen-für-die-ukraine-alles-außer-kampfpanzern](http://www.dw.com/de/waffen-aus-dem-westen-für-die-ukraine-alles-außer-kampfpanzern).
- Koller, W. (2011). *Einführung in die Übersetzungswissenschaft. Quelle und Meyer*.
- Vieth, A. (2023. Januar 06). *Ukraine: Deutschland liefert Schützenpanzer Marder Veröffentlichungsdatum. Bundesministerium der Verteidigung*.  
<https://www.bmvg.de/de/aktuelles/ukraine-deutschland-liefert-schuetzenpanzer-marder-5565384>.

## LA TRADUCTION DES TEXTES LITTÉRAIRES ET L'ÉVITEMENT DES LACUNES

**Korol Y. O.**

*Université nationale linguistique de Kyiv*

**Savchuk R. I.**

*Docteure ès sciences philologiques, professeure HDR*

*Université nationale linguistique de Kyiv*

D'après O. Tcherednytschenko (1995), à l'heure de la mondialisation et de l'interconnexion des cultures, la traduction présente "un moyen important de dialogue des cultures hétérogènes qui concourt à leur rapprochement". Dans un monde où les nations sont étroitement liées les unes aux autres, la traduction littéraire occupe une place très importante dans "la diffusion des valeurs spirituelles universelles" (p. 4).

La traduction des textes littéraires se diffère des autres types de traduction car chaque fois elle nécessite une approche individuelle de la part du traducteur. La difficulté de ce type de traduction s'explique par le fait que chaque mot possède un sens primordial pour le contexte entier.

La perception générale de l'œuvre par le lecteur dépend de la qualité de traduction. Autant que c'est un processus complexe et difficile, un bon traducteur doit être capable de reproduire toutes les techniques artistiques, ainsi que de préserver l'atmosphère de l'intrigue et le style de l'auteur.

L'étude de la nature de la perception d'un texte littéraire d'une autre culture à l'aide de la traduction permet d'identifier des différences culturelles significatives. Dans ce cadre, il convient d'identifier si une culture est apte pour comprendre une autre au niveau de la traduction artistique et de systématiser les facteurs et les conditions qui assurent la traduction adéquate de textes littéraires.

Lorsque l'on parle des différences culturelles ou bien linguistiques de textes littéraires on veut dire *les lacunes*. Les lacunes constituent une partie assez notable de la spécificité nationale de toute langue. Elles révèlent un caractère unique, le contraste du système d'une langue par rapport à une autre langue. Les différentes conditions de la vie socio-politique, socio-économique, culturelle et quotidienne des peuples, l'unicité de leur vision du monde, leur identité et leurs traditions provoquent l'émergence d'images et de concepts qui sont fondamentalement absents chez les locuteurs d'autres langues.

C'étaient J. Vinet et J. Darbelnet (1958) qui ont défini *une lacune comme un phénomène qui se produit lorsqu'un mot d'une langue n'a pas de mot correspondant dans une autre*. Cette définition est la plus courante et reconnue par la majorité des linguistes (p. 10).

Il existe les différentes méthodes pour bien traduire ou plutôt réexprimer les lacunes afin de les éviter dans les textes littéraires. Évidemment, l'équivalence est possible, mais non pas toujours au même niveau. C'est pourquoi les traducteurs recourent souvent aux méthodes de traduction appropriées parmi les sept principales procédures d'établissement de l'équivalence culturelle.

*L'emprunt* implique l'utilisation d'un mot ou d'une expression du texte source dans le texte cible. *Le calque*, quant à lui, implique de copier un mot ou une expression de l'original dans la langue d'arrivée.

*La traduction littérale* consiste à traduire mot à mot, sans prendre en compte les différences de structures grammaticales ou l'ordre des mots dans la phrase originale. *La transposition* consiste à modifier la catégorie grammaticale d'un mot, tout en préservant le sens de la phrase.

*La modulation* implique un changement de point de vue et permet de remplacer un mot ou une expression qui ne serait pas adapté dans la langue cible. *L'équivalence* consiste à trouver une expression qui rend la même idée, mais qui peut être très différente de celle utilisée dans la langue source. Cette stratégie est souvent utilisée pour traduire des noms d'institutions, des interjections, des expressions toutes faites ou des proverbes.

Enfin, *l'adaptation* se base sur l'utilisation d'un équivalent culturel qui renvoie au même concept que dans la langue cible.

Divers auteurs signalent les autres procédés que ceux définis par Vinay et Darbelnet. *L'explicitation*, par exemple, implique d'ajouter des précisions qui peuvent être implicites dans la langue source, mais qui deviennent plus claires

dans le contexte ou la situation. À l'inverse, *l'allègement* ou l'économie lexicale consiste à retirer des termes inutiles.

*La collocation* consiste à utiliser une série de mots qui sont souvent associés en français pour rendre une expression similaire. *La compensation*, quant à elle, consiste à abandonner une connotation, une allusion, un niveau de langue ou un trait d'humour d'une partie du texte à une autre, afin de préserver la tonalité générale de l'original.

Par conséquent, on peut conclure qu'une traduction de qualité d'un texte littéraire implique l'attention à toutes ses caractéristiques linguistiques et au contexte culturel, ainsi que l'utilisation d'un ensemble de toutes les méthodes disponibles pour parvenir à une transmission de sens de la plus haute qualité.

## RÉFÉRENCES

- Tcherednytschenko, O., & Koval, Y. (1995). *Théorie et pratique de la traduction le français*. Lybid.  
[https://www.academia.edu/9616474/THEORIE\\_ET\\_PRATIQUE\\_DE\\_LA\\_TRADUCTION\\_LE\\_FRAN%3%87AIS](https://www.academia.edu/9616474/THEORIE_ET_PRATIQUE_DE_LA_TRADUCTION_LE_FRAN%3%87AIS)
- Vinay, J. P., & Darbelnet, J. (1958). *Stylistique comparée du français et de l'anglais*. Didier.
- Karolann. (2021, octobre 19). *Les procédés de traduction*. Berlin Translate.  
<https://fr.berlin-translate.de/les-procedes-de-traduction/#:~:text=1/%20L'emprunt,le%20mot%20du%20texte%20original>
- Wikipedia. (2023, février 28). *Procédés de traduction de l'anglais en français*.  
[https://fr.wikibooks.org/wiki/Procédés\\_de\\_traduction\\_de\\_l'anglais\\_en\\_français](https://fr.wikibooks.org/wiki/Procédés_de_traduction_de_l'anglais_en_français)

## LES CARACTÉRISTIQUES FONCTIONNELLES DES EMPRUNTS ANGLAIS DANS LA LANGUE FRANÇAISE

**Korpach I. R.**

*Université nationale linguistique de Kyiv*

**Ruban V. O.**

*Candidat ès lettres, maître de conférences*

*Université nationale linguistique de Kyiv*

L'omniprésence de l'utilisation de l'anglais, en particulier dans les domaines des affaires, de la technologie, de la politique internationale, des médias et de la musique, a été bien documentée ces dernières années. Depuis en tout cas la fin du xxe siècle, il semble que la presse française utilise plus d'emprunts à l'anglais qu'à d'autres langues et avec une forte fréquence. Par ailleurs, il est également possible d'observer le degré d'enracinement des emprunts dans le lexique d'une langue réceptrice afin de pouvoir définir quels types d'emprunts sont plus enclins à perdurer et par le biais de quels facteurs.

En France, les études de Martin et Ruellot (Barffour) ont confirmé l'utilisation croissante des termes anglais dans ces domaines. L'une des explications de cette tendance a été liée à la notion perçue de l'anglais comme langue internationale qui évoque la modernité, la sophistication et l'ouverture aux autres cultures. Cependant, la réponse à cette tendance n'a pas toujours été positive. L'étude de Flaitz (Barffour) sur l'idéologie de l'anglais en France indique la fracture d'attitude, en particulier parmi la jeune génération qui montre plus de positivité envers l'utilisation de l'anglais par rapport aux fonctionnaires, universitaires et journalistes, d'autre part, qui se battent pour garder la langue française dans son "forme pure. Néanmoins, l'écriture journalistique peut être caractérisée par un certain degré à la fois de formalité et d'informalité car elle découle d'une entreprise économique dont l'objectif principal est de communiquer à un public spécifique.

Une étude de Chesley a examiné les contextes d'apparition des mots d'emprunt à l'anglais dans des articles du journal *Le Monde* parus entre 1989 et 1992 puis dans des articles du *Figaro* publiés entre janvier 1996 et décembre 2006, afin d'évaluer l'enracinement et la permanence des anglicismes (Barffour). Cette étude met en évidence une corrélation entre les anglicismes attestés dans le *Monde* et dans le *Figaro* : les anglicismes présents dans le *Monde* ont tendance à se retrouver dans le *Figaro*. En revanche, cette corrélation ne se retrouve pas avec les emprunts à d'autres langues : par exemple, huit espagnolismes sont identifiés dans *Le Monde* contre un seulement dans *Le Figaro*. Cela montre donc, en comparaison avec d'autres emprunts à d'autres langues, le fort ancrage des anglicismes dans le discours français.

Dans les domaines de l'informatique logicielle, de la réseautique et des jeux sur écran, nombre de verbes anglais se retrouvent francisés par l'adjonction de la désinence -er propre aux verbes du 1er groupe :

- *to blast* donne *blaster* comme dans "blaster les ennemis avec des tonnes d'armes" ;
- *to download* donne *downloader* comme dans "downloader un logiciel depuis le site de son auteur" ;
- *to mail* donne *mailer* comme dans "passer son temps au bureau à mailer des photos à ses collègues" ;
- *to forward* donne *forwarder*, comme dans "je te forwarde la blague qu'on vient de me mailer".

Autre ajout de suffixe français: le suffixe **-ette**, comme dans :

- *punkette*, pour désigner une jeune punk ;
  - *zapette*, dérivée du verbe anglais *to zap*, qui lui-même a été francisé en *zapper*
- La francisation peut être phonétique, souvent dans un but humoristique comme dans :
- le Ouèbe (pour le Web) ;
  - ouaouh (pour wow !, c'est-à-dire oh la la ! ou bravo) ;
  - le foute (pour foot, abréviation française du jeu de football) ;
  - *travelingue* (pour *travelling*, abréviation française de *travelling shot*, un panoramique) (Saugera).

Les cas de *cash*, *vintage*, *asap*, *fashionista* et *look* montrent que les mots étrangers et leurs équivalents nationaux ne peuvent être des synonymes parfaits,



en raison de sèmes et autres traits linguistiques distinctifs. On peut aller plus loin et poser un trait supplémentaire, qui démarque les anglicismes des mots français. Le seul fait qu'un mot soit immédiatement identifiable comme venant de l'anglais (américain) appelle *autre chose*.

Certains journalistes de la télévision française, dont la fonction exige une grande maîtrise du français, introduisent néanmoins dans celui-ci des anglicismes. Lexicaux, syntaxiques ou phonétiques, ces calques jouissent auprès des téléspectateurs d'un fort effet de mode qui garantit leur rapide acclimatation dans la langue française, par le simple fait qu'il s'agit de termes inhabituels et ressentis comme nouveaux donc avantageux.

Les journalistes français écrivent que les magazines et les journaux représentent une fracture linguistique intéressante. Du côté commercial, on trouve les journalistes et les éditeurs dont l'intention première est d'adapter le contenu des publications dans le format qui attire le plus les clients, quel qu'en soit le coût pour l'intégrité de la langue. De l'autre côté du clivage se trouvent les écrivains les plus conservateurs qui privilégient la nécessité de protéger la langue française. En bref, les écrits journalistiques en France fournissent une base de données enrichie pour étudier à la fois l'évolution et la protection de la langue, y compris les initiatives croissantes du gouvernement pour maintenir l'intégrité de la langue nationale.

## LITTÉRATURE

Barffour, A. A. (2016). *Study of english loanwords in french written texts and advertisements and the perceptions and attitudes of the francophone readership*.

[https://ir.ua.edu/bitstream/handle/123456789/2685/file\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ir.ua.edu/bitstream/handle/123456789/2685/file_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Saugera, V. (2017). La fabrique des anglicismes. *Travaux de linguistique*.

<https://www.cairn.info/revue-travaux-de-linguistique-2017-2-page-59.htm>

## LES METAPHORES COGNITIVES DANS LES ŒUVRES DE JEAN-PAUL DUBOIS

**Kovalchuk T. O.**

*Université nationale linguistique de Kyiv*

**Sydelnykova L. V.**

*Docteure ès sciences philologiques, professeure HDR*

*Université nationale linguistique de Kyiv*

L'écrivain français Jean-Paul Dubois est connu pour son utilisation habile des métaphores cognitives dans ses œuvres littéraires. Dans cette recherche, on va analyser comment Dubois utilise ces métaphores pour donner vie à ses personnages et ajouter une dimension supplémentaire à sa narration.

Jean-Paul Dubois, l'écrivain français qui a remporté le prix Goncourt en 2019, utilise les métaphores cognitives avec une incroyable habileté dans ses œuvres. Il

utilise ce dispositif artistique pour transmettre des sentiments sur des questions telles que la violence, la douleur et la souffrance vécues par ses personnages. Les métaphores cognitives peuvent se manifester par la description d'événements ou de phénomènes qui développent la vie des personnages ou menacent leur existence (Devarrieux, 2019).

Jean Paul Dubois utilise des métaphores cognitives pour donner vie à ses personnages et à leurs expériences, tout en explorant des thèmes profonds et complexes. Ces métaphores lui permettent de donner une dimension symbolique à son écriture, et de rendre visible des idées abstraites ou des émotions difficiles à exprimer. Les métaphores cognitives qu'il utilise sont souvent ancrées dans la vie quotidienne, mais elles sont utilisées de manière originale et surprenante, créant ainsi des images saisissantes qui restent gravées dans la mémoire du lecteur.

Dans son roman "La succession" (Dubois, 2016), Dubois utilise une métaphore cognitive pour décrire les sentiments de son personnage principal, Paul Katrakilis. Il écrit: "Il avait l'impression d'être en train de marcher sur un fil tendu entre deux gratte-ciel, avec le vide béant en dessous. De l'autre, il y avait la terreur de l'inconnu" (p. 89). Cette métaphore permet à Dubois de relier les émotions abstraites de Paul à une expérience physique concrète, rendant la scène plus vivante et plus immédiate pour le lecteur. Dans un autre exemple, dans son roman "Une vie française" (Dubois, 2004), Dubois utilise une métaphore cognitive pour décrire le chagrin de son personnage, Jacques. Il écrit: "Jacques avait l'impression d'être assis dans un bateau qui coulait lentement, en train de regarder l'horizon disparaître à mesure que l'eau montait" (p. 109). Cette image permet à Dubois de relier le chagrin de Jacques à une expérience physique concrète et visuelle, renforçant l'impact émotionnel de la scène.

Ces exemples montrent comment Dubois utilise les métaphores cognitives pour relier les expériences intérieures de ses personnages à des images physiques concrètes, créant ainsi une tension émotionnelle qui donne vie à ses récits. Comme le dit Dubois lui-même, "les métaphores sont un moyen pour moi de relier le monde intérieur de mes personnages au monde extérieur, de créer un pont entre les deux" (Chaïm & Lucie, 2008). Dubois utilise également des métaphores pour décrire des concepts plus abstraits. Par exemple, dans son roman "Tous les hommes n'habitent pas le monde de la même façon" (Dubois, 2019), Dubois décrit la mort d'un personnage en utilisant une métaphore cognitive: "Il est mort comme on arrête une machine en appuyant sur le bouton. Comme si sa vie avait été une grande machine qui avait tourné pendant des années et qu'on avait enfin décidé d'éteindre" (p. 65). Cette métaphore donne à la mort du personnage une qualité tangible et visuelle, créant ainsi une image puissante qui résonne avec le lecteur.

L'utilisation des métaphores cognitives dans les œuvres de Dubois est également liée à son style d'écriture. Il les utilise pour relier des idées abstraites à des images concrètes, créant ainsi une tension entre la simplicité des images et la complexité des idées qu'elles représentent. Cela permet à Dubois de créer des descriptions riches et nuancées de ses personnages et de leurs expériences. Enfin, les métaphores cognitives dans les œuvres de Dubois ont également une dimension poétique. Comme le dit Dubois lui-même, "J'aime les mots, j'aime la musique

des phrases” (Leyris, 2019). Les métaphores sont un moyen pour transmettre les sentiments de l’auteur.

Dubois a créé une musique dans ses phrases, ajoutant une dimension poétique à son écriture. Par exemple, dans son roman “Une vie française” (Dubois, 2004), Dubois utilise une métaphore cognitive pour décrire le ciel: “Le ciel était un écran blanc, lisse et vide, sur lequel le soleil dessinait de longs traits jaunes” (p. 98) Cette image crée une musique visuelle dans l’esprit du lecteur, renforçant l’atmosphère de la scène.

En conclusion, on peut constater que l’utilisation des métaphores cognitives dans les œuvres de Jean-Paul Dubois est un élément essentiel de son style d’écriture. Dubois utilise ces métaphores pour relier les expériences intérieures de ses personnages à des images physiques concrètes, créant ainsi une tension émotionnelle qui donne vie à ses récits. Les métaphores permettent de transcender les limites du langage et de donner une signification plus profonde aux événements qui se déroulent dans l’histoire. Elles contribuent également à créer un style unique et original qui distingue les œuvres de Jean Paul Dubois des autres auteurs contemporains De plus, ses métaphores ajoutent une dimension poétique à son style, créant l’ambiance dans ses phrases et renforçant l’atmosphère de ses scènes.

## RÉFÉRENCES

- Chaïm, P., & Lucie, O.-T. (2008). *La métaphore, dans Traité de l’argumentation. La nouvelle rhétorique*. Éditions de l’Université de Bruxelles.
- Devarrieux, C. (2019, novembre 4). *Jean-Paul Dubois, un Goncourt de constance*. Liberation.  
[https://www.liberation.fr/livres/2019/11/04/jean-paul-dubois-un-goncourt-de-constance\\_1761487/](https://www.liberation.fr/livres/2019/11/04/jean-paul-dubois-un-goncourt-de-constance_1761487/)
- Dubois, J. P. (2016). *La succession*. Éditions de l’Olivier.
- Dubois, J. P. (2019). *Tous les hommes n’habitent pas le monde de la même façon*. Éditions de l’Olivier.
- Dubois, J. P. (2004). *Une vie françaises*. Éditions de l’Olivier.
- Leyris, R. (2019, novembre 5). *Jean-Paul Dubois et son humour mélancolique primés par le Goncourt*. Le Monde.  
[https://www.lemonde.fr/culture/article/2019/11/04/jean-paul-dubois-et-son-humour-melancolique-primés-par-le-goncourt\\_6017994\\_3246.html](https://www.lemonde.fr/culture/article/2019/11/04/jean-paul-dubois-et-son-humour-melancolique-primés-par-le-goncourt_6017994_3246.html)

## ASPECTS ÉTHIQUES DE L’HYPERBOLISATION DANS LE DISCOURS POLITIQUE FRANÇAIS

**Kovalevska Y. A.**

*Université nationale linguistique de Kyiv*

**Sydelynkova L. V.**

*Docteure ès sciences philologiques, professeure HDR*

*Université nationale linguistique de Kyiv*

L’hyperbolisation, en tant que moyen linguistique, est l’un des éléments importants du discours politique. Dans le discours politique français, cette

technique est fréquemment utilisée, notamment en période d'élections ou d'autres crises politiques. Cependant, une telle hyperbolisation peut avoir des implications éthiques. D'une part, cela peut contribuer à la diffusion de stéréotypes et d'images négatifs sur certains groupes de personnes, ce qui peut conduire à leur discrimination et provoquer des conflits dans la société. D'un autre côté, l'hyperbole peut entraîner une perte de confiance du public envers les politiciens et une augmentation du cynisme à l'égard de la politique en général (Blommaert, 2019, p. 3).

De plus, l'hyperbolisation peut changer la nature de la conversation sur les questions politiques. Au lieu de discuter de problèmes spécifiques et des moyens de les résoudre, le discours politique peut se réduire à une dispute entre "bons" et "mauvais" gens, réduit à une lutte primitive pour le pouvoir. Par conséquent, les aspects éthiques de l'hyperbolisation dans le discours politique français nécessitent une attention et une discussion, ce qui peut contribuer à accroître la qualité de la culture politique et à réduire le risque de conflits dans la société. Selon les recherches, l'hyperbolisation dans le discours politique français est couramment utilisée pour attirer l'attention sur certains problèmes, créer une ambiance émotionnelle et mobiliser les électeurs. Cette technique peut être particulièrement efficace dans le cadre d'une campagne électorale, lorsque les candidats tentent de recueillir le plus de voix possible (Bruter & Harrison, 2018).

Cependant, au fil du temps, l'hyperbolisation peut avoir des conséquences négatives. Par exemple, cela peut favoriser la diffusion d'informations inexactes, stimuler les stéréotypes et les images négatives sur certains groupes de personnes, ce qui peut conduire à leur discrimination et provoquer des conflits dans la société. De plus, l'hyperbole peut contribuer à une perte de confiance du public dans les politiciens et à une augmentation du cynisme à l'égard de la politique en général. Lorsque les politiciens utilisent l'hyperbole pour créer une crise artificielle ou exagérer certains problèmes, le public peut avoir l'impression que les politiciens sont incapables ou peu disposés à aborder les vrais problèmes (Charaudeau & Maingueneau, 2014, p. 74).

De plus, l'hyperbolisation peut contribuer à la propagation de l'agression et de l'inimitié politiques. Avec l'aide de l'hyperbolisation, les politiciens peuvent créer des images d'ennemis et approfondir la division de la société en certains groupes. Cela peut conduire à des conflits, à la violence et à l'aggravation de la situation politique.

L'hyperbolisation peut entraîner des menaces pour la sécurité, en particulier dans le contexte d'actes terroristes. Si les politiciens utilisent l'hyperbole pour soutenir une idée ou une mesure politique particulière, cela peut devenir une excuse pour des groupes ou des individus terroristes pour commettre des attentats terroristes. À la lumière de ces conséquences négatives, les politiciens et les experts appellent à une approche plus responsable de l'utilisation de l'hyperbole dans le discours politique. Ils insistent sur la nécessité de s'assurer de la véracité des informations et de comprendre les conséquences de leurs paroles et de leurs

actes. Il est également important d'assurer un accès plus large à l'information et de réduire les stéréotypes qui peuvent servir de base à l'hyperbolisation. Ainsi, si l'hyperbole peut être un dispositif linguistique efficace dans le discours politique, elle peut également avoir des conséquences négatives. Il est donc important pour les politiciens d'être prudents et d'utiliser l'hyperbole avec prudence, et pour le public d'évaluer de manière critique les informations qu'ils reçoivent (Chong & Druckman, 2007).

Un exemple d'hyperbolisation dans le discours politique français est la déclaration de la dirigeante du parti d'extrême droite du Front national, Marine Le Pen, selon laquelle les migrants constituent des "vagues" et des "séismes" qui "horrifient" la société française (Durain, 2022). Cette déclaration contient des éléments d'hyperbolisation, car elle exagère considérablement l'état des questions migratoires dans le pays et crée des images des migrants comme des ennemis, ce qui augmente les tensions dans la société. De telles déclarations peuvent avoir un impact négatif sur l'attitude envers les migrants et aggraver les relations dans la société.

Par conséquent, l'hyperbolisation du discours politique français est une pratique courante qui peut avoir des conséquences négatives pour la société. Cela peut conduire à une distorsion de la réalité, à une diminution de la confiance dans les politiciens et à une aggravation des conflits dans la société. Afin de réduire les effets négatifs de l'hyperbolisation, il est important que les politiciens soient responsables dans leurs déclarations et leurs actions, fournissent des informations véridiques et essaient de réduire les stéréotypes et d'accroître la compréhension entre les personnes. C'est le seul moyen de construire des relations de confiance dans la société et d'assurer la stabilité de la vie politique de la France.

## RÉFÉRENCES

- Blommaert, J. (2019). *Sociolinguistics and Globalization*. Cambridge University Press.
- Bruter, M., & Harrison, S. (2018). *The emotional underpinnings of populism: how anger and fear affect populist attitudes*. Swiss Political Science Review.
- Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2014). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Seuil.
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annual review of political science*, 10, 103–126.  
<https://www.annualreviews.org/doi/full/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054>
- Durain, A. (2022 avril 22). *Marine Le Pen reste la même sur l'immigration*. La Grande Conversation.  
<https://www.lagrandeconversation.com/societe/marine-le-pen-reste-la-meme-sur-limmigration/>

## EL ASPECTO ESTRUCTURAL Y COMUNICATIVO DE LAS UNIDADES FRASEOLÓGICAS CON UN COMPONENTE ZOO-SOMÁTICO

**Kozhemiako V. O.**

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

**Sudorzhenko G. P.**

*Candidata a doctora en Filología*

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

El estudio de las unidades fraseológicas con un componente zoo-somático es un tema actual y candente entre los lingüistas. Las unidades fraseológicas ayudan a expresar los pensamientos con mayor claridad y expresividad. Es necesario mencionar a los lingüistas que han investigado este tema Antonia María Tristán Pérez, Mellado Blanco (ha investigado somatismos).

El objetivo de nuestra ponencia es caracterizar la semántica, estructura y peculiaridades del uso de unidades fraseológicas con un componente zoo-somático.

Las unidades fraseológicas, como medio más expresivo de cualquier lengua, siempre han sido el punto de interés de los lingüistas. El factor humano desempeña un papel importante en la fraseología, por lo que la gran mayoría de las unidades fraseológicas se asocian a una persona o animal. Las unidades fraseológicas zoo-somáticas (uno de cuyos componentes es el nombre de una parte del cuerpo humano o animal) constituyen una parte significativa del nivel fraseológico de la lengua.

Virginia Sciutto (2005) nos aclara que no todas las unidades fraseológicas son idiomáticas, pues se trata de una característica potencial, no esencial, de este tipo de unidades (p. 5). Los significados traslaticios son productos de procesos metafóricos o metonímicos (o ambos conjuntamente), por lo que se puede hablar de transferencia del significado literal. Alberto Zuluaga (1980) ofrece una clasificación detallada en torno a cuatro aspectos concretos: la fijación del orden, de categorías gramaticales, en el inventario de los componentes y la fijación ransformativa (p. 16). Fraseología somática es, por un lado, un potente marcador etnocultural en una determinada cosmovisión lingüística y, por otro, una de las mayores fuentes de conocimiento cultural de fondo, que se refleja en su semántica. Estas unidades se califican tradicionalmente como unidades que reflejan la especificidad nacional y cultural de la cosmovisión.

Las unidades fraseológicas que incluyen lexemas referidos a partes del cuerpo humano o animal se denominan somatismos. Desde el punto de vista semántico-funcional, los somatismos confieren al enunciado mayor expresividad para describir una situación o una persona, siendo su principal característica y se usan mayoritariamente en sentido negativo.

Según C. Mellado Blanco (2004), existen tres niveles para describir los somatismos (p. 25). El primer nivel es significado primario y directo de los componentes por separado, es decir, todos los somatismos en virtud de su componente básico y somático, es parte integrante del campo léxico-semántico de

partes y órganos del cuerpo humano. El segundo nivel es significado recto o literal, resultado de la suma de cada uno de los componentes del fraseologismo. Cuanto más cercano está este nivel semántico al significado fraseológico global, menos figurado y más transparente. El tercer nivel 3 es significado fraseológico global, es decir, el conjunto de significados fraseológicos de una lengua de acuerdo con principios onomasiológicos (ibid.).

Los somatismos son universales, están presentes en todas las lenguas del mundo y son de los más utilizados en el habla. Constituyen una gran parte de la fraseología. Existen unidades fraseológicas con un componente zoo-somático, que se componen de dos lexemas somáticos: *andar con la sangre en el ojo*, *saltarle a él corazón como la garganta al sapo*. Otra característica de estas unidades fraseológicas es que suelen utilizarse tanto oralmente como por escrito.

Además, los somatismos pueden tener diferentes estructuras morfosintácticas, por ejemplo: V(verbo) + N(nombre); V(verbo) + Art + N(nombre), donde el nombre cumple la función de complemento directo o indirecto. Hay estructuras que requieren complemento directo no fijado sintácticamente, que es necesario para satisfacer el aspecto comunicativo *sacar el cuerpo*. La principal característica de esta fraseología es su inmutabilidad, identidad idiomática y eso se ve en el hecho de que hay somatismos que tienen en su estructura verbo pronominal *agarrarse la cabeza*. Los somatismos verbales, formados por un verbo y un nombre en función de complemento, también pueden requerir un complemento indirecto, que no tiene una estructura morfológica fija, sino que puede adaptarse al enunciado *sacar el cuero a alguien*.

Virginia Scitutto (2005) caracteriza la estructura de los somatismos que contienen el complemento directo según el modelo: V(verbo) + N(nombre) en singular sin artículo *hacer bosta a alguien*, *meter pata a algo*; V(verbo) + N(nombre) en plural sin artículo *hacer caritas a alguien*, etc.; V(verbo) + N(nombre) con artículo determinado en singular *hacer el bocho a alguien*, *esconder la leche a alguien*; V(verbo) + N(nombre) con artículo determinado plural *romper los huevos a alguien*; V(verbo) + N(nombre) con artículo indeterminado singular *cortar un diente a alguien* (p. 4).

En resumen, la fraseología zoo-somática incluye un componente léxico referido a partes del cuerpo, órganos y animales. La naturaleza del significado de esta fraseología está estrechamente relacionada con los conocimientos previos del hablante nativo, con la experiencia vital de la persona, con el potencial simbólico de los componentes del somatismo, con las tradiciones culturales e históricas del pueblo que habla la lengua.

## REFERENCIAS

- Mellado Blanco, C. (2004). *Fraseologismos somáticos del alemán*. Peter Lang.  
Scitutto, V. (2005). *Fraseologismos somáticos del español de Argentina* [Tesis doctoral]. Universidad de Nápoles La Oriental.  
Zuluaga, A. (1980). *Introducción al estudio de las expresiones fijas*. Peter Lang



## PRAGMATISCHE FUNKTION DER WERBETEXTE

**Kozłowa O. S.**

*Kyjiw Nationale Linguistische Universität*

**Krepel V. I.**

*Doktor der philologischen Wissenschaften*

*Kyjiw Nationale Linguistische Universität*

Ein wichtiges Thema ist heute, die Mechanismen der verbalen Beeinflussung von Werbetexten zu untersuchen, und nämlich die Analyse von Slogans, die logische und emotionale Argumentationen in der Werbung konzentrieren, um das Publikum zum Handeln zu bewegen und zu motivieren sowie die Erinnerungsfähigkeit der Werbetexte sicherzustellen. Die pragmatische Aufgabe eines jeden Werbetextes ist die Notwendigkeit, den Empfänger zu einer Reaktion zu veranlassen, die in Form einer Handlung oder der Änderung der Meinung über den Gegenstand der Werbung erfolgen kann. Die Wirksamkeit der Kommunikation durch Werbung liegt genau darin, inwieweit diese Wirkung erzielt wurde.

Die pragmatische Komponente einer Äußerung ist die Eigenschaft der Aussage, bestimmte Absichten des Empfängers der Nachricht zu verwirklichen, das Verhalten des Adressaten, seine Überzeugungen, das System der moralischen, geistigen Werte zu beeinflussen (Krutko, 2006). Nimmt man zum Beispiel eine Werbung von Star Movie in Tulln: “ENDLICH RICHTIG GROSSES KINO IN TULLN!” Mit diesem Slogan impliziert der Werbeverfasser, dass die Leinwände der anderen Kinos in einer bestimmten Stadt zu klein sind, um einen Film genießen zu können. In der heutigen wettbewerbsorientierten Welt besteht eine der Aufgaben von Werbetexten darin, die Vorteile des beworbenen Unternehmens gegenüber anderen Unternehmen ähnlicher Art aufzuzeigen. In diesem Text wird somit das Ziel erreicht, und der Empfänger wird sich bestimmt fragen, wie groß die Leinwände in dem beworbenen Kino sind.

Einer der besten Werbetexte, den ich gesehen habe, sieht so aus: “PLAS // TIK// TAK // TIK // TAK” (Sozialwerbung von Greenpeace). Das ist ein perfektes Beispiel, wie man Wortspiel und die Gestaltung der Werbung für die Realisierung der pragmatischen Funktion verwenden kann. Vor dem Hintergrund eines Ozeans von Plastiktüten, die neben Meeresschildkröten schwimmen, sind die Worte der Werbung nicht wie üblich in einer Zeile, sondern in Spalten geschrieben. Diese Anzeige für eine Umweltpetition war eindeutig wirksam, denn sie ist auffällig, ansprechend, übersichtlich, langlebig und vermittelt eine starke Botschaft. Ein Teil des Wortes “Plastik” wurde “abgeschnitten” und mit “tik tak” ergänzt, um zu zeigen, dass die Uhr tickt und wir versäumen einfach die Zeit, indem wir glauben, dass wir unseren Planeten noch retten können, er stirbt aber in Wirklichkeit nur langsam.

“WILLKOMMEN IN DER ZUKUNFT” (Nestle, Beba Supreme) spielt nicht mit Wörtern, sondern mit den Gefühlen der Einkäufer. Wer möchte schon nicht in der Zukunft leben? Jeder möchte es! Vor allem, weil es ein Produkt für Kinder ist. Alle Eltern wollen ihrem Kind das Beste geben. Außerdem besteht dieser

Werbetext aus 4 Wörtern, von denen 2 eine Präposition und ein Artikel sind, er zeichnet sich durch seine Kürze aus. Die Sprachökonomie ist ein sehr wichtiger Bestandteil von Werbetexten. Je weniger Wörter eine Werbung enthält und je größer sie geschrieben sind, desto eher wird diese Werbung gelesen.

“SIE HABEN NOCH KEINE ASTRO-KUNDENKARTE?” – diese Frage stellt uns deutscher Handelsvertreter Astro. Diese Formulierung erweckt beim Empfänger den Eindruck, dass er etwas zurückgeblieben ist. Es ist, als ob alle um ihn herum diese Kundenkarte schon haben und nur er noch nicht. Das Spiel mit dem Verstand durch rhetorische Fragen ist eine beliebte Strategie der Werber. Solche Fragen wecken ein Gefühl der eigenen Unvollkommenheit und bieten sofort an, dieses Gefühl durch den Kauf eines bestimmten Produkts zu beseitigen.

In diesem Beitrag habe ich nur wenige Beispiele für Werbung angeführt, bei denen die Umsetzung der pragmatischen Funktion durch sprachliche Elemente deutlich sichtbar ist. T.V. Krutko schreibt jedoch, dass jeder Werbetext Informationen enthält, die den Adressaten beeinflussen, und dementsprechend ist es möglich, in jedem Anzeigentext die Umsetzung der pragmatischen Funktion nachzuvollziehen. Ich stimme dieser Wissenschaftlerin voll und ganz zu, denn der Zweck jeder Werbung ist es, eine bestimmte Idee durchzusetzen, ob es sich nun um einen Produktkauf oder eine soziale Werbung zum Schutz von Kindern vor häuslicher Gewalt handelt. Wenn Werbung immer noch produziert wird, dann heißt es, sie funktioniert, und ich bin sicher, dass die Werbeverfasser uns auch weiterhin überraschen werden, indem sie sich neue Wege einfallen lassen, um die Aufmerksamkeit der Verbraucher zu gewinnen.

## LITERATUR

Крутько, Т. В. (2006). Мовна гра як спосіб досягнення прагматичного ефекту рекламного тексту. Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи, 209–216

## EL PROCESO DE APORTUGUESAMENTO

**Kozynets R. S.**

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

**Ruban A.M.**

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

Para empezar, hace falta mencionar que nosotros vivimos en un mundo moderno donde los contactos entre diferentes naciones y culturas se dan de diferentes maneras, y por lo tanto los idiomas son inevitablemente influenciados por otros y comienzan a admitir palabras de origen extranjero en su vocabulario. Por supuesto, hay quienes desprecian esta influencia, declarando que el lenguaje está degradando por esto. Aunque, la naturaleza social del lenguaje nos permite, en particular, observar este fenómeno como algo natural que enriquece el aspecto comunicativo del lenguaje, que sirve, en este caso, como registro de ese contacto

entre los pueblos que habitan nuestro planeta. Así, este proceso es un fenómeno natural que tienen todas las lenguas en proceso de evolución.

Al mismo tiempo, el diccionario portugués “Priberam” (Dicionário Priberam) da la siguiente definición que “el aportuguesamento es la adaptación ortográfica de una palabra de una lengua extranjera según los patrones fonéticos y morfológicos de la lengua portuguesa”. También el proceso de aportuguesamento puede ser rápido o lento, aceptado o impugnado. Una vez integrada en el idioma portugués, la nueva palabra puede clasificarse como una expresión extranjera.

Con esto quiero decir que, según el origen de la palabra original, las palabras que han pasado por eso se denominan galicismos (del francés), anglicismos (del inglés), italianismos (del italiano), hispanismos (del español), etc. Los criterios que impulsan el aportuguesamento de una palabra extranjera son específicos y vagos, dando lugar a interpretaciones variadas e incluso contradictorias. A mi juicio, las personas deben evitar términos nuevos que dificulten el reconocimiento del término original y no faciliten la comunicación entre las personas. Así pues, es igualmente importante seguir los modelos fonéticos, gráficos y morfológicos de la lengua portuguesa. Sin embargo, hay momentos en que lo único que nos queda por hacer es usar una palabra extranjera cuando es imposible encontrar un equivalente en portugués o intentar crear alguna redacción en inglés.

Un caso especial de este proceso se refiere a los nombres geográficos. Si nombre “Nova York” se usa definitivamente, otros términos como “Bordéus” (de Bordeaux) y “Nova Orleans” (de New Orleans) son objeto de debate entre las personas que hablan portugués. Algunos topónimos están fijos en su forma original, por tanto, no se usan en portugués, como Buenos Aires (no Bons Ares), La Paz (no A Paz) o Los Ángeles (y no Os Anjos) (Wikipédia, a enciclopédia livre).

Obviamente que algunas expresiones extranjeras se han adaptado gráficamente para satisfacer las necesidades de los hablantes de portugués. Por otro lado, otros que no han sido alterados gráficamente tienen una pronunciación modificada, siguiendo también los estándares de su idioma, y estos casos deben estar en cursiva para enfatizar su origen extranjero inalterado. Otro punto controvertido es su uso. En cuanto a eso, los radicales dicen que se debe evitar a toda costa este uso de este proceso, pero otros recomiendan que se haga cuando sea necesario y con los siguientes aspectos (según Brasil Escola):

- 1) “Si es posible, utilice el equivalente portugués o traduzca la palabra”;
- 2) “Use portugués siempre que sea posible”;
- 3) “Si es imposible traducir o agregar al portugués y no hay ningún equivalente en el idioma, use una palabra extranjera”;

En definitiva, muchas palabras de origen extranjero se han adaptado fonéticamente o incluso ortográfica y morfológicamente a la lengua portuguesa. Conviene subrayar que instituciones como “Academia Brasileira de Letras” y “Academia das Ciências de Lisboa” juegan un papel muy importante en la regulación y difusión de estas nuevas palabras en lengua portuguesa. Los periódicos, las escuelas y las organizaciones editoriales también juegan un papel

importante en la unificación y estandarización de nuevos términos. Para finalizar, hace falta mencionar que, propiamente dicho, la comunidad de hablantes es la que decide qué palabras están sujetas a este proceso y cuáles no.

## **BIBLIOGRAFÍA**

*Dicionário priberam.*

<https://dicionario.priberam.org/aportuguesamento>

*Wikipédia, a enciclopédia livre.*

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Aportuguesamento>

*Palavras aportuguesadas.*

<https://brasilecola.uol.com.br/redacao/palavras-aportuguesadas.htm>

## **THE ROLE OF THE INTERNATIONALISMS IN THE ENGLISH VOCABULARY**

**Kravtsova A.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Shutova M.**

*Doctor of Linguistics, Prof.*

*Kyiv National Linguistic University*

In the system of modern English, which has developed on the basis of a wide and comprehensive use of all the resources of the national language, international terms and ordinary words, metaphors, proverbs, phrasal verbs and others are part of the language.

Internationalisms, international lexicon are the words that express the concept of international meaning and exist in many languages of the world (related and unrelated), preserving a close or common meaning and phonetic and morphological structure (Dundii, 2011).

Therefore, internationalisms predominate in the sphere of concepts from the field of culture, science, politics, and art; as a rule, they do not have correspondences in the language of distribution. (Smushynska, 2010)

Thence, international words enter a particular language either through borrowing from another language, or as a result of both of those languages borrowing the corresponding word from a third language. Traditionally, the sources of international vocabulary were considered to be Greek and Latin, which is explained by the great influence that ancient culture exerted on the development of World Culture. Now there is a creation of a special layer of international vocabulary of English origin, which is explained by the prestige of the English language and its global status in the world. (Dundii, 2011).

The English language has borrowed words for centuries. For the most part, its native speakers do not even know that they know other languages, although there are many foreign lexical units in everyday conversation. (Quirk, Wrenn, 1955)

Etymologically, the English vocabulary is heterogeneous and diverse. It consists of two layers – native and borrowed words. The stock of borrowed words is much larger than the stock of native words. In fact, Native words account for only 30% of the total number of words in the English Dictionary, but they are most often used in speech and writing. In addition, native words have a wider range of lexical and grammatical valence, are polysemantic, and form large groups of words and expressions (Quirk, Wrenn, 1955).

The vocabulary of any language is constantly updated, enriched, and restored. Some words disappear, others, on the contrary, appear, and native speakers actively use them. So, internationalisms perform the main function communicative in the Modern English language. They participate in word-forming processes and thereby enrich the vocabulary of the English language.

The presence of an international element in any respect greatly facilitates communication between native speakers of different languages, namely:

- A) promotes everyday communication;
- B) has a wide application in the study and teaching of foreign languages;
- C) transmits information about cultural and historical contacts between different peoples;
- D) can be interpreted as a dictionary of pan-European culture.
- E) makes a significant contribution to the discussion on foreign language borrowing. (Kononenko, 2018)

Internationalisms have spread over vast geographical territories as a result of the linguistic embodiment of common concepts of modern science, culture, technology, and politics. They still play a small role in overcoming language barriers, but their dissemination facilitates the process of international use of information, the active exchange of which in recent times contributes to an increase in the number of interlanguage words. (Nikishyna, 2017)

## REFERENCES

- Quirk, R., Wrenn, C. L. *An Old English Grammar*. (1955) London: Methuen.
- Дундій, Н. П. (2011). Лексичні запозичення у глобалізаційних процесах міжкультурної комунікації та діалогу культур. *Вісник Дніпропетровського університету ім. Альфреда Нобеля: Філолог. науки*, 2(2), 251–257.
- Кононенко, Я. (2018). *До проблеми класифікації інтернаціоналізмів*. Горлівський державний педагогічний інститут іноземних мов. с. 45–49.
- Нікішина, В. В. (2017). *Відтворення інтернаціональної та псевдоінтернаціональної лексики як перекладознавча проблема*. “Young Scientist”, 4.1 (44.1), 113–114.
- Смуциньська, І. В. (2010). Інтернаціоналізми та “хибні друзі” як проблема перекладу. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. Збірник наукових праць*. 201–205.

## **SEMÁNTICA Y PRAGMÁTICA DE INTERJECCIONES DERIVADAS DE LOS VERBOS DE MOVIMIENTO EN EL DISCURSO ARTÍSTICO**

**Kravtsova M. S.**

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

**Sudorzhenko G. P.**

*Candidata a doctora en Filología*

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

La lengua es el sistema de asociaciones complicado entre las ideas, sonidos o gestos que cada sociedad humana posee sin excepción. El paralenguaje es un elemento imprescindible de la comunicación porque sus elementos enriquecen la conversación y forman parte del discurso oral. Es sabido que cada nacionalidad tiene sus medios de expresar las emociones. Cabe mencionar que en la intensividad de los elementos emocionales del discurso influye una serie de los factores extralingüísticos tales como el carácter de las relaciones entre los interlocutores, el objeto y el modelo de la conversación, la actitud de los hablantes hacia el tema de la comunicación.

La elección de la teoría de la relevancia como marco teórico es acertada, ya que permite repensar la interjección desde una visión pragmática que incluye la comunicación, la cognición, la intencionalidad, la ostensión y, sobre todo, la interpretación de un elemento del lenguaje que está íntimamente vinculado con el uso y los comportamientos humanos, principalmente los que involucran estados mentales (emociones, deseos o sensaciones). Las interjecciones son identificadas por un interlocutor, aún si no conoce la lengua en que se emiten, porque están en la lengua pero, en algún sentido, la trascienden: las interjecciones están entre la palabra y el gesto, entre la gramática y el discurso, entre el texto y el contexto. Esta característica de universalidad y de permeabilidad está dada por el carácter analógico de la interjección y por su vinculación con la situación comunicativa (López Bobo, 2002).

Además, las interjecciones deben percibirse no solo como portadores o transmisores de las emociones sino también como los elementos que influyen en la interpretación y percepción del mensaje verbal. Es una unidad lingüística que presenta características particulares, por lo que siempre se ha mostrado reacia a los intentos de clasificación propuestos por los gramáticos. No obstante, esta categoría ha llamado la atención de varios estudiosos del lenguaje a lo largo de la historia justamente por la curiosidad de los hombres por los orígenes del habla humana misma, o por aquellas piezas del lenguaje que muestran características disímiles o comportamientos peculiares (ibid.).

Los lingüistas como Gómez Torrego L., Almela Pérez R., López Bobo J. M. investigaban las interjecciones, prestando atención a sus peculiaridades, lo que provocó el enfoque diferente de las gramáticas españolas, a saber la pertenencia de la interjección a la oración o no, su distinción de los marcadores discursivos. Falta por decir que las interjecciones tienen muchas particularidades de su contenido, tales como pluralidad del sentido, su significado modal y dependencia del contexto.

El término gramaticalización tiene doble significado. Por un lado, es una clase de cambio lingüístico por el que algunas unidades y construcciones lingüísticas, en ciertos contextos de uso, desarrollan funciones gramaticales; y por otro lado, es una teoría funcionalista que estudia dichos fenómenos de cambio lingüístico, ocupándose de estudiar el modo en que las unidades y construcciones léxicas pasan a realizar funciones gramaticales en ciertos contextos, o el modo en que ciertas unidades gramaticales desarrollan nuevas funciones gramaticales.

En el español coloquial florece el uso de las partículas **anda**, **vamos**, **vaya** y **venga**. Son formas verbales que han perdido en menor o mayor medida los rasgos sintácticos y semánticos de sus verbos originarios. Al mismo tiempo, constituyen estrategias discursivas que se han fijado mediante un proceso de gramaticalización, proceso que implica una recategorización. Los verbos de movimiento se dejan clasificar en varias categorías semánticas. Así, **andar** se adscribe a los verbos de modo de desplazamiento mientras que **ir** y **venir** se consideran verbos de dirección de desplazamiento. Aquellos se caracterizan por expresar inherentemente la manera en que se desplaza sin que el movimiento expresado sea orientado. Por otro lado, los verbos de dirección de desplazamiento, expresan intrínsecamente la dirección del movimiento. Si el verbo **ir** expresa obligatoriamente alejamiento del hablante y, por lo tanto, es un verbo eferencial mientras que **venir** expresa acercamiento al hablante por lo que se define como verbo aferencial. Además, en español, contrariamente a otras muchas lenguas, el verbo **venir** requiere la presencia del hablante en el punto de llegada en el momento del enunciado (Crego García, 2000).

No es una casualidad que sean formas del imperativo de los verbos de movimiento que se han gramaticalizado hasta pertenecer a la categoría de las interjecciones. En los verbos de movimiento y en las formas verbales en general, desempeña un papel importante la deixis (tanto espacial, temporal, personal, social como textual). Como estas formas verbales están empapadas de deixis (verbos de dirección, morfema de persona, grado de formalidad, etc.) y los aspectos deícticos son *subjecto referential verification* (“sumiso a verificación referencial”) no es de extrañar que se presten a funcionar como interjecciones, unidades lingüísticas tan dependientes del contexto (ibid.).

El estudio de la semántica y funciones de las interjecciones permite comprender, por una parte, el contenido conotativo del mensaje y, por otra parte, el significado de ilocuciones de interlocutores, lo que es posible a favor de la comprensión del significado de la interjección. Debemos subrayar que el tema permite ampliar la manera de ver la interjección como el fenómeno lingüístico y estudiarlo desde el punto de vista referencial, en otras palabras, teniendo en cuenta los tipos de ilocuciones de interlocutores.

## REFERENCIAS

- Crego García, M. V. (2000). *El complemento locativo en español. Los verbos de movimiento y su combinatoria sintáctico-semántica*. Universidad de Santiago de Compostela.
- López Bobo, M. J. (2002). *La interjección. Aspectos gramaticales*. Arco/Libros.



## **MODERN LEXICAL NEOLOGISMS AS A MEANS OF INTEREST FOR STUDENTS OF PHILOLOGICAL AND PEDAGOGICAL SPECIALTIES TO STUDY THE VOCABULARY OF THE ENGLISH LANGUAGE**

**Krivoshey V. V.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Parfenova L. V.**

*Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

Today, English borrowings are characteristic of all European languages. A feature of the modern period is that most often an English-origin nomination is chosen as the basis of an international lexeme - its own or created in the English language on the basis of Latin or Greek international elements. A peculiar feature of the English word-form is its predominantly nominal character. This phenomenon is called noun disease. The emergence of new lexical phenomena of the English language is widely distributed in new spheres of life and existence.

Such well-known linguists as L. S. devoted their linguistic works to the problem of studying neologisms. Barkhudarov, Yu. A. Zatsny, V. I. Karaban, V. N. Komisarov, M. Ya. Zwilling and many others. Among modern researchers, it is worth highlighting O. I. Dzyubin and M. O. Shutov, who considered the theories of the formation of neologisms and their classification, as well as T. Dankevich and I. V. Kozachenko, who studied the peculiarities of the translation of English neologisms into Ukrainian. The analysis of recent studies has shown that although there are currently well-known methods and techniques for translating neologisms, their rapid addition to the English language requires the search for new ways of translation, as well as the compilation of English-Ukrainian dictionaries of neologisms. It is worth noting that by neologisms, scientists usually understand not only completely new words, but also existing lexical units that acquire a new meaning (Borysova, 2008).

Thus, neologisms can be considered: – a new combination of existing words, for example: employment slack – excess labor force. The economic crisis contributed to the appearance in the language of a new lexical unit employment slack, which, in contrast to the economic term unemployment rate, includes the unemployed, desperate to find work and those who work part-time but wish to work full-time. -new meaning of existing words. For example, the lexical unit lift-off, which until 2015 was used in the sense of “the launch of an air or space vehicle or the beginning of any successful event”, cent rates in the US, after a long period of keeping them at a low level, in late 2015 began to be used in new meaning – “rapid increase in interest rates” (Dzyubina, 2018).

But, these neologisms that have not yet entered the dictionary are used in such activities as: science, religion, economy, to denote new technological terms, phobias, human feelings or state, etc. (Kostenko, 2021). Therefore, on the basis of the collected data, we'd like to present the classification, which outlines the areas of use of new lexical phenomena:

1. Words denoting human feelings or state.

*Celebriphilia*: an abnormally intense desire to have a romantic relationship with a celebrity. *Blogebrity*: a famous or popular blogger. *Yo-pro (noun)*: a young professional. *Phone-yawn (noun, verb)*: the phenomenon, when one person gets phone and looks at the screen therefore surrounding people do the same. *To computer-face (verb)*: point your face into monitor, in order to make impression of being busy. *Antisocial networking (noun phrase)*. *Skype family (noun)*: a family in which one parent is living overseas and contact is maintained through Skype. *Digital amnesia (noun)*: the inability to remember basic things, such as telephone numbers, dates, etc. *Sportauranteur (noun)*: an athlete who owns a restaurant. *Chumpeled (adjective)*: to feel influx aggression, which is accompanied by loss of words (having an act of aggression muffled by a loss of words). *Wedlocker (noun)*: a married person.

2. Technologization has filled almost all spheres of human life, therefore the new society needs modern terms and phrases to denote current realities. That is why words related to the emergence of new technologies appeared in use:

*Podcatching (noun)*: checking for and downloading any new programs that appear on a podcasting feed. *Splog*: a fake blog containing links to sites affiliated with the blogger. *Vlog*: a blog that contains mostly video. *Gloatgram (noun, verb)*: posting in Instagram (or other social networks) and showing how awesome and colorful your life is. Usually it's photo of food or from trips. *Digital diet (noun)*: a deliberate reduction in the amount of time spent on the Internet. *IFinger (noun)*: finger which people leave clean in order that it will be possible to continue to use the smartphone or a tablet, without having soiled it. *Dark Web (noun)*: the part of the World Wide Web that is only accessible by means of special software, allowing users and website operators to remain anonymous or untraceable). *Cybernate (verb)*: to take a break from computer use: to temporarily suspend one's online presence). *Trool (noun)*: an internet troll that is paid by a third party to attack someone on the internet). *E-beg (verb)*: to request money from strangers via online solicitation.

3. Sciences related to psychology are rapidly developing during this period. *Monatophobia (noun)*: the fear of dying alone. *Novinophobia (noun)*: the fear of running out of wine. *Thaasophobia (noun)*: the fear of being bored or idle. *Rubatosis (noun)*: the unsettling awareness of your own heartbeat.

4. Words to describe something or someone. *Hermitous (adjective)*: like a hermit, isolated by choice usually for religious reasons). *Yasty (adjective)*: yummy and tasty. *Superficial (adjective)*: officially stupid. *Zhoosh (verb)*: to make more exciting ,lively or attractive.

5. Words denoting other phenomena. *Shist (noun)*: a misty kind of snow. *Naughtacious (adjective)*: extremely naughtily. *Quajillion (verb)*: An extremely large amount or number. *Glam(verb )*: to do something to make yourself look pretty or beautiful.

Thanks as you can see, that neologisms cover almost all spheres of life. Replenishment of the lexical composition of the English language occurs both with the help of borrowings from other languages and with the help of intralingual

means, which should be understood for the possibility of adequate translation of one or another neologism (Kozachenko, 2020).

To sum up, I'd like to say that modern English is constantly evolving, and new words and expressions appear every day. In order for foreign language learning to be successful, we must encourage students to manage the learning process, to show creativity. This is one of the ways of forming the necessary qualities, knowledge and skills in future teachers of the English language, which, in the end, will be a guarantee of successful performance of their professional duties. Modern linguistic neologisms are "an imprint of the interesting and new." And the study of it is a must and opens up prospects for the development of that branch of science.

## LITERATURE

- Borysova, O. V. (2008). Ways of translating neologisms and features of their mastery by students in translation practice classes. [Sposoby perekladu "Філологічні трактату", 14(2) 2022 85 neologizmiv ta osoblyvosti ikh opanuvannya studentamy na zaniattiakh z praktyky perekladu]. *Linguistic and conceptual pictures of the world: a collection of scientific papers. KNUTSH*, 24(1).
- Dzyubina, O. I.(2018). Peculiarities of the formation and functioning of semantic neologisms of the English language in the field of Internet communication. *Notes on Romano-Germanic philology. KNUTSH*, 12(2).
- Kozachenko, I. V.(2020). Features of the translation of neologisms of the English language. *Scientific Bulletin of the International Humanitarian University*, 5(1).
- Kostenko, O. G.(2021) *Modern English neologisms and methods of their translation into Ukrainian*, 4(2).

## PROTECTION OF CONSUMERS IN UKRAINE AND GREAT BRITAIN

**Kucher K. V.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Vasylenko O.B.**

*Kyiv National Linguistic University*

Both Ukraine and Great Britain have measures in place to protect consumers in various industries, including food, finance, and telecommunications. Here are some of the key features of consumer protection in each country.

Ukrainian consumer protection policy is rooted in the Ukrainian Constitution, adopted in 1996. Article 42 of the Constitution of Ukraine addresses the economic freedom regime in the country and identifies tasks of the state in the area of competition and consumer protection. Article 42 (3) of the Constitution of Ukraine stipulates that "state protects consumer rights, exercises control over quality and safety of products and all types of services and works, supports activities of consumer rights organisations" (The Constitution of Ukraine, 1996).

The legislation on consumer protection consists of the Law of Ukraine “On Consumer Rights Protection” the Civil Code of Ukraine, the Commercial Code of Ukraine, and other regulatory acts containing provisions on consumer protection, as well as international treaties.

Consumer protection is carried out by the State Service of Ukraine on Food Safety and Consumer Protection, which develops and ensures the implementation of state policies in the field of consumer protection, and implements state policies in the area of state control over compliance with legislation on consumer protection. Local state administrations, other executive authorities, local self-government bodies in accordance with the law, as well as courts, are also involved in the protection of consumer rights.

In Ukraine, consumer protection is governed by the Law on Protection of Consumer Rights, which sets out the rights and obligations. Consumers have the right to information about the products and services they purchase, including clear labeling and pricing information, to file complaints and seek compensation for damages caused by faulty products or services.

Consumers are obliged to read the operating instructions provided by the manufacturer for the product before starting to use it; use the product for its intended purpose.

Ukraine also has specific laws and regulations to protect consumers in areas such as food safety and financial services.

In Great Britain, consumer protection is regulated by a range of laws and regulations. Some of the key laws that govern consumer protection in Great Britain include:

1. Consumer Rights Act 2015
2. Sale of Goods Act 1979
3. Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008
4. Data Protection Act 2018 etc.

Also, consumer protection is overseen by several regulatory bodies, including the Competition and Markets Authority (CMA), which is responsible for promoting competition and protecting consumers in various industries. The CMA has the power to investigate and take action against businesses that engage in anti-competitive practices or fail to meet consumer protection standards.

Great Britain also has specific laws and regulations to protect consumers in areas such as financial services, telecommunications, and energy.

Consumers in Great Britain have a wide range of rights, including the right to a refund or replacement for faulty products, the right to cancel contracts within a certain period of time, and the right to clear pricing information and advertising.

Consumers in the UK have a number of obligations that they are expected to fulfil in order to ensure fair and lawful transactions with businesses. Consumers have an obligation to pay for goods and services. Consumers are expected to check the goods they are purchasing before paying for them, to ensure that they are in satisfactory condition and fit for purpose. Consumers have an obligation to provide accurate and truthful information when making purchases. Consumers are expected to follow the instructions and guidelines provided by businesses for

using, maintaining, or disposing of goods and services, reporting faults or issues, and complying with laws and regulations.

Great Britain also has specific laws and regulations to protect consumers in areas such as financial services, telecommunications, and energy.

Overall, both Ukraine and Great Britain have strong consumer protection measures in place to ensure that consumers are treated fairly and have access to information, redress, and compensation when they are harmed by faulty goods or services.

## REFERENCES

Consumer Rights Act 2015. Legislation.gov.uk.

<https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/15/contents/enacted>

*On Consumer Rights Protection*. Official web-portal of the Parliament of Ukraine.

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/1023-12#Text>

*The Constitution of Ukraine*. Official web-portal of the Parliament of Ukraine.

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/254k/96-bp>

## PSYCHOLINGUISTIC FEATURES OF MANIPULATIVE STRATEGIES IN MODERN ENGLISH DISCOURSE

**Kuchera K. O.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Berezenko V. M.**

*CSc. (Philology), Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

The theoretical framework of psycholinguistics and manipulative strategies encompasses a range of approaches and theories that seek to understand the ways in which language is used to manipulate or influence others. At a basic level, manipulative strategies involve the use of language to achieve some goal or outcome, often at the expense of the other person's interests or needs.

One important theoretical perspective on manipulative strategies comes from pragmatics, which is the study of how people use language in context to achieve communicative goals. Within this framework, manipulation can be seen as a type of illocutionary act, which is an act performed by saying something (e.g., promising, threatening, warning, persuading). According to Grice's theory of implicature, illocutionary acts rely on a set of cooperative principles that underlie successful communication, such as the principle of relevance, the principle of quantity, and the principle of quality. When manipulative strategies violate these principles, they can be seen as deceptive or dishonest (Grice, 1975).

Another perspective on manipulative strategies comes from cognitive psychology, which is the study of how people perceive, process, and remember information. Within this framework, manipulation can be seen as a type of cognitive bias, which is a systematic error in thinking or judgment that can lead

to faulty reasoning or decision-making. For example, confirmation is a type of cognitive bias in which people seek out information that confirms their preexisting beliefs or attitudes, while ignoring or discounting information that contradicts them (Nickerson, 1998). Manipulative strategies can take advantage of such cognitive biases like confirmation to persuade or influence people in ways that may not be in their best interests.

A third perspective on manipulative strategies comes from sociolinguistics, which is the study of language use in social contexts. Within this framework, manipulation can be seen as a type of discourse practice, which is a pattern of language use that serves a particular social or cultural function. For example, politeness strategies can be seen as a type of discourse practice that serves to maintain social harmony and avoid conflict (Brown & Levinson, 1987). Manipulative strategies can also be seen as a type of discourse practice, albeit one that may be seen as more negative or harmful than positive or beneficial.

In addition, it is important to discuss the reasons for studying psycholinguistic features of manipulative strategies:

1) Understanding the ways in which manipulative strategies are used can help us to better recognize and resist them. By studying the cognitive and linguistic mechanisms underlying manipulative strategies, we can develop tools to identify and counteract them. This can be especially important in situations where manipulation is harmful or unethical, such as in cases of political propaganda or persuasive advertising (Cialdini, 2001; Kahneman, 2011).

2) The study of manipulative strategies can shed light on how language is used to achieve social and communicative goals. By analyzing the linguistic features of manipulative strategies, we can gain insight into how language is used to persuade, negotiate, and influence others. This knowledge can be useful not only in identifying manipulative strategies, but also in developing more effective communication strategies in a variety of contexts (Leary, 2015; Tannen, 1989).

3) The study of manipulative strategies can have important implications for fields such as psychology, sociology, and linguistics. By integrating research on manipulative strategies from different fields, we can develop a more comprehensive understanding of how language and cognition are related. This can lead to new insights and theories about human communication and behavior (Cacciari & Glucksberg, 1994; Eysenck & Keane, 2010).

Overall, the study of psycholinguistic features of manipulative strategies is important because it can help us to better understand how language is used to influence others, and how we can resist and counteract manipulation in our own lives.

## **BIBLIOGRAPHY**

- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press.
- Cacciari, C., & Glucksberg, S. (1994). Understanding idiomatic expressions: The contribution of word meanings. In C. Cacciari & P. Tabossi (Eds.), *Idioms: Processing, structure, and interpretation* (pp. 123–145). Lawrence Erlbaum Associates.

- Cialdini, R. B. (2001). *Influence: Science and practice* (4th ed.). Allyn and Bacon.
- Eysenck, M. W., & Keane, M. T. (2010). *Cognitive psychology: A student's handbook* (6th ed.). Psychology Press.
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. In P. Cole & J. L. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics*, Vol. 3: Speech acts (pp. 41–58). Academic Press.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Leary, M. R. (2015). *Introduction to behavioral research methods* (6th ed.). Pearson.
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology*, 2(2), 175–220.
- Tannen, D. (1989). *Talking voices: Repetition, dialogue, and imagery in conversational discourse*. Cambridge University Press.

## **TRUDNOŚCI W PRZEKŁADZIE TEKSTÓW Z ZAKRESU PRAWA (NA PRZYKŁADZIE PARY JĘZYKOWEJ POLSKI-UKRAIŃSKI)**

**Kucheruk N. S.**

*Narodowy Uniwersytet Lingwistyczny w Kijowie*

**Yakovenko Y. V.**

*Doktor filozofii w dziedzinie nauk humanistycznych  
Narodowy Uniwersytet Lingwistyczny w Kijowie*

Procesy integracji europejskiej Ukrainy, które przewidują istotne zmiany ustawodawstwa ukraińskiego w celu jego harmonizacji z prawem UE, są niemożliwe bez wysokiej jakości tłumaczeń tekstów prawnych. Znaczącą rolę na tej ścieżce odgrywa analiza, a co za tym idzie, tłumaczenie ustawodawstw sąsiednich państw członkowskich UE, w szczególności Polski, która od 2004 roku jest pełnoprawnym członkiem Unii Europejskiej. Powszechnie wiadomo, że takie tłumaczenie wymaga nie tylko doskonałej znajomości języków, ale także znajomości prawa, zrozumienia specyfiki używania terminów specjalnych itp. Jednak nawet biorąc pod uwagę istnienie takiej wiedzy i doświadczenia, realizacja takiego tłumaczenia może napotkać wiele trudności. Pomimo bliskości terytorialnej obu krajów i wzajemnej ukraińsko-polskiej współpracy w zakresie stosunków prawnych, problemy tłumaczeń w tym zakresie pozostają słabo zbadane.

Przede wszystkim chodzi o trudności, jakie mogą pojawić się przy wyszukiwaniu i wyborze odpowiedników w języku tłumaczenia. Trudności w tym procesie wynikają zarówno z polisemantycznego charakteru używanego pojęcia, jak i z istnienia różnych stopni adekwatności semantycznej ekwiwalentu. Na przykład ukraińskimi odpowiednikami “radcy prawnego” mogą być “юридичний радник” czy “юридичний консультант”. Jednak pomimo zgodności tłumaczenia samych słów, pojęcia te charakteryzują się znacznymi różnicami semantycznymi. Żaden z tych terminów nie oddaje w pełni istoty tego polskiego statusu. Zgodnie z Art. 24 Ustawy o radcach prawnych (1982) aby zostać radcą prawnym w Polsce



taka osoba musi najpierw odbyć aplikację radcowską w Polsce i złożyć egzamin radcowski. Z kolei w przypadku ukraińskiego “юридичного радника” nie ma takiego stażu czy egzaminu. Innym przykładem są pojęcia “охорона” i “захист”, dla których jednym z odpowiedników w języku polskim jest “ochrona”. W literaturze prawniczej terminy te nie są jednak uznawane za tożsame (Венедіктова, 2011, 194), a “охорона” jest kategorią bardziej rozbudowaną niż “захист”.

Przy wyborze ekwiwalentów pewne trudności, zwłaszcza dla początkujących tłumaczy, mogą sprawiać tzw. “fałszywi przyjaciele tłumacza” (Верховцова, 2016), czyli słowa, które brzmią podobnie, ale mają inne znaczenie. Na przykład odpowiednikiem słowa “umowa” w języku ukraińskim jest “договір”, a nie “умова”. Ukraińskie słowo “умова” natomiast jest tłumaczone na język polski jako “warunek”. Z kolei odpowiednikiem słowa “oskarżenie” jest ukraińskie pojęcie “обвинувачення”, “оскарження” zaś jest tłumaczone z ukraińskiego na polski jako “zaskarżenie”.

Nie należy pomijać tłumaczenia skrótów tekstowych (w tym skrótowców), które są często używane w tekstach pisemnych oraz w wystąpieniach ustnych, negocjacjach itp. na tematy prawne (na przykład k.k. – Kodeks karny i jego ukraiński odpowiednik – КК (Кримінальний кодекс), k.p.k. – Kodeks postępowania karnego – po-ukraińsku КПК (Кримінальний процесуальний кодекс) itp. Złożoność ich tłumaczenia wynika z faktu, że nie wszystkie polskie skróty mają swoje odpowiedniki w języku ukraińskim, tak jak nie wszystkie ukraińskie skróty mają swoje odpowiedniki w języku polskim. Jednocześnie tłumaczenie takich skrótów powstałe w wyniku transkodowania nie zawsze może być zrozumiałe dla odbiorcy. Na przykład skróty KRS – Krajowy Rejestr Sądowy i SSR – sędzia Sądu Rejonowego nie mają odpowiedników w języku ukraińskim, a zatem ich transkodowanie nie dostarczy czytelnikom lub słuchaczom zrozumiałej informacji. Dlatego wydaje się, że możliwe jest stosowanie skrótu KRS, pod warunkiem, że skrót ten zostanie wskazany na początku tłumaczenia jako “Національний судовий реєстр”. Jednocześnie uważamy, że tej “reguły” nie należy stosować do wszystkich bez wyjątku skrótów tekstowych, ze względu na specyfikę skracania pojęć w Ukrainie. Przykładowo, w ukraińskim systemie prawnym nie stosuje się skrótów dla stanowisk sędziów sądów rejonowych, w związku z czym zasadne wydaje się tłumaczenie SSR na język ukraiński w całości.

Prawidłowe stosowanie interpunkcji jest dość istotne w tłumaczeniu, zwłaszcza gdy tłumacz dokonuje “przeformułowań”, aby zapewnić bardziej adekwatne tłumaczenie. Na przykład w jednej ze spraw, która została określona w kanadyjskiej prasie jako “przecinek za milion”, błąd w tłumaczeniu (umieszczenie przecinka w tłumaczeniu umowy) kosztował kanadyjską firmę Rogers Communications z Toronto milion dolarów kanadyjskich (Austen, 2006).

Z powyższego wynika, że dokładność i obiektywność tłumaczenia jest szczególnie ważna w przypadku tłumaczeń prawniczych. Nie oznacza to jednocześnie zakazu używania różnych terminów prawniczych dla tej samej sytuacji, co faktycznie stwierdza O. Kozaczek (Козачек, 2016, 17). Naszym zdaniem, stosowanie tych samych terminów jest właściwe w przypadku tłumaczenia umów i regulaminów. Jednocześnie, dla związku tłumaczenia bez

powtórzeń wielu innych dokumentów prawnych, wydaje się możliwe użycie synonimów bez zmiany znaczenia oryginalnego tekstu.

Podsumowując, możemy wyciągnąć wnioski, że tłumaczenie prawnicze wymaga dość dużej dokładności i obiektywizmu, co wynika z możliwych negatywnych konsekwencji nieprawidłowego przekazywania informacji. Aby je osiągnąć, tłumacze napotykają na znaczne trudności związane z obecnością w języku źródłowym i docelowym pojęć podobnych brzmieniowo i różniących się znaczeniem, brakiem odpowiedników w języku tłumaczenia itp.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Austen, I. (2006, October 25). The Comma That Costs 1 Million Dollars (Canadian). <https://www.nytimes.com/2006/10/25/business/worldbusiness/25comma.html>
- Венедіктова, І. В. (2011). Співвідношення категорій охорони і захисту охоронюваних законом інтересів. *Право України*, 10, 192–198.
- Верховцова, О. М. (2016, жовтень). Проблема еквівалентності в юридичному перекладі. <https://dspace.nau.edu.ua/handle/NAU/38183>
- Козачек, О. Д. (2016). Особливості перекладу юридичних текстів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Перекладознавство та міжкультурна комунікація*. 2, 16–22.
- Ustawa z dnia 6 lipca 1982 r. o radcach prawnych, Art. 24 (1982). <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU19820190145/U/D19820145Lj.pdf>

## **BESONDERHEIT DER ÜBERSETZUNG VON TERMINOLOGIE IM BEREICH MEDIZIN UND GESUNDHEITSWESEN**

**Kudrinskiy I. V.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Sereda N. A.**

*Doktorin, Dozentin*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

In der modernen deutschen Medizinsprache gibt es viele Abkürzungen, über deren Struktur ein paar Worte gesagt werden müssen, zumal der Prozess der Bildung neuer Abkürzungen kontinuierlich wirkt. Dies ist auf die Entwicklung der medizinischen Wissenschaft zurückzuführen. Und obwohl die medizinische Terminologie eine der stabilsten ist, obwohl der Prozess ihrer Bildung größtenteils abgeschlossen ist, erhält sie immer noch einzelne neue Begriffe, und die meisten von ihnen sind genau Sprachabkürzungen, Abkürzungen.

In der Subsprache Medizin lassen sich folgende Strukturmodelle von Abkürzungen unterscheiden: Anfangsabkürzungen, die durch die Namen der Anfangsbuchstaben ausgesprochen werden “EKG – *Elektrokardiographie – Elektrokardiogramm*”, “FS – *Fettsucht – adiposita*”, “NP – *Nukleoprotein – Nukleoprotein*”. Es sind die Anfangsabkürzungen, die die größten

Schwierigkeiten beim Verständnis verursachen und eine große Anzahl von Homonymen haben.

Abkürzungen, die durch die Verschmelzung zweier Wörter gebildet werden; Dies kombiniert die erste Silbe des ersten Wortes und die letzte Silbe des zweiten Wortes. Daher die Bildung der Nomenklaturnamen der Droge. Sie sind in ihrer Mehrheit semantisch homogen geworden, und nur wenige von ihnen werden als Abkürzungen wahrgenommen: “*Aldol = Aldehyd + Alkohol – Aldol*”. Abkürzungen, die durch eine teilweise Abkürzung von nur wenigen Wörtern der ursprünglichen Kombination gebildet werden “*EKG – Elektrokardiographie – Elektrokardiogramm*”. Die Verwendung von Abkürzungen führt sicherlich zur Rationalisierung der professionellen Kommunikation.

In der Regel werden multibasische Begriffe abgekürzt. Die daraus resultierenden Kurzformen erleichtern die Entstehung komplexer syntagmatischer Einheiten und erhöhen die “Lesbarkeit” des wissenschaftlichen Textes (*allerdings nur für einen Spezialisten, der mit diesen Abkürzungen vertraut ist*). Versuchen wir, diese These am Beispiel der Verwendung der Abkürzung “NCC” anstelle des vollständigen Begriffs Herz-Kreislauf-Krankheit zu erklären. Im ersten Satz des Textes lesen wir: “*Die Zunahme von Herz-Kreislauf-Erkrankungen HKK in den industrialisierten Staaten...*”. Im folgenden Text werden zwei syntagmatische Einheiten von “NCC” und “NK” parallel verwendet: “*Kranke mit NCC, Befundträger einer NCC, Früherkennung von NCC, NK-Leiden, NK-pathologisch, NK-Kontrolle*”.

## LITERATUR

*Wörterbuch der Medizin*/Bd. I, II. – Herausgegeben von H. Schaldach. 1980.  
Goldhahn, J. *Kleines medizinisches Wörterbuch*. Leipzig 1967. – S. 135.  
Spranger, U. *Abkürzungen in der Medizin und ihren Randgebieten*. 1980.

## LA CLASIFICACIÓN DE LAS FORMAS NO PERSONALES DEL VERBO EN EL IDIOMA ESPAÑOL

**Larina A. R.**

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

**Nastenko S. V.**

*Candidata a doctora en ciencias filológicas, profesora titular  
Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

Dentro de la estructura de la lengua española, las formas no personales del verbo juegan un papel fundamental en la comunicación escrita y oral. Según la Real Academia Española (RAE), estas formas verbales no están conjugadas en tiempo, modo ni persona, lo que les da una gran versatilidad para expresar acciones, estados o procesos de forma precisa y concisa. Han sido llamadas también formas no finitas, no flexionadas, no flexivas, no conjugadas, derivados, verbales y verboides (RAE, 2018, p. 3115).

*El infinitivo* es una forma no personal del verbo caracterizado por terminar siempre *-ar*, *-er* o *-ir*. Los infinitivos son muy importantes a la hora de conocer las reglas para conjugar los verbos. El infinitivo se ha venido considerando en la tradición como una categoría híbrida, en cuanto que presenta a la vez propiedades nominales y verbales. Aunque en la actualidad se suele aceptar que los infinitivos del español pueden ser verbales o nominales, algunos infinitivos manifiestan excepcionalmente propiedades que pertenecen a ambos grupos a la vez. En la mayor parte de los casos, los infinitivos pueden usarse en unos contextos o en otros y su doble carácter verbal y nominal le permite constituirse en núcleo de sintagma nominal (SN) o de sintagma verbal (SV): *el buen beber* (SN); *beber agua en un vaso* (SV). El infinitivo forma oraciones subordinadas que realizan funciones como sujeto, atributo, complemento directo, etc. (Pavón Lucero, 2007, p. 122).

*El gerundio* se caracteriza por la desinencia *-ndo*, unida a la raíz verbal a través de la vocal temática propia de cada conjugación. Es una forma no personal del verbo caracterizado por expresar una acción continua, en desarrollo constante. Algunos autores lo identifican con el adverbio, pero el gerundio no es un adverbio: solo comparte con él determinadas funciones. Sus valores semánticos pueden ser modo, causa, condición, concesión, etc. Muestra la acción durante su transcurso; indica simultaneidad con el verbo principal.

Es importante tener en cuenta que el uso del gerundio en español puede variar según el contexto y la intención del hablante o escritor. Además, el gerundio en español puede presentar algunas peculiaridades en su formación y uso, como el cambio de raíz en algunos verbos irregulares o la forma “*-yendo*” para algunos verbos que terminan en “*-uir*”.

*El participio* es otra forma no personal del verbo que indica la acción tras haber finalizado. Los participios se forman añadiendo los sufijos *-ado* o *-ido*, dependiendo de la conjugación del verbo. Equivale al adjetivo, y habitualmente se considera como tal más que como verbo. Tiene habitualmente sentido pasivo. El participio activo se utiliza para describir una acción en proceso, mientras que el participio pasivo se utiliza para describir una acción completada o pasada. Además, el participio pasivo se utiliza en la formación de los tiempos compuestos y en la voz pasiva. Ejemplos de tiempos compuestos son el pretérito perfecto compuesto (“*he comido*”), el pluscuamperfecto (“*había comido*”) y el futuro perfecto (“*habré comido*”), a pesar de que el último tiempo gramatical se usa muy raramente.

El infinitivo y el gerundio admiten formas compuestas (*haber cantado* y *habiendo cantado*, respectivamente). Los participios expresan siempre significados perfectivos, los gerundios tienen valor progresivo y los infinitivos no aportan informaciones aspectuales en función de su propia naturaleza gramatical, salvo en las formas compuestas, en las que el auxiliar haber expresa la noción de “perfectividad”.

La clasificación y análisis de las formas no personales del verbo en español es relevante para la lingüística española, ya que permite una mejor comprensión de la estructura y uso de estas formas verbales en la lengua española y su relación con otras lenguas romances. Además, este estudio puede tener aplicaciones prácticas en la enseñanza y aprendizaje del español como lengua extranjera.

## REFERENCIAS

- Pavón Lucero, M. V. (2007). *Gramática práctica del español*. Espasa Calpe.
- Real Academia Española. (2018). *Nueva gramática de la lengua española. Morfología. Sintaxis. Fonética y fonología*: Asociación de Academias de la Lengua Española.  
<https://www.pdfdrive.com/nueva-gram%C3%A1tica-de-la-lengua-espa%C3%B1ola-morfolog%C3%ADa-sintaxis-fon%C3%A9tica-y-fonolog%C3%ADa-e187152022.html>

## MODERN INTERCULTURAL COMMUNICATION: CHALLENGES OF THE PRESENT

**Laskava A. M.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Melnyk A. I.**

*Candidate of Pedagogical Sciences*

*Kyiv National Linguistic University*

Living in a modern world has made us citizens who are increasingly part of a globalized world, regardless in which part of the world we happen to live. Throughout history, representatives of different cultures have interacted with each other, sometimes leading to misunderstandings along with stereotypes. The recent Russian military invasion of Ukraine has underscored the significance of dialogue between Ukrainians and the international community. It has brought the issue to the forefront of global attention and emphasizes the urgent need for effective communication.

The object of the research is the influence of cross-cultural differences in communication. The objective of the research is to examine the impact of cross-cultural differences in both formal and informal settings; to identify challenges that may arise during intercultural interactions between Ukrainians and British; to compare the notable distinctions between the Ukrainian and British perspectives on worldview.

The meaning of the term “cross-cultural communication” refers to the process of verbal and non-verbal interaction between individuals of different cultures from all over the world, who have distinct differences in experiences, values, knowledge, attitudes, relationships, the concept of self and the universe, expectations, etc. (Samovar, 2010, p. 8).

Language and communication styles can vary significantly across cultures, leading to potential misunderstandings if one party does not comprehend the other’s language or way of expressing themselves. Even if both interlocutors are fluent in a particular language, misapprehension can still occur due to cultural differences in communication styles and customs. For instance, people are used to believing that English people are normally not very welcoming. They tend to avoid prolonged eye contact, kissing others during greetings and so on. This

specific socio-cultural custom is telling and displays a noticeable contrast to the Ukrainian traditional way of warm and friendly greetings. These differences can create difficulties in accurately interpreting and understanding information, which may even lead to mutual antipathy.

One of the reasons behind cultural misunderstanding is ethnocentrism – a worldview based on the values and beliefs of one’s own culture while evaluating the behavior of representatives of other linguistic cultures. This can lead to using one’s own cultural norms as a model, which ultimately leads to a comparison of the familiar with something new. Individuals tend to perceive their own cultural norms as correct and objective, while viewing other cultures’ norms as unfamiliar or incorrect. Misunderstandings can arise between individuals of different cultures due to a tendency to assume that others perceive the world in the same way as they do, leading to serious disputes. According to sociologist W. G. Sumner, the basis of ethnocentrism is the condemnation of others, believing that “others” are the cause of their misfortunes (Sumner, 2008, p. 340–344). These distorted perceptions of behavior can lead to cross-cultural misunderstanding. For instance, Ukrainians may perceive English communication styles as moody or even hostile, while English communicators may view Ukrainian communication styles as inappropriate.

Cultural stereotypes may be another reason for misunderstandings. They are oversimplified and superficial convictions and beliefs about people of a specific country or ethnic group, based on the certain cultural or historic characteristics. It is important to pinpoint that these stereotypes might be both positive and negative, and nowadays are actively distributed via popular social platforms, pop culture and personal experiences. Often we can observe people spreading these narratives because of their own ignorance, lack of knowledge or unwillingness to listen to another person’s opinion.

According to these stereotypes, which are found in many cultures, we can often hear the idea that the British people have been associated with politeness and good manners, they are widely known by their distinctive sense of humor, often dark and full of irony, hence they are often perceived as reserved and unemotional individuals. Another stereotype concerns food preferences and habits. It is often believed that British food has poor quality, is very simple and unappetizing. On the other hand, such fallacies are widely spread about other nationalities as well, Ukrainians in particular, as we can often hear myths concerning Ukrainian culture and language, actively generated by Russian propaganda for years now. These stereotypes range from mockery to Ukrainophobic narratives. We often can come across utterances about Ukrainian anti-Semitism, or speculation that the Ukrainian language is a dialect of Russian, or that Ukrainians are traitors. Unfortunately, Ukraine is a striking example of how even innocent, at first glance things, can be turned into a mechanism of justification aggression against the whole country. That is why a meaningful dialogue is a real need for laying a strong foundation for further interaction between Ukrainians with representatives of other cultures.

Taking everything into account, ineffective communication across cultural differences is most often manifested in the form of language barriers, cultural

stereotypes, contextual meta-messages, power dynamics and difficulties in establishing trust. A better understanding of intercultural communication and the reasons for its distortion will enable a fuller comprehension of diverse cultural attitudes, values and beliefs and will help to promote tolerance and constructive relationships between people from different cultures.

## LITERATURE

Samovar, L. A., Porter, R. E., McDaniel, E. R. (2010). *Communication between cultures*. 7<sup>th</sup> Edition. Wadsworth Cengage Learning.

Sumner, W. G. (2008). *Folkways: A Study of the Sociological Importance of Usages, Manners, Customs, Mores and Morals*.

## BELIEFS OF THE ANCIENT GERMANS. THE PANTHEON OF GERMANIC GODS

**Lavrenchuk A. A.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Zinchenko H. Ye.**

*CSc. (Philology), Associate Professor  
Kyiv National Linguistic University*

The ancient Germanic people had a rich and diverse mythology that influenced their culture and way of life. In the center of this mythology there was a complex pantheon of gods and goddesses that the Germanic people believed in and worshipped. These deities were believed to have power over various aspects of the natural world and human experience and were often associated with specific symbols, animals, and rituals. In this paper, I will explore the beliefs of the ancient Germans and their pantheon of gods.

The ancient Germans were a collection of tribes that lived in what is now modern-day Germany, Denmark, and the surrounding areas. They were a pagan people who believed in multiple gods and goddesses who controlled different aspects of their lives. (Lecouteux, 2016). The Germanic pantheon was a complex web of deities, each one with their own unique powers and abilities.

One of the most important gods in the Germanic pantheon was Odin, the god of war, wisdom, and magic. Odin was the chief of the gods and was known for his ability to travel between worlds and gather knowledge. He was often depicted as a wise old man with a long beard and a spear in one hand and a staff in the other. Odin was also associated with the Valkyries, a group of female warriors who would choose the bravest warriors to die in battle and take them to Valhalla, the afterlife for warriors (The Columbia Electronic Encyclopedia, 2023).

Another important god in the Germanic pantheon was Thor, the god of thunder and strength. Thor was known for his mighty hammer, Mjolnir, which he used to battle giants and other enemies. He was also associated with fertility and agriculture and was worshipped as a protector of the common people. Freya was the goddess



of love, fertility, and war. She was known for her beauty and sensuality and was often depicted wearing a necklace made of amber. Freya was associated with the Valkyries and was believed to choose those who would die in battle and who would live. Tyr was the god of law and justice and was often associated with war. He was known for his bravery and honor and was worshipped by warriors as a protector in battle (The Columbia Electronic Encyclopedia, 2023).

The Germanic pantheon also included a number of other gods and goddesses, each one with their own unique powers and abilities. For example, Hel was the goddess of death and ruled over the realm of the dead. Njord was the god of the sea and was worshipped by sailors and fishermen. And Loki was the god of mischief and trickery who was often depicted as a trickster figure in Germanic mythology (The Columbia Electronic Encyclopedia, 2023).

These are just a few examples of the many gods and goddesses in the Germanic pantheon. Each deity had their own specific powers and associations. In addition to the gods and goddesses, the ancient Germans also believed in a number of supernatural beings, such as dwarves and elves (Lecouteux, 2016). These beings were believed to inhabit the natural world and could be both helpful and harmful to humans.

The beliefs of the ancient Germans were closely tied to their way of life and their relationship with the natural world. They believed that the gods and goddesses controlled different aspects of their lives and that it was important to honor and worship them in order to ensure good fortune and success (Williamson, 1992). Rituals and sacrifices were often performed to honor these deities and seek their favor, particularly during important life events such as weddings, births, and funerals.

Besides these rituals, the ancient Germans also had a tradition of divination, which involved seeking guidance or insight from the gods through various methods such as casting runes or interpreting dreams (Williamson, 1992).

In conclusion, the ancient Germanic people had a vast and fascinating mythology that was centered around a complex pantheon of gods and goddesses. These deities were believed to control different aspects of the natural world and were worshipped by the ancient Germans in order to ensure good fortune and success. While the beliefs of the ancient Germans may seem strange and unfamiliar to us today, they played an important role in shaping the culture and way of life of these ancient people.

## REFERENCES

- Lecouteux, C. (2016). *Encyclopedia of Norse and Germanic Folklore Mythology and Magic*. Inner Traditions.  
<https://zlibrary.to/pdfs/encyclopedia-of-norse-and-germanic-folklore-mythology-and-magic>
- The Columbia Electronic Encyclopedia* (2023). (6th ed.).  
<https://www.infoplease.com/encyclopedia/religion/ancient/info>
- Williamson, G. S. (1992). *The Longing for Myth in Germany*. The University of Chicago Press.  
<http://surl.li/fpmmmp>

## EL PAPEL DEL TÍTULO EN LA TRADUCCIÓN DEL TEXTO LITERARIO

**Levchenko V. V.**

*Universidad nacional lingüística de Kyiv*

**Bokhun N. V.**

*Candidata a doctora en filología*

*Universidad nacional lingüística de Kyiv*

Hoy en día, a pesar del aumento en el desarrollo de la inteligencia artificial, los traductores humanos profesionales siguen siendo insustituibles en su capacidad para captar los matices de la traducción literaria. Y dentro de ella, el título es quizá la cosa más subjetiva y más caprichosa para traducir. Al mismo tiempo, a menudo es un factor decisivo en atraer el interés del público, sirviendo de introducción a la obra. Sin duda, la traducción de los títulos es una cosa muy compleja.

El título de la obra literaria forma parte integrante de todo el texto. Su identidad está derivada del contexto general, y la traducción debe tenerlo en cuenta. El traductor, entonces, necesita comprender el texto en su totalidad antes de traducir su título.

Sirve destacar que no todos los títulos se traducen de la misma manera. Si se habla de la clasificación de los títulos literarios y las diferentes formas de traducirlos, C. Briffa y R. M. Caruana (2009) distinguen los “orientados al lector” y los “orientados al contenido”, con estos últimos subdivididos en dos categorías más: los títulos “orientados al interior” y los “orientados al exterior” (p. 16). Todos ellos tienen funciones distintas en la estructura del texto.

Un título orientado al lector lo prepara para lo que viene, captando su atención directamente. Los títulos que hacen peticiones o invitaciones pertenecen a esta categoría. Tal título también puede atraer la atención del lector indicando una moraleja, mostrando una emoción o creando cierta expectativa.

Entre los títulos orientados al contenido interior, se encuentran los que nombran a los protagonistas; indican un tema; sugieren intriga o prometen una atmósfera particular; denotan un momento u acontecimiento especial. A la par, los títulos orientados al exterior aportan una referencia externa para yuxtaponerlo al tema del texto o situarlo en una perspectiva más amplia. Esta referencia puede ser una cita literaria, un modismo, una metáfora o un símbolo (ibid., p. 9).

El proceso de comprensión del texto lleva al traductor a seleccionar una variante de traducción del título más plausible. En otras palabras, la traducción literaria a menudo es algo de una cooperación entre el traductor y el texto. Se puede ver la intención del traductor de comunicar una interpretación particular a base de su percepción individual. Mientras que la versión tenga sentido dentro del texto, es aceptable. Como nota J. M. Sánchez Moreno (2006), “las versiones posibles [de la traducción] son tantas como lectores avisados” (p. 355).

Lo que exige del traductor cuando se trata de los títulos literarios no es solo crear una transferencia semántica, sino también recontextualizarlo para que provoque el interés en los lectores de la lengua de destino. Para seleccionar el equivalente más natural, el traductor a menudo se ve obligado a modificar el texto original, aunque

hay casos donde no es necesario. Así, M. Bobadilla-Pérez (2007) se distingue las traducciones de los títulos “literales”, las “semi-literales” y las “libres” (p. 118).

La primera categoría consta de tres subcategorías: títulos “nominales”; títulos que incorporan frases o palabras extranjeras, donde el traductor opta por dejarlo tal cual para imitar el efecto original; y títulos que se mantienen en el idioma de origen. La segunda categoría incluye las traducciones que reflejan solo un ligero cambio.

Hay seis funciones recontextualizadas por C. Nord (1995), las tres primeras de las cuales se consideran básicas, mientras que el resto son secundarias. Las funciones básicas son la “distintiva”, la “fática” y la “metatextual” (p. 274). La función distintiva implica que cada título tiene que ser un nombre único que identifique inequívocamente el texto. La función fática supone que cada título debe ser apropiado para atraer la atención del público de la cultura específica y, si es necesario, para ser recordado durante un cierto período de tiempo. La función metatextual implica que cada título debe ajustarse a las convenciones de género de la cultura específica.

Las funciones secundarias son la “referencial”, la “expresiva” y la “apelativa”. La función descriptiva o referencial supone que si el título pretende transmitir alguna información. La función expresiva implica que un título comunica al lector una opinión o evaluación sobre un aspecto explícito basado en el sistema de valores de la cultura de origen. La función apelativa u operativa supone que cualquier intención apelativa tiene que tener en cuenta la susceptibilidad y las expectativas específicas de la cultura de los lectores; es decir, llamar la atención del público.

En conclusión, se entiende que la traducción de un título debe producir el mismo efecto en la cultura de destino que en la cultura de origen. Hay que tener en cuenta las implicaciones y asociaciones del sentido original y saber optar por los medios adecuados que puede ofrecer la lengua de destino para encontrar el mejor equivalente.

## REFERENCIAS

- Bobadilla-Pérez, M. (2007). Relevance and complexities of translating titles of literary and filmic works. *Huarte de San Juan. Filología y Didáctica de la Lengua*, 9, 117–124.  
[http://academica-e.unavarra.es/bitstream/handle/2454/9323/HSJ\\_Filolog%C3%ADa\\_09\\_2007\\_Relevance.pdf](http://academica-e.unavarra.es/bitstream/handle/2454/9323/HSJ_Filolog%C3%ADa_09_2007_Relevance.pdf)
- Briffa, C., & Caruana, R. M. (2009). Stylistic Creativity When Translating Titles. *The Art of Stylistics*. Roosevelt Academy.  
<https://www.pala.ac.uk/uploads/2/5/1/0/25105678/briffa2009.pdf>
- Nord, C. (1995). Text Functions in Translation: Titles and Headings as a Case point. *Target*, 7 (2), 261–284.  
[https://www.academia.edu/12701579/Text\\_Functions\\_in\\_Translation\\_Titles\\_and\\_Headings\\_as\\_a\\_Case\\_in\\_Point](https://www.academia.edu/12701579/Text_Functions_in_Translation_Titles_and_Headings_as_a_Case_in_Point)
- Sánchez Moreno, J. M. (2006). *La pertinencia en la traducción de los títulos en obras literarias y cinematográficas*. Centro Virtual Cervantes.  
[https://cvc.cervantes.es/lengua/iulmyt/pdf/traduccion\\_multiculturalidad/37\\_sanchez.pdf](https://cvc.cervantes.es/lengua/iulmyt/pdf/traduccion_multiculturalidad/37_sanchez.pdf)

## LE RÔLE DES EMPRUNTS ET DE LA TRONCATION DANS LES MICROTERTES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

**Lychana D. M.**

*Université Nationale Linguistique de Kyiv*  
Directeur de recherche: **Yesypovych K. P.**  
*Candidat ès lettres, maître de conférences*  
*Université nationale Linguistique de Kyiv*

Le discours des jeunes est une source inépuisable pour l'étude du développement du langage, car il contient de nombreux phénomènes linguistiques intéressants qui le rendent unique. Grâce à la diffusion d'Internet dans le monde entier et à la popularisation des réseaux sociaux, qui permettent de s'exprimer et trouver "Soi-même" et à s'identifier les jeunes, les plus populaires d'entre eux sont Instagram et Twitter. Le nombre limité de caractères graphiques disponibles pour écrire des textes oblige les utilisateurs à être créatifs, trouver des mots plus courts et en créer de nouveaux. Dans cet article, nous proposons d'examiner des concepts tels que l'emprunt et la troncation dans des microtextes courants sur les plateformes en ligne.

Comme nous l'avons mentionné ci-dessus, Internet, et avec lui l'échange de cultures, l'art, les applications, les forums en ligne jouent un rôle important dans la propagation des unités linguistiques. Par conséquent, le discours des jeunes est riche en emprunts, c'est-à-dire, des mots ou des phrases qui proviennent d'une autre langue mais qui sont adaptés dans à un certain point aux règles générales de la langue cible. (Рабош, 2011, p. 294)

Les anglicismes sont privilégiés parce que la langue et la culture anglaises sont profondément ancrées dans la vie quotidienne. De plus, en utilisant la langue sur leurs profils, les jeunes peuvent augmenter l'audience, les abonnés. En conséquence, nous pouvons observer un grand nombre de memes et des posts où les anglicismes se retrouvent souvent parmi les mots français (Mammeri, p. 40). Par exemple, dans l'un des posts publiés sur Twitter et dupliqués sous forme de photo sur Instagram, nous voyons :

@somaamx · 14: 26 · 19/02/2023 :

"Les relations où ta 0 gêne dès le départ c'est les best"

Nous pouvons remarquer que l'utilisateur ne répète pas le mot "relation" et l'article défini pluriel et le mot anglais "best" sont accordés.

Un autre exemple dans une image de meme est l'inscription sur la page @topito\_com:

"Toi à 13 ans qui lances les Sims 3. Te créer toi et ton crush et l'épouser. Créer 15 sims pour te faire un cimetière"

Dans cet exemple, nous voyons l'utilisation le terme argotique anglais "crush", qui signifie "une attirance pour une personne, un désir" (Bob dictionnaire)

Outre l'anglais, nous trouvons également des emprunts à d'autres langues. Par exemple, dans la publicité ci-dessous, sur la même page, il y a une photo avec la phrase:

“Le samedi soir fiesta. Le dimanche coma”

“Fiesta” signifie “une fête, une célébration” en espagnol.

Un autre phénomène assez courant est la troncation. Elle est la perte de certaines syllabes, le plus souvent la seconde, dans les mots. La troncation se produit aussi avec l’ajout de la voyelle finale “-o”. Il en existe trois types: l’apocope, la syncope et l’aphérèse.

L’apocope est l’élimination d’un ou plusieurs sons à la fin d’un mot, ainsi que la formation de nouveaux mots par contraction.

Dans l’exemple ci-dessous, nous pouvons distinguer l’apocope dans les mots “j’suis” et “j’compre” car il y a une chute de la voyelle /ə/ muet dans la première syllabe. Il faut également mentionner les abréviations “pk” – “pourquoi” et “grv” – “grave”:

Pensee.couple @pensee\_couple

“Pk des fois j’suis grv timide et des fois j’suis pas du tout timide j’comprends rien à ma timidité” (Perrin)

La syncope est la chute du son au milieu d’un mot. Ainsi le mot “un petit” est devenu “p’tit”:

@topito\_com

“J’ai un p’tit creux. Je graillerais bien un p’tit truc moi!”

L’aphérèse se représente la chute des syllabes initiales des mots. Par exemple, le mot “un problème” est écrit comme “blème” :

Medzfight @medzfight 8: 25 ·07/03/2023 :

“Il est devenu blème ce clown”

Ainsi, le langage des jeunes est un moyen pour s’identifier et trouver “Soi-même”. Les emprunts et la troncation sont des phénomènes linguistiques les plus courants. Les anglicismes sont le plus souvent utilisés par les jeunes. Enfin, la syncope, l’apocope et l’aphérèse permettent d’économiser de l’espace, des caractères graphiques et de l’énergie. Cela permet aux jeunes de montrer la créativité et l’ingéniosité aux réseaux sociaux.

## LITTÉRATURE

Рабош, Г. М. (2011). Запозичення з різних мов у французькій мові. *Вісник Львівського університету*.

[https://intrel.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/10/VLNU\\_Mv\\_2011\\_28\\_32.pdf](https://intrel.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/10/VLNU_Mv_2011_28_32.pdf)

Bob: dictionnaire de français argotique, populaire et familial. <https://www.languefrancaise.net/Bob/29267>

Mammeri, S. (2009–2010). *L’impact du parler des jeunes sur la langue française française : “cas des textes de rap cas des textes de rap cas des textes de rap” de Diams*. pp. 12–90.

[http://eprints.univ-batna2.dz/438/1/le\\_Soraya%20MAMMERI.pdf](http://eprints.univ-batna2.dz/438/1/le_Soraya%20MAMMERI.pdf)

Perrin, B. (2017). Le langage des jeunes et des ados en 2017–2018. *Le Curionaute*. <https://www.lecurionaute.fr/langage-jeunes-ados-2017-lexique-mots-termes-dictionnaire/>

## **MHRDEUTIGKEIT IN DER DEUTSCHEN SPRACHE: KONTEXTUELLE HILFE BEIM ÜBERSETZEN VON MERHDEUTIGEN WÖRTERN IN DER DEUTSCH-UKRAINISCHEN ÜBERSETZUNG**

**Lytvyn O. O.**

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

**Sereda N. A.**

Doktorin, Dozentin

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Die Übersetzung ist eine komplexe Aufgabe, die viele Herausforderungen mit sich bringt, insbesondere wenn es um mehrdeutige Wörter geht. Mehrdeutigkeit tritt auf, wenn ein Wort mehr als eine Bedeutung hat und der Kontext, in dem es verwendet wird, nicht ausreicht, um die richtige Bedeutung zu ermitteln. Dies kann zu Verwirrung und Missverständnissen führen und die Qualität der Übersetzung beeinträchtigen. In der Übersetzung können mehrdeutige Wörter eine große Herausforderung darstellen, da der Übersetzer die richtige Bedeutung des Wortes verstehen und in die Zielsprache übertragen muss, um die ursprüngliche Bedeutung des Textes beizubehalten.

*“Die Sprache hat eine inhärente Mehrdeutigkeit. Das ist die Art und Weise, wie wir Bedeutungen auf vielfältige Weise manipulieren können und wie neue Bedeutungen entstehen können.”* (Chomsky, 2019).

Mehrdeutigkeit ist ein häufiges Problem in jeder Sprache, einschließlich Deutsch und Ukrainisch. Es gibt verschiedene Arten von Mehrdeutigkeit, die beim Übersetzen von Wörtern auftreten können, z. B. lexikalische Mehrdeutigkeit, syntaktische Mehrdeutigkeit und semantische Mehrdeutigkeit.

Lexikalische Mehrdeutigkeit bezieht sich auf die Eigenschaft von Wörtern, mehr als eine Bedeutung zu haben. Das bedeutet, dass ein Wort in verschiedenen Kontexten unterschiedlich interpretiert werden kann, je nachdem, welche Bedeutung in dem spezifischen Kontext relevant ist. Das deutsche Wort “Bank” kann sowohl “Sitzmöbel” als auch “Finanzinstitut” bedeuten. Bei der Übersetzung eines solchen Wortes ist es wichtig, den Kontext zu berücksichtigen, in dem es verwendet wird, um die richtige Bedeutung zu erfassen.

*“Die syntaktische Mehrdeutigkeit ist eine unvermeidliche Eigenschaft der Sprache, da Sprache eine kreative und flexible Funktion ist, die es den Sprechern ermöglicht, ihre Gedanken auf unterschiedliche Weise auszudrücken.”* (Jachendoff, 1983). Syntaktische Mehrdeutigkeit tritt auf, wenn eine bestimmte Satzstruktur mehrere Bedeutungen haben kann. Das bedeutet, dass ein Satz, der grammatisch korrekt ist, je nach Interpretation unterschiedliche Bedeutungen haben kann. Der deutsche Satz “Ich sah den Mann mit dem Fernglas” kann bedeuten, dass der Mann das Fernglas hatte oder dass der Sprecher das Fernglas hatte. Auch hier ist es wichtig, den Kontext zu berücksichtigen, um die richtige Bedeutung zu erfassen.

Semantische Mehrdeutigkeit bezieht sich auf die Tatsache, dass ein Wort oder Ausdruck in verschiedenen Kontexten mehrere Bedeutungen haben kann, die nicht notwendigerweise durch seine grammatische Struktur oder seine syntaktische Verwendung erklärt werden können. Diese Art von Mehrdeutigkeit entsteht durch die Vieldeutigkeit von Begriffen und die Wechselwirkungen zwischen verschiedenen Bedeutungen im Kontext. Der Satz "Ich sehe ihn in der Ferne" kann bedeuten, dass die Person ihn sieht, während sie sich in der Ferne befindet, oder dass die Person ihn in der Ferne sieht.

Es gibt verschiedene Strategien, die Übersetzer verwenden können, um mit mehrdeutigen Wörtern umzugehen. Eine Möglichkeit besteht darin, den Kontext, in dem das Wort verwendet wird, sorgfältig zu analysieren, um die wahrscheinlichste Bedeutung zu ermitteln. Eine weitere Möglichkeit besteht darin, Synonyme oder Umschreibungen zu verwenden, um die Bedeutung des Wortes zu klären. In einigen Fällen kann auch eine Anfrage beim Autor oder Kunden notwendig sein, um die genaue Bedeutung zu klären.

"Ручка" kann im Ukrainischen sowohl "Kugelschreiber" als auch "Türgriff" bedeuten. Ein Übersetzer kann den Kontext analysieren und entscheiden, welche Bedeutung in diesem Zusammenhang am wahrscheinlichsten ist.

"Бігти" kann je nach Kontext entweder "rennen" oder "fliehen" bedeuten. Ein Übersetzer kann Synonyme oder Umschreibungen verwenden, um die Bedeutung klarer zu machen, oder den Autor oder Kunden um Klarstellung bitten.

"Стіл" kann sowohl "Tisch" als auch "Stuhl" bedeuten. Wiederum kann der Kontext entscheidend sein, um zu verstehen, welche Bedeutung hier angemessen ist, oder ein Übersetzer kann alternative Wörter oder Umschreibungen verwenden, um die Bedeutung klarer zu machen.

Um Mehrdeutigkeiten beim Übersetzen aus dem Deutschen ins Ukrainische oder umgekehrt zu vermeiden, ist es wichtig, den Kontext, in dem ein Wort oder ein Satz verwendet wird, sorgfältig zu analysieren. Wenn der Kontext unklar ist, kann es hilfreich sein, den Text im Kontext des gesamten Dokuments zu betrachten, um die richtige Bedeutung zu erfassen. Wenn immer noch Zweifel bestehen, ist es ratsam, die Hilfe eines erfahrenen Übersetzers in Anspruch zu nehmen, um sicherzustellen, dass der Text korrekt verstanden und übersetzt wird.

## LITERATUR

Chomsky, N. (2019). The Use of Semantic Ambiguity in Poetry.

<https://www.nytimes.com/2019/01/11/magazine/noam-chomsky-linguistics-artificial-intelligence.html>

Jackendoff, R. (2003). Semantics and Cognition.

<https://mitpress.mit.edu/9780262600132/semantics-and-cognition/>

Maysoon, A. A. (2002). Übersetzungsprobleme der mehrdeutigen Wörter im Deutschen und Arabischen.

<https://www.iasj.net/iasj/download/ec19c6eb320fd287>



## LA NÉOLOGIE COMME PRINCIPE DE BASE D'ENRICHISSEMENT DU VOCABULAIRE FRANÇAISE DU XXIE SIÈCLE

**Lytvyn V. P.**

*Université Nationale Linguistique de Kyiv*  
Directeur de recherche: **Yesypovych K. P.**  
*Candidat ès lettres, maître de conférences*  
*Université Nationale linguistique de Kyiv*

Explorant le thème des procédés actifs d'enrichissement du vocabulaire à partir de l'exemple de la langue française, il faut prêter attention à la catégorie de la néologie. Tant qu'il y a des locuteurs de n'importe quelle langue, celle-ci est en développement constant et est complètement subordonnée à la créativité, qui, à son tour, est au centre même de toute diversité linguistique et est étroitement liée à la néologie, une branche de la linguistique qui traite avec la composition de nouveaux mots ou le sens nouveau des mots existants.

Selon Kosovych O. V. (2013), l'un des critères les plus importants permettant de classer les mots comme néologismes est l'effet de nouveauté. Cependant, la nouveauté n'est pas le facteur déterminant. Une des raisons à cela est le fait qu'elle peut varier d'un locuteur à l'autre en fonction de son niveau d'instruction. Une autre raison est que le sens de la nouveauté se perd rapidement, en particulier dans le monde de la technologie moderne, lorsque chaque jour devient la découverte de quelque chose d'inconnu auparavant. Cela s'est produit avec les unités lexicales technolinguistiques, qui sont perçues par les locuteurs natifs comme des mots ordinaires.

Toute personne peut devenir le créateur de mots nouveaux, comme un enfant, un écrivain, une personnalité publique de la sphère d'activité politique et un scientifique. Cependant, certaines nouvelles créations deviennent bien connues, tandis que d'autres ne restent que dans la mémoire de leur inventeur.

Dans ce cas, il est important de définir les concepts d'occasionnalisme et d'hapax. En se référant aux travaux consacrés à l'étude des tendances néologiques en français, il existe plusieurs types de néologismes. Ce sont des mots inventés par un auteur et répétés même quelques fois qui sont considérés occasionnalismes. Hapax est aussi un néologisme individuel, mais utilisé seulement une fois dans l'espace médiatique. Ils se distinguent des néologismes linguistiques généraux principalement par le fait qu'ils n'ont pas été adoptés par d'autres locuteurs natifs et ne sont pas enregistrés dans le dictionnaire (Georgette Dal, Fiammetta Namer, 2016).

Puisque cette étude porte sur le vocabulaire du XXIe siècle, il est trop tôt pour dire lesquelles des innovations linguistiques de cette période sont des néologismes et lesquelles sont des occasionnalismes ou des hapax. Dans ce cas, la plupart des mots nouvellement inventés n'ont pas encore été enregistrés dans les dictionnaires, ce qui est dû au processus continu de leur apparition. Dans le même temps, certaines inventions linguistiques se sont déjà assez solidement implantées dans la vie quotidienne. Par exemple, un mot *mélanCOVID*, utilisé pour la première fois seulement quelques semaines après la poussée de Covid-19 par les journaux français assez populaires. Il faut également mentionner que le vocabulaire covidien

restera à jamais gravé dans l'histoire de l'humanité grâce aux textes médiatiques, surtout sur l'Internet.

Il est aussi à remarquer qu'il existe deux catégories principales dans lesquelles les néologismes peuvent être divisés: morphologique et sémantique. La première catégorie comprend les néologismes formés par des processus de dérivation affixale tels que la préfixation, la suffixation, ainsi que par la composition et l'abréviation. Les néologismes morphologiques sont les plus répandus dans l'espace médiatique français. Par exemple, *tapuscrit*, *pourriel*, *phablette*.

La deuxième catégorie comprend les néologismes sémantiques formés en métaphorisant, en rétrécissant ou en élargissant le sens. Ceux-ci incluent tous les éléments lexicaux qui existaient auparavant en français, mais qui ont pris un sens nouveau ou supplémentaire en raison de changements sociaux, géopolitiques, économiques, etc. Un excellent exemple de ce cas est le mot *nucléaire*.

Dans son travail, Popova T. V. (2005) distingue les néologismes absolus et relatifs. Les premiers regroupent des mots qui n'existaient pas auparavant, tandis que les seconds, déjà inscrits dans les dictionnaires, sont à leur tour divisés en plusieurs groupes. L'un des groupes est constitué par ce que l'on appelle le "vocabulaire de retour", à savoir les mots obsolètes qui sont revenus à l'usage courant, tout en conservant leur sens. Parmi le vocabulaire "retourné", un groupe particulier est constitué par les termes religieux qui sont activement utilisés dans les pages des publications contemporaines, par exemple *pèlerinage*, *commémoration*.

Le deuxième groupe comprend des mots qui ont changé de sens en raison de la situation actuelle dans le monde, il y a de tels mots maintenant comme *distanciation sociale* qui caractérisait à un moment donné la différence entre les groupes sociaux dans la société.

Le dernier groupe de néologismes, selon la théorie de Popova T. V. (2005), comprend des emprunts: internes, c'est-à-dire des unités lexicales issues de la terminologie ou du jargon professionnel, et externes, issus d'une autre langue. Ce groupe de vocabulaire actuel est l'un des plus significatifs et des plus complets. Un exemple en est la forte proportion d'emprunts à l'anglais et aux langues de certaines spécialisations, telles que la technologie, la médecine et les affaires militaires.

Pourtant, il convient de préciser que la langue n'est pas statique. Au XXI<sup>e</sup> siècle, le vocabulaire français s'enrichit presque chaque jour de nouveaux éléments lexicaux grâce à divers processus néologiques. La raison principale de cet enrichissement est le progrès même de l'humanité.

## LITTÉRATURE

Косович, О. В. (2013). Лексичні інновації в сучасній теорії неології. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія"*.

[http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf\\_2013\\_35\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2013_35_5)

Попова, Т. В., (2005). *Русская неология и неография*.

<https://old.study.urfu.ru/view/aid/174/1/Popova.pdf>

Dal, G., & Namer, F. (2016). *À propos des occasionnalismes*.

[https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2016/05/shsconf\\_cm1f2016\\_08002.pdf](https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2016/05/shsconf_cm1f2016_08002.pdf)

## ZUM BEGRIFF DER REALIEN UND IHRER BEZEICHNUNGEN

**Lytvyn V. V.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Formaniuk O. L.**

*Doktorin der Philologie*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Der Begriff Realien wurde in 1941 eingeführt und zunächst als kulturspezifische Objekte und Phänomene verstanden. Für Wörter, die diese Objekte bezeichnen, wurde der Begriff Realia-Wörter vorgeschlagen. Später wurden Realien jedoch zunehmend verwendet, um sich auf übersetzungsresistente lexikalische Elemente zu beziehen. Der Begriff wurde seitdem von einigen westlichen Übersetzungswissenschaftlern übernommen (z. B., Leighton, Leppihalme, Pedersen), ist aber nicht zum Mainstream geworden. Pedersen kritisierte, dass der Begriff Realien zu vage und verwirrend sei und aufgrund seiner primären Bedeutung im allgemeinen Gebrauch möglicherweise zu Fehlinterpretationen führen könne. Außerdem gerät seiner Meinung nach seine ursprüngliche Bedeutung (lat. "wirkliche Dinge") in Konflikt mit der Tatsache, dass kulturspezifische Wörter möglicherweise fiktive Bezüge haben. Um dieses Paradoxon aufzulösen, schlägt Loponen den Begriff Irralia für erfundene Gegenstände der fiktiven Welt vor (Loponen, 2009).

Realie ist ein nichtsprachliches Phänomen, nur ein Objekt der materiellen Welt und kein Wort, das es bezeichnet. S. Vlahov und S. Florin präsentierten in ihrem Buch "Untranslatable in translation" eine vollständige Beschreibung, Klassifizierung und Methoden zur Übersetzung von Realien. In ihrer Arbeit schlugen die Wissenschaftler vor, zwischen zwei Begriffen zu unterscheiden: "Realitätsobjekt" und "Realitätswort". Im ersten Fall meinen sie materielle Objekte, Dinge, die existierten oder noch existieren. Andererseits bezieht sich der Begriff "Realien" in der Translationswissenschaft meist auf Wörter, die die erwähnten Objekte und Dinge benennen (Florin, 1993).

Das "Wörterbuch sprachwissenschaftlicher Begriffe" besagt, dass Realien sind: 1. Wörter und Ausdrücke, die Objekte, Konzepte, Situationen bezeichnen, die in der praktischen Erfahrung von Menschen, die eine andere Sprache sprechen, nicht existieren; 2. Verschiedene Faktoren, die von der Fremdsprachen- und Übersetzungswissenschaft untersucht werden, wie das Staatssystem des Landes, die Geschichte und Kultur des jeweiligen Volkes, Sprachkontakte der Sprecher der jeweiligen Sprache usw. unter dem Gesichtspunkt ihrer Reflexion in der angegebenen Sprache; 3. Objekte der materiellen Kultur, die als Grundlage für die nominative Bedeutung des Wortes dienen; 4. Wörter, die nationalspezifische Besonderheiten des Lebens und des Alltags bezeichnen" (Голянич&Стефурак&Бабій, 2011).

In der ukrainischen Übersetzungswissenschaft wurde der Begriff "Realien" erstmals von O. Kundzich in der Arbeit "Translationales Denken und

translationale Missverständnisse” verwendet, der die Unübersetzbarkeit von Realitäten betonte. Er sagte, dass Realien, wie Volkslieder, nicht übersetzt werden können (Кундзіч, 1955).

1968 veröffentlichte S. Kovganyuk ein allgemein sehr interessantes Buch “Übersetzungspraxis”. Allerdings löst dieser erfahrene Übersetzer und Transliterator darin ganz oberflächlich das Problem der Realien, indem er sie als Namen von Gegenständen und Phänomenen der materiellen und geistigen Kultur eines bestimmten Volkes versteht, die in der Übersetzung unverändert bleiben. Manchmal bietet S. Kovganiuk in einer Fußnote eine Erklärung für Realitäten an, die in den historischen Fonds der Sprache verbannt wurden. Er zählt die Namen solcher Positionen, Berufe und sozialer Status wie “пастух”, “селяник”, “тракторист” zu den Realitäten, die in keiner Weise als Realien angesehen werden können. In S. Kovhanyuks Äußerungen über die Übersetzbarkeit von Realien spürt man, dass er dieses Problem nur auf der Ebene ukrainisch-russischer intertextueller Gegenüberstellungen versteht (Ковганюк, 1968)

Die Schlussfolgerung lautet also wie folgt: Die Besonderheit der Realien besteht darin, dass die Sprecher einer bestimmten Kultur und einer bestimmten Sprache mit solchen Hintergrundkenntnissen und Assoziationen verbunden sind, die in einem bestimmten Stadium internationaler und interlinguistischer Kontakte bei den Sprechern fehlen können anderer Kulturen und Sprachen. Bei der Erklärung der Realien der zu lernenden Sprache gilt es einerseits, ihre besondere Färbung, manchmal Einzigartigkeit hervorzuheben und andererseits ihre für Muttersprachler typische Bedeutung und Assoziationsquellen in gewisser Weise zu vermitteln.

## LITERATUR

- Голянич, М. І., Стефурак, Р. І. & Бабій, І. О. (2011). *Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія*. Сімик.
- Кочерган, М. П. (2006). *Загальне мовознавство: підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих закладів освіти*. Академія.
- Florin, S. (1993). Realia in translation. *Translation as Social Action. Russian and Bulgarian Perspectives*, 122–128.
- Бурбак, О. Ф. (1985). Реалія та способи визначення її лінгвістичного статусу. *Іноземна філологія*, 5, 68–69.
- Якимчук, А. П. Лінгвокультура комунікація як випробовування для перекладача.  
<http://eprints.zu.edu.ua/2023/1/17.pdf>
- Кундзіч, О. Л. (1955). Перекладацька мисль і перекладацький недомисел. *Вітчизна*, 1, 138–164.
- Ковганюк, С. М. (1968). Практика перекладу з досвіду перекладача.

## **SPRACHLICHE MITTEL DER KOHÄSION IM ROMAN VON FRIEDRICH DÜRRENMATT “DER RICHTER UND SEIN HENKER”**

**Maksymova A. V.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Kulyk N. D.**

*Doktorin, Dozentin*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Bei der Analyse wissenschaftlicher Theorien, die sich den grundlegenden Eigenschaften eines Textes widmen, kann man auf sieben obligatorische Merkmale stoßen, die einen Text zu einem Text machen, nämlich: Kohäsion, Kohärenz, Intentionalität, Akzeptanz, Informiertheit, Situationalität und Intertextualität. Kohäsion (Konnektivität) und Kohärenz (Integrität) werden als die ersten beiden wichtigen Kategorien definiert: Kohäsion bedeutet die Prinzipien, die die Elemente der Textoberfläche zu einem organisierten Ganzen verbinden, sie werden durch grammatikalische Mittel vermittelt, während Kohärenz durch semantisch-pragmatische Beziehungen erklärt wird.

Wie M. Halliday und R. Hasan (2013) feststellen, ist Kohäsion eine grammatikalische und lexikalische Verbindung im Text, die den Text verbindet und vereint, dem Text Bedeutung verleiht. Das Vorhandensein von Kohäsion macht aus einer Reihe von Sätzen einen Text. Dieses Phänomen tritt auf, wenn ein Diskurselement von einem anderen abhängt. Daher kann ein Element ohne das andere nicht effektiv entschlüsselt werden. Es entsteht eine zusammenhängende Verbindung und der Text gewinnt an Bedeutung.

Die Analyse und Wiedergabe kohäsiver Verbindungen während der Übersetzung spielt eine wichtige Rolle, da sie es ermöglicht, die Verbindung der Elemente des Werks aufzudecken, die Mikrothemen des Textes zu ermitteln und auf dieser Grundlage bildliche Ideen und Reichweiten aufzudecken. Dadurch können Sie die semantische, kommunikative Integrität und Einheit des Textes wiedergeben.

Die von M. Holliday und R. Hasan vorgeschlagene Klassifikation von Kohäsionsmitteln ist die beliebteste in der linguistischen Diskursforschung. Forscher unterscheiden fünf Arten von kohäsiven Bindungen: Referenz, Substitution, Ellipse, Konjunktion (Kombination) und lexikalische Kohäsion. Lexikalische Kohäsion gilt als grundlegend für Prosatexte des künstlerischen Diskurses. S. E. Maksimov (2006) identifiziert die folgenden Arten der lexikalischen Kohäsion als die wichtigsten: einfache lexikalische Wiederholung, komplexe lexikalische Wiederholung, einfache Paraphrase, komplexe Paraphrase, Substitution, Co-Referenz-Wiederholung.

Friedrich Dürrenmatts Roman “Der Richter und sein Henker” enthält alle oben genannten Mittel der Kohäsion. Aber was einen Prosa-Fiction-Text betrifft, so ist die lexikalische Kohäsion dominant. Dies ist eine Detektivgeschichte, daher ist sie mit detektivischem Vokabular gesättigt und schafft das Leitmotiv des Romans mit kohäsiven Bindungen. Das sind Wörter wie *Mord*, *ermordet*, *Mörder*, *Mordfall*,

*Mordaffäre; Polizei, Polizist; Kriminalität, kriminalistisch.* Der Autor konzentriert die Aufmerksamkeit des Lesers auf die Hauptsache – die Untersuchung des Mordes, das Schicksal der Ermordeten, Versuche, den Mörder zu finden: “*Schmied wurde vom Mörder angehalten, wie er von Lamboing nach Twann hinunterfuhr. Wahrscheinlich kannte er den Mörder, weil er sonst nicht gestoppt hätte. Schmied öffnete die rechte Wagentüre, um den Mörder aufzunehmen, und setzte sich wieder ans Steuer.*” Auch die Wiederholung von Nachnamen und andere Phänomene in den Dialogen der Polizisten erzeugen eine professionelle Färbung.

Friedrich Dürrenmatt gestaltet gekonnt Beschreibungen im Text. Bei der Schilderung des Abgangs von Kommissar Bärlach und seinem Assistenten Tschanz erwähnt der Autor immer wieder die Worte “licht” und “dunkel”: “*Da leuchtete der Wald von Twann her auf. Ein Scheinwerfer tauchte sie in grelles Licht”; “In der Dunkelheit erkannten sie mühsam, dass in der Mitte der Gittertüre ein Schild befestigt war. An einer Stelle musste sich die Tafel gelöst haben; sie hing schräg. Tschanz ließ die Taschenlampe aufleuchten, die er vom Wagen mitgenommen hatte: auf dem Schild war ein großes G abgebildet. Sie standen wiederum im Dunkeln.”*

Sehr aufschlussreich ist auch die Schilderung des Beerdigungstages von Schmied, an dem es ununterbrochen regnete: “*Es regnete, doch spannten sie die Schirme für die wenigen Schritte zum Wagen nicht auf. Blatter führte sie. Der Regen kam nun in wahren Kaskaden, prallte schief gegen die Fenster”; “Alles versank hinter einer weißen Wand, so regnete es. Trams, Automobile schwammen irgendwo in diesen ungeheuren, fallenden Meeren herum”; “...aber dennoch das einzige Warme, Geborgene in diesem unaufhörlichen Regen, der gleichförmig plätschernd niederfiel, immer mehr, immer unendlicher. Der Pfarrer redete schon lange nicht mehr. Niemand bemerkte es. Nur der Regen war da, nur den Regen hörte man.” Auf diese Weise konzentriert sich der Autor darauf, wie der Regen die Stimmungen und Handlungen der Charaktere beeinflusst hat. Diese lexikalische Wiederholung sättigt die Beschreibung emotional, lässt den Leser in die Atmosphäre eines düsteren Tages eintauchen, beschreibt die Stimmung und verleiht der Szene im Buch Dramatik.*

Die sprachliche Mittel der Kohäsion im Roman “Der Richter und sein Henker” sind ein fester Bestandteil davon. Das Buch enthält Mittel wie Referenz, Substitution, Ellipse, Konjunktion und lexikalische Kohäsion. Sie verleihen dem Text jene Stimmungen und die Atmosphäre, die der Autor schaffen wollte, und lenken die Aufmerksamkeit auf die Hauptsache in der Handlung, aktualisieren das Wichtige.

## LITERATUR

- Максімов, С. Є. (2006). *Практичний курс перекладу. Теорія та практика перекладацького аналізу*. Ленвіт.
- De Beaugrande, R.-A. (1997). Textlinguistik. Zu neuen Ufern? In G. Antos & H. Tietz (Hrsg.), *Die Zukunft der Textlinguistik* (SS. 1–11). Niemeyer.
- Dürrenmatt, F. (1952). *Der Richter und sein Henker. Der Verdacht*. Wien.
- Halliday, M. A. K., & Hasan, R. (2013). *Cohesion in English*. Routledge.

## THE LINGUISTIC PORTRAIT OF THE MANIPULATOR IN MODERN ENGLISH DISCOURSE

**Mamedova F. M.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Berezenko V. M.**

*CSc. (Philology), Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

The Linguistic Portrait of the Manipulator in Modern English Discourse refers to the characteristics and communication strategies used by manipulative individuals in their discourse. It is a study of the linguistic features employed by manipulators to deceive, gain power and control, create emotional responses, and confuse and mislead others.

Manipulators use a variety of tactics to achieve their goals, such as using deceptive language and euphemisms, exaggeration and hyperbole, and misleading statistics and data. They may also assert their superiority and authority over others, discredit opposition and criticism, and employ emotional appeals, such as fear, anxiety, guilt, and shame (Kouper, 2010).

The main important factor of the linguistic portrait of the manipulator in modern English discourse is the potential negative consequences of manipulation for individuals and society. Manipulators may use ambiguous language, semantic distortion and wordplay, and even engage in gaslighting to confuse and mislead their targets. Recognizing and understanding these linguistic features is important for individuals to avoid being manipulated.

Studying the Linguistic Portrait of the Manipulator in Modern English Discourse is important for several reasons.

Firstly, manipulation is a pervasive problem in many areas of human interaction, including personal relationships, politics, business, and media. Manipulators use language to deceive, control, and mislead others, and this can have serious negative consequences for individuals, organizations, and society as a whole. By understanding the linguistic features employed by manipulators, individuals can become more aware of the potential for manipulation and learn how to protect themselves from it (Buss & Gomes, 2015).

Secondly, studying the linguistic portrait of the manipulator can help researchers better understand the psychological and cognitive processes involved in manipulation. This can lead to the development of more effective interventions to prevent and counter manipulation. Manipulation often involves taking advantage of psychological and cognitive processes that can make us more susceptible to manipulation. For example, manipulators may appeal to our emotions or use logical fallacies to make their arguments seem more convincing. Understanding these processes can help us to identify and resist manipulation.

Thirdly, by examining the language used in modern English discourse, researchers can gain insights into broader social and cultural trends and values. For example, a study of manipulative language in political discourse can reveal the



values and ideologies that underpin certain political movements or agendas (Pinto & Marques, 2014).

Finally, one important goal of studying the linguistic portrait of the manipulator is to promote more ethical and responsible communication practices (Barnett & Pollock, 2012). By raising awareness of manipulative language, individuals and organizations can become more mindful of their own communication practices and more committed to ethical and responsible communication. This involves prioritizing transparency, honesty, and mutual respect in our communication with others. By doing so, we can help to create a more trustworthy and fair communication environment that is less susceptible to manipulation.

## REFERENCES

- Barnett, T., & Pollock, T. G. (2012). The effect of stakeholder pressures and ethical issues on the quality of the corporate social responsibility report. *Journal of Business Ethics*, 110 (2), 163–176.
- Buss, D. M., & Gomes, M. (2015). The strategic manipulation of affections. *Personality and Individual Differences*, 86, 185–195.
- Kouper, I. (2010). The language of deception: A corpus-based analysis of deceptive communication. *Journal of Language and Social Psychology*, 29(3), 327–358.
- Pinto, D., & Marques, J. F. (2014). Language of power: Exploring the use of imperatives and assertive speech acts in political discourse. *Discourse & Society*, 25(3), 327–344.

## VERLAN: ASPECTS FONCTIONNEL ET SOCIOLINGUISTIQUE

**Markelova K. M.**

*Université Nationale Linguistique de Kyiv*  
Directeur de recherche: **Yesypovych K. P.**  
*Candidat ès lettres, maître de conférences*  
*Université Nationale Linguistique de Kyiv*

Verlan c'est un phénomène linguistique qui distingue le français parmi d'autres langues. L'argot des malfaiteurs des milieux défavorisés est maintenant devenu la norme qu'on entend dans les conversations des adolescents et même de certains adultes. Il n'y a pas si longtemps que le verlan se reprend dans la métropole et ses aspects fonctionnel et sociolinguistique attirent beaucoup d'attention des linguistes.

Pour commencer, il faut récapituler le plus important sur le verlan. Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales définit le mot *verlan* comme "procédé de codage lexical par inversion de syllabes, insertion de syllabes postiches, suffixation, infixation systématique; type particulier d'argot qui en résulte". Ce terme vient du mot *l'envers* dont les syllabes sont inversées. On trouve le premier exemple de verlan dans le célèbre roman héroïque "Tristan et Iseult".

L'étude de l'aspect social du verlan est très importante pour comprendre ce phénomène. Le verlan était d'abord assimilé dans les quartiers défavorisés et surtout parmi les criminels qui l'utilisaient pour cacher leurs conversations des policiers. Ce fait a contribué que cet argot est souvent associé avec les activités illégales. Plusieurs linguistes le remarquaient. V. Méla (1988) écrivait que les locuteurs les plus compétents en verlan sont les plus déviants par rapport aux règles sociales (p. 60). Hors ce contexte, il y a des recherches qui étudient cet argot dans le milieu scolaire et le considèrent comme l'invention des écoliers des années 80. Mais selon nos observations dans les études plus récentes, l'usage du verlan par les jeunes immigrants arabes est lié à la "crise identitaire" (Campion, 2015). Dans ce cas on désigne souvent ce milieu social les *beurs*, le mot qui est d'ailleurs un verlan.

Ainsi donc on attribue au verlan quatre fonctions principales, qui étaient bien définies par C. Bachmann et L. Basier (1984). Selon eux, il existe la fonction ludique, fonction cryptique, fonction distinctive et fonction initiatique (p. 172–173). La fonction ludique et initiatique caractérise plutôt le verlan des écoliers, car le codage est un simple jeu de mots et la manière d'imiter la langue des adultes. La fonction cryptique met l'accent sur l'aspect "secret". Cette fonction est primordiale pour l'argot des malfaiteurs, mais perd son importance chez les écoliers. Quant à la fonction distinctive, elle est plus importante pour le verlan des *beurs* et la réalisation de cette fonction est fortement intéressante.

V. Mela (1991) a bien remarqué que pour qu'un argot ou "langage secret" arrive à s'imposer, il faut qu'il ait un intérêt sur le plan linguistique et qu'il réponde à un besoin social (p. 74). Alors, le verlan est devenu le symbole de la "crise identitaire" des jeunes immigrants du Nord de l'Afrique. Leur assimilation et intégration dans la société française est un processus social très complexe. En effet, même si ses jeunes sont nés en France, ils ne se prennent pas pour les "vrais" Français, mais plutôt ils diront qu'ils sont tunisiens, algériens ou encore marocains. Toutefois ils ne sont non plus habitants de l'Afrique. Ces jeunes se sentent ainsi entre deux cultures et nationalités. Ils essayent à trouver les moyens d'intégration et le verlan rempli bien ces fonctions. Pour eux, ce langage crypté donne la possibilité de se définir et de devenir un membre de société des *beurs*. En outre, ces immigrants, surtout ceux de deuxième ou troisième génération des réfugiés, ne maîtrisent pas bien l'arabe et ne l'entendent qu'à la maison et par conséquent il n'a pas de valeur sociale. Dans ses conditions, le verlan est devenu pour ces jeunes *beurs* le moyen de communication et la preuve de l'appartenance à leur société bien fermée (Campion, 2015).

Pourtant, le verlan existe dans le milieu des jeunes Français où il perd les fonctions distinctive et initiatique. Certain nombre des mots inversés est entré dans la vie quotidienne, mais juste comme le jeu lexique et une des tendances de la mode. La culture populaire a joué un rôle important dans ce processus. Les créateurs des films employaient et emploient assez souvent les mots en verlan. On entend le verlan à la télévision, dans les publicités et dans les réseaux sociaux. Mais les plus grands amateurs du verlan sont les rapeurs. Ils l'utilisent dans leurs chansons sans besoin, juste car c'est à la mode. Malheureusement, cela contribue à la certaine stagnation de ce phénomène linguistique (Napieralski, 2022).

En fin compte, le verlan a subi une évolution du langage des criminels jusqu'au moyen d'intégration de la population sensible. Son rôle fonctionnel change aussi, ce qui est normal au regard de la situation sociale des immigrants en France. Verlan a également bien dépassé des quartiers défavorisés et on le trouve dans les rues. C'est l'influence de la culture et de la globalisation du monde à l'aide d'Internet. Mais ce processus ne cessera jamais et portera toujours l'intérêt des chercheurs.

### LITTÉRATURE

- Bachmann, C., & Basier, L. (1984). *Le verlan : argot d'école ou langue des Keums? Mots*, 8(1), 169–187.  
<https://doi.org/10.3406/mots.1984.1145>
- Campion, A. (2015). *Un jargon pas comme les autres : Le verlan*.
- Méla, V. (1988). Parler verlan: règles et usages. *Langage et société*, 45, 47–72.  
<https://doi.org/10.3406/lsoc.1988.2405>
- Méla, V. (1991). *Le verlan ou le langage du miroir*.  
<https://doi.org/10.3406/lgge.1991.1802>
- Napieralski, A. J. (2022). Le verlan et la néologie. *Estudios Románicos*, 31.  
<https://doi.org/10.6018/er.510271>

## CULTURAL ADAPTATION IN TRANSLATION

**Minyoung Son**

*Kyiv National Linguistic University*

**Iryna Sieriakova**

*DSc. (Philology), Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

Over the years, many translation scholars have tried to find out the ways of how to produce linguistically equivalent and communicatively adequate translation. To ensure the required quality of translation from the source language (SL) into the target language (TL), the translation experts have benefited from various methods, strategies, tactics, means of translation – **adaptation** is one of them (Newmark, 1995; Nida, Taber, 1982).

In our research, we follow the definition of adaptation by Tareq All Eadaroos Assadaf (2016), who considers adaptation as a method of translation which involves a number of changes to be made so that the target text produced be in harmony with the essence and spirit of the source text. Moreover, adaptation is a creative method of translation, which can make a produced translation understandable, pragmatically adequate and linguistically appropriate. Thus, translation is not a kind of merely linguistic conversion, rather it is a scope of grammatical and lexical transformations used to render the issues of cultures, societies, politics, aesthetics.

Applying the translation method of adaptation, we may involve such transformations as transposition, deletion, addition, replacement, generalization, concretization, explanation, illustration, exemplification etc. These changes have

to be in harmony with the target text and do not distort the meaning of the source language since it remains the main translation goal.

In translation studies, there exist different classifications of adaptation. Tareq All Eadaroos Assadaf (2016) singles out four basic types of adaptation. They are the following:

- collocation adaptation;
- cultural adaptation;
- literary adaptation;
- ideological adaptation.

The object of our research is **cultural adaptation** in translation. Cultural adaptation can be defined as a creative translation method to ensuring that the translated text serves the intended purpose and is culturally understood by the target audience.

Culture is not innate, but learned. In other words, people are not born with their understanding of culture. Culture is shared, communicated and transmitted by members of the societies and countries (Seryakova, 2009). Cultural analysis is primarily associated with identifying differences between nations as these suggest directions for adaptation of products and strategies in translation. Culture is a broad term that may cover many things related to people's life. It may be defined as the total set of beliefs, attitudes, customs, behaviors, social habits of the members of a particular society (Richards, et al, 1992).

Any translator / interpreter is bicultural as well as bilingual. That means that he bridges up not only two languages but also two cultures (Tareq All Eadaroos Assadaf, 2016). In other words, a translator must take into his account the target text culture as well as the target text meaning and form. The only means for doing such a thing is applying the translation techniques of cultural adaptation.

To make it clear, let us consider an example of a negotiation event between representatives of two different lingual cultures: the Korean culture and the American culture. The Korean people according to their politeness tradition and culture norms do not speak directly and do not look directly in the eye, unlike the American people who speak and behave openly and directly, expressing their format of camaraderie politeness (Seryakova, 2009, c. 96), which can be perceived by the Korean men as rude and impolite. An interpreter should take into consideration these different ways of polite speech behavior, apply adequate means of cultural adaptation while translating from English into Korean and vice versa. Otherwise, there will be what is called a cultural misunderstanding or even a cultural shock.

## REFERENCES

- Newmark, P. (1995) *A Textbook of Translation*. Phoenix ELT. Nida, E. Taber, C. (1982) *The Theory and Practice of Translation*. Brill, Leiden.
- Richards, J. Platt, J. and Platt, H. (1992) *Longman Dictionary of Language Teaching and Applied Linguistics*. Longman.
- Seryakova, I. (2009) *Magic of Nonverbal Communication*. Освіта України.
- Tareq All Eadaroos Assadaf (2016). Adaptation as a Means of Translation. *International Journal of Science and Research*, 5(1).

## L'INTERPRETATION DU DISCOURS CINÉMATOGRAPHIQUE EN LINGUISTIQUE MODERNE

**Moysiyenko Z. V.**

*Université nationale linguistique de Kyiv*

**Sydelnykova L. V.**

*Docteure ès sciences philologiques, professeure HDR*

*Université nationale linguistique de Kyiv*

Le cinéma a sans aucun doute pris la tête en termes d'impact sur le public, laissant de côté la littérature. L'homme moderne, qui s'est adapté à la rapidité du développement technologique, estime qu'il est plus facile d'absorber un contenu audiovisuel en peu de temps que de consacrer l'effort et le temps nécessaires à la lecture d'un livre. Ainsi, la transmission de l'information artistique, qui se faisait auparavant par le biais de textes imprimés, prend de plus en plus la forme cinématographique. Par conséquent, les œuvres cinématographiques deviennent l'objet d'**étude** de la linguistique contemporaine.

Le discours cinématographique appartient aujourd'hui aux objets d'analyse les plus pertinents dans de nombreuses sciences humaines. Aujourd'hui, le discours cinématographique en tant que phénomène à l'intersection de nombreuses disciplines est à l'**épicerie des recherches scientifiques en linguistique, études littéraires, sociolinguistique, anthropologie linguistique et philosophique, philosophie de la sémiotique et sémiotique cinématographique, analyse critique du discours, théorie cinématographique**. En linguistique, le langage complexe des films est considéré comme un type de texte particulier.

Selon T. van Dijk (2013), le discours est un phénomène complexe qui comporte de nombreux niveaux et structures, chacun d'entre eux ayant ses propres catégories et éléments qui peuvent être combinés d'innombrables façons (p. 103). Le linguiste britannique P. Matthews (2006) interprète le discours d'une manière quelque peu différente, en le qualifiant de "toute séquence cohérente de phrases, qu'elle soit parlée ou écrite" (p. 14). O. A. Ogneva (2017) fait le lien entre le discours et la culture, elle considère le discours comme un modèle sociologique matriciel complexe dont l'**étude se situe à l'intersection de trois domaines** scientifiques: *la linguoculturologie, la science linguocognitive et la sociolinguistique* (p. 683).

L'**étude du discours cinématographique semble pertinente, compte tenu du fait que ce type de discours, comme aucun autre, est capable de changer le public qui le perçoit, imposant certains rituels, comportements, programmation de la vision du monde, des attitudes de consommation et autres, c'est-à-dire**, il a un pouvoir suggestif (Зарецкая, 2010). Au sein de la science linguistique, plusieurs domaines d'**études cinématographiques ont été** formés: *linguosémiotique, linguocognitive, linguopersonologique, linguoculturelle* et d'autres. Le discours cinématographique opère à deux niveaux communicatifs: *interpersonnel* (interaction entre personnages), *destinataire* (interprétation par le spectateur de l'intention collective du destinataire) (Dyner, 2013, p. 23).

Le discours cinématographique est classé selon un certain nombre de critères:

1) selon le critère de contenu: *discours artistique* (long métrage) et *film documentaire*. Une excursion scientifique significative dans la théorie du cinéma documentaire a été faite par R. Adrian (2014), selon la définition de qui un film documentaire est un reflet artificiel habilement construit de la réalité (p. 8);

2) selon la finalité et les principes communicatifs: *discours coopératif* (les communicants sont orientés vers une interaction harmonieuse) et *conflictuel* (il existe des contradictions réelles ou imaginaires entre les sujets);

3) par la nature de la composante informative: *informative* et *phatique*;

4) par genre et public cible (*discours théâtral, discours du film dramatique, discours du film comique, discours du film psychologique, discours du film policier, discours du film historique, discours du film jeunesse et discours du film d'animation*) (ibid., p. 14).

Après avoir analysé les nombreuses définitions données par les chercheurs, il convient de noter que la plupart d'entre eux établissent un lien entre le discours et les facteurs socioculturels. En effet, la langue et la culture sont étroitement liées, et le discours reflète le mieux les réalités culturelles dans la langue, qui varient en fonction de l'époque historique, de la position géographique et sociale des locuteurs, ainsi que de leur sexe et de leur âge. Et puisque, selon certains linguistes, le discours est la communication par les textes, et que la capacité de communiquer et de produire des textes dont la spécificité dépend de l'image nationale et linguistique du monde est la principale caractéristique d'une personnalité linguistique, le lien étroit entre les concepts de personnalité linguistique, de culture et de discours ne fait aucun doute.

Compte tenu de ce qui précède, il devient clair qu'aujourd'hui le discours cinématographique est important pour la méthode d'enseignement des changements de discours. La perspective de l'étude est de développer principes permettant d'améliorer et de développer le matériel pédagogique sur le discours cinématographique.

## РÉФÉРЭNCES

Дейк, Т. (2013). *Репрезентация доминирования в языке и коммуникации*. Книжный дом "ЛИБРОКОМ".

Зарецкая, А. Н. (2010). *Особенности реализации подтекста в кинодискурсе* [Автореф. дис. канд. филолог. наук]. Челябинский государственный университет.

Огнева, Е. (2017). Коммуникативные стратегии в дискурсе телесериала "Pride and prejudice". *Когниция коммуникация в лингвистических исследованиях*, Вып. XXIX, 681–688.

Adrian, R. (2014). *Through Dialogue to Documentary. An Exploration of Film Dialogue Analysis Methodology in the Classification of Genre in Creature Comforts* [Master Thesis]. Utrecht University.

Dynel, M. (2013). Humorous phenomena in dramatic discourse. *European journal of humour research*, 1(1), 22–60.  
<https://europeanjournalofhumour.org/ejhr/article/view/Marta%20Dynel/Marta%20Dynel>

Matthews, P. (2005). *The Concise Dictionary of Linguistics*. Oxford University Press.

## LES JEUX DE MOTS DANS LE DISCOURS PUBLICITAIRE FRANÇAIS

**Mozharivska M. M.**

*Université nationale linguistique de Kyïv*

**Lysenko N. Y.**

*Candidate ès lettres, maître de conférences*

*Université nationale linguistique de Kyïv*

La publicité est partout, elle fait désormais partie de notre quotidien. Le discours publicitaire a pour but d'influencer les récepteurs-consommateurs et de les inciter à acheter un produit ou de les faire penser que c'est vraiment ce produit dont ils ont besoin. C'est pourquoi, on affirme que le discours publicitaire affecte le comportement et la vision du monde des individus à l'aide des différents moyens de persuasion.

La pertinence du sujet réside dans le fait qu'il existe en langue française un grand nombre de règles lexicales et grammaticales que le discours publicitaire peut transgresser pour mieux attirer l'attention du public. C'est dans de tels cas que les jeux de mots sont utilisés pour renforcer l'importance du message publicitaire et le rendre plus mémorable.

L'objectif du travail est d'étudier l'influence des jeux de mots sur le public et sa réaction au message publicitaire, d'analyser les types et les moyens de la création des jeux de mots dans le discours publicitaire français.

Le phénomène de jeu de mots a été étudié par de nombreux linguistes: P. Guiraud, J. Henry, J. Jacqueline, G. Lugin, T. Todorov et d'autres. Cependant on n'a pas encore sa définition universelle et absolue.

H. Favreau (2018) qualifie le phénomène de jeu de mots dans le domaine publicitaire comme un écart délibéré aux règles du langage dans le but d'intriguer d'abord, puis de faire sourire l'auditoire (p. 387). La chercheuse a mis en évidence la dynamique holistique formée par le jeu de mots d'abord sur le plan linguistique, puis sur le plan sociolinguistique. En analysant l'exemple de la linguiste, tiré du message publicitaire pour l'iPod touch, "Allumeeez le fun" (p. 389), on voit que l'expression ne contient ni la dénomination directe, ni la description du produit. Tout de même elle excite la curiosité du récepteur. On aperçoit le jeu graphique – trois lettres eee au lieu d'une à la deuxième personne du pluriel du verbe allumer. On constate aussi le jeu phonique – /ʎn/ et /fə/. Ces jeux de signes et de sons semblent contenir l'allusion et aident le récepteur à reconstituer le titre de la célèbre chanson de Johnny Hallyday "Allumez le feu". L'emploi de l'anglicisme *fun* qui implique le sème de la joie, de la gaité provoque l'effet de l'amusement chez le destinataire. Les jeux phoniques, graphiques, sémantiques et intertextuels créent une sorte d'interaction et même de connivence entre l'émetteur et le récepteur du message publicitaire.

E. Dragan (2015) note que la publicité utilise souvent du contradictoire dans les slogans, ce qui permet de mieux différencier les produits. La juxtaposition des qualités des objets dans la publicité aide à les distinguer et de souligner leur



différence. La dissemblance permet de mieux mettre en valeur le produit (p. 143). C'est pourquoi on utilise différentes stratégies linguistiques pour créer le jeu de mots (ibid., pp. 143–144; Tallarico, 2018, p. 269):

- l'abréviation qui engendre l'homonymie: "*Quand on est pro, on est pro Mazda*": "pro" – l'apocope du mot "professionnel" et "pro" – la forme réduite de la préposition "pour";

- la composition des mots: "*Lait-soin protection avancée*" qui juxtapose en un seul mot les sens des composants;

- l'antonymie: "*Vos cheveux gagneront; vos pellicules perdront*". Dans cette phrase les deux parties juxtaposées sont à la fois opposées par les sens des verbes-prédicats;

- l'homonymie: "*Lipton, t'es (thé) 100 %*" qui est assez courant en français car il compte de nombreux mots monosyllabiques;

- la paronymie: "*Ces prix sont valables pour l'olé (aller) et le retour*" qui joue sur la sonorité des mots;

- l'oxymore comme le rapprochement inattendu: "*L'argent est pauvre*";

- le chiasme: "*L'intelligence a besoin d'espace, l'espace a besoin d'intelligence*".

Des calembours, des détournements de proverbes, des répétitions sont aussi nombreux dans le discours publicitaire.

Le jeu de mots met l'accent sur la dimension métalinguistique dans laquelle l'émetteur comprend le système de signes et sait s'en servir. Les jeux morphémiques et sémantiques sont renforcés par les jeux syntaxiques et sonores.

Par conséquent, la publicité est de plus en plus considérée comme une forme de communication commerciale, ce qui incite les chercheurs à l'étudier sous différents angles. Ils tiennent compte de la variété des formes et des stratégies linguistiques régulièrement utilisées dans la création du message publicitaire. L'une d'elles est le jeu de mots qui est la manifestation de l'appropriation ludique du langage dans le discours publicitaire.

## RÉFÉRENCES

Dragan, E. (2015). Les stratégies linguistiques de la formation des jeux de mots dans la publicité. *La Francopolyphonie*, 10(2), 138–145.

<https://docplayer.fr/90576074-La-francopolyphonie-numero-10-2015-vol-2.html>.

Favreau, H. (2018). "Allumeeez le fun": le jeu de mots comme lieu de croisement des dynamiques linguistique et sociolinguistique dans le discours publicitaire. Dans E. Winter-Froemel, & A. Demeulenaere (Eds.), *Jeux de mots, textes et contextes*. De Gruyter.

<https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783110586459-019/html>.

Tallarico, G. (2018). Créativité lexicale et jeux de mots dans les messages publicitaires: formes et fonctions. Dans E. Winter-Froemel, & A. Demeulenaere (Eds.), *Jeux de mots, textes et contextes*. De Gruyter.

<https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783110586459-014/html>

## LA VOIX PASSIVE ET LES PARTICULARITÉS DE SON UTILISATION EN FRANÇAIS MODERNE

**Myslyvets A. V.**

*Université Nationale Linguistique de Kyiv*  
Directeur de recherche: **Yesypovych K. P.**  
*Candidat ès lettres, maître de conférences*  
*Université nationale linguistique de Kyiv*

En grammaire, la voix passive ou plus simplement le passif est une forme verbale qui se distingue de la voix active par un marquage grammatical spécifique. Son utilisation conduit à une réorganisation de la structure syntaxique de la proposition de base, c'est-à-dire celle dont le verbe est à la voix active.

La voix passive est utilisée quand on veut souligner l'action. (le verbe) et l'objet d'une phrase plutôt que le sujet. Cela signifie que le sujet est soit moins important que l'action elle-même, soit que nous ne savons pas de qui ou de quoi il s'agit.

A la voix passive, le sujet est assigné par l'autre exécutant du verbe.

A l'état passif, le sujet accomplit l'action exprimée par le verbe. L'accent est mis sur l'élément qui subit l'action effectuée par l'agent. Il est formé du verbe auxiliaire "être" et du participe passé du verbe décliné.

La pertinence du sujet réside dans le fait que la voix passive est l'une des constructions les plus importantes de la langue française. Il est utilisé pour transmettre des informations sur les actions qui ont été effectuées, mais n'indiquent pas un sujet spécifique, ou lorsque nous voulons attirer l'attention sur l'objet de l'action et non sur la personne qui a effectué l'action.

La voix passive est un élément nécessaire à la reproduction des nuances sémantiques en français et permet l'expression d'une variété de nuances linguistiques.

De plus, la voix passive est une construction grammaticale assez complexe pour de nombreux locuteurs non natifs du français. Une utilisation incorrecte de la voix passive peut entraîner une mauvaise compréhension du sens de la phrase ou augmenter sa complexité.

La pertinence du sujet est due au fait que l'état passif est une construction courante dans la communication d'entreprise, les textes scientifiques et les documents journalistiques. Par conséquent, la connaissance des particularités de l'utilisation de la voix passive dans ces contextes peut être utile pour le développement de la compétence de parole dans une direction professionnelle.

L'utilisation excessive de la voix passive provoque une attitude négative. Cependant, il a sa place importante dans la langue française. Il y a deux bonnes raisons d'utiliser la voix passive:

1) *Mettre l'accent sur l'agent.* A la voix passive, l'agent est placé en fin de phrase, ce qui lui donne un poids supplémentaire.

2) *Sujet anonyme*. Avec la voix passive, vous pouvez éviter de dire qui ou quoi fait quelque chose en omettant l'agent, alors qu'avec la voix active, vous devez spécifier un sujet.

Voici quelques exemples qui démontrent comment la voix passive peut être utilisée en français dans différents domaines de la vie:

1. Politique:

- La décision a été prise par le gouvernement. (Рішення було прийнято урядом).

- Les élections ont été annulées. (Вибори були скасовані).

2. Science:

- La découverte a été faite par des chercheurs. (Відкриття було зроблено дослідниками).

- Des expériences ont été menées en laboratoire. (Експерименти були проведені в лабораторії).

3. Art:

- Le tableau a été peint par un artiste célèbre. (Картина була намальована відомим художником).

- La pièce de théâtre a été écrite par un dramaturge contemporain. (П'єса була написана сучасним драматургом).

4. Entreprise:

- Le contrat a été signé par les deux parties. (Контракт був підписаний обома сторонами).

- Le produit a été fabriqué dans notre usine en Amérique. (Товари були виготовлені в нашій фабриці в Америці).

Par conséquent, l'étude de la voix passive et de ses caractéristiques d'utilisation est un élément important dans l'apprentissage de la langue française et peut contribuer à améliorer le niveau de compétence langagière des élèves et des étudiants. De plus, apprendre la voix passive vous aidera à élargir votre vocabulaire et à utiliser des constructions plus diverses pour exprimer des pensées et des idées en français.

## RÉFÉRENCES

- Ponsonnet, M. (2013). The syntax of passives across French varieties: A preliminary survey. *Language Sciences*.
- Côté, Marie-Hélène. (2002). Le passif en français: présentation, variation et acquisition, *Revue québécoise de linguistique*.
- Guillot-Barbance, C. (2011). Le passif en français contemporain. *Langue française*.
- Guillemain-Flescher, J. (2005). Les passifs en français: énonciation et variation. *Cahiers de linguistique française*.

## LA CLASSIFICATION STRUCTURELLE DES EMPRUNTS DANS LE FRANÇAIS MODERNE

**Nagrebetska A. S.**

*L'Université Nationale Linguistique de Kyiv*

**Ruban V. O.**

*Candidat ès lettres, maître de conférences*

*L'Université Nationale Linguistique de Kyiv*

Chaque langue se développe tout le temps. Et l'emprunt joue un rôle vraiment important dans son enrichissement. Le français ne fait pas l'exception, car ici on peut trouver beaucoup d'emprunts des langues différentes: l'italien, l'allemand, l'anglais, l'espagnol, les langues d'Asie, le grec ancien, le latin etc.

En générale l'emprunt est défini comme "un processus par lequel une langue accueille directement un élément d'une autre langue". Et il est bien important de mentionner que les emprunts pénètrent dans la langue par plusieurs voies (commerce, publicité, cinéma, technologies etc). L'abondance des emprunts prévoit une nécessité de leur classification pour que les linguistes puissent s'orienter dans le flot d'emprunts.

Chaque linguiste a élaboré son propre classification des emprunts. Les classifications diverses ont pour base des critères différents. C'est pourquoi il y a tant de classifications. Chaque classification est valide et analyse des emprunts d'un nouveau côté.

Premièrement, il faut noter l'emprunt lexical. C'est l'emprunt le plus répandu dans le lexique de la langue. Il correspond complètement à la forme et au sens d'une unité lexicale étrangère. On distingue quatre principaux types d'emprunts lexicaux:

- **l'emprunt intégral** – un emprunt sans adaptation phonologique ou graphique : *staff, lobby, shopping* etc.

- **l'emprunt hybride** – le sens est gardé, mais la forme est partiellement empruntée. Par exemple: "focusser". L'intégration en français d'un mot anglais peut notamment se faire par l'ajout ou le remplacement d'un suffixe (*to perform* est devenu *performer*; *doping* est devenu *dopage*).

- **le faux emprunt** – le mot qui peut se composer d'éléments empruntés, c'est-à-dire avoir une apparence étrangère, mais ce mot ne correspond pas à aucun équivalent dans une langue-source. Par exemple: le mot anglais "look" était emprunté par le français. A partir d'un mot emprunté, en ajoutant le prefix français "re-", on a créé le mot français "relooker".

- **l'emprunt syntaxique** – un emprunt d'une structure syntaxique étrangère qui touche principalement la construction des phrases. Par exemple: dans les groupes verbaux on construit les groupes de mots sous l'influence des prépositions anglaises: "to be on a plane" – "être sur l'avion", au téléphone, la tournure déconseillée *gardez la ligne*, au lieu de *restez en ligne*, résulte de la traduction de *hold the line* ou de *keep the line*.

• **l'emprunt phonétique** – un emprunt d'une prononciation étrangère: en français on prononce le "s" pluriel en finale des mots empruntés à l'anglais. Ou on peut aussi mentionner le cas de *zoo* parfois prononcé [zu].

Il faut aussi mentionner quelques autres types d'emprunt:

1) **l'emprunt direct** : quand un mot ou un groupe de mots est repris sans modification (*staff, shopping, cannelloni*, etc.) ou avec adaptation phonétique ou orthographique, par exemple: *artéfact, démotion, cafétéria, boléro, cannelloni*, etc.

2) le **calque** : quand le mot ou le groupe de mots est traduit, plus ou moins fidèlement, dans la langue d'arrivée, par exemple: *salle de séjour* < living-room ; *lune de miel* < honeymoon, *raccourci clavier* < keyboard shortcut, *banque de données* < data bank, *moteur de recherche* < search engine, *col bleu* < blue collar, *fruit de mer* < drutti di mare(ital.) etc.

3) **l'emprunt sémantique ou calque sémantique**: quand un sens d'origine étrangère est ajouté à un mot de la langue d'arrivée : *réaliser* > "se rendre compte" > angl.: *to realize*; *avoir les bleus* < "to have the blues" ; *ce n'est pas ma tasse de thé* < angl.: "it's not my cup of tea"; *gratte-ciel* < "skyscraper"). De même, le mot roumain *cerc* "cercle" a reçu des sens figurés du mot français, dont celui de "groupe de gens liés entre eux par des intérêts communs, par des relations de parenté ou d'amitié".

4) **les xénismes** – sont les mots qui renvoient à des réalités de la langue-source. Par exemple *pizza* de l'italien, *speakerine, parking* de l'anglais.

Pour arriver à une conclusion, il est à dire que les emprunts pénètrent dans le français chaque jour. D'une part, c'est bien, car cela enrichit le vocabulaire et la langue. Mais d'autre part, dans le français on peut observer une énorme quantité d'emprunts anglais, ce que constitue un problème, puisque les Français commencent à remplacer les équivalents français par les anglicismes. Alors on peut affirmer que l'utilisation dans une mesure raisonnable des mots d'emprunt, sans encombrer et affaiblir la langue, contribue à son enrichissement et sa consolidation.

## RÉFÉRENCES

Emprunts en français contemporain: étude linguistique et statistique à partir de la plateforme Néoveille.

<https://hal.science/hal-02537344/document>

Les emprunts et la langue française.

[https://www.axl.cefano.ulaval.ca/francophonie/HIST\\_FR\\_s92\\_Emprunts.htm#4](https://www.axl.cefano.ulaval.ca/francophonie/HIST_FR_s92_Emprunts.htm#4). Lapport des langues modernes

Les emprunts et leur rôle dans l'enrichissement du vocabulaire.

<https://studfile.net/preview/9408272/page:2/>

Les différents types d'emprunts linguistiques.

<https://traductionquebec.com/domaine-de-la-traduction/les-differents-types-emprunts-linguistiques/>

L'influence des emprunts sur la modification de la structure de français dans le discours moderne.

[http://dspace.idgu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1531/%d0%a1%d1%82%d0%b0%d1%80%d0%be%d0%b4%d1%94%d0%b4%d0%be%d0%b2%d0%b0\\_%d0%9b\\_%d0%9d%d0%92\\_51\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.idgu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1531/%d0%a1%d1%82%d0%b0%d1%80%d0%be%d0%b4%d1%94%d0%b4%d0%be%d0%b2%d0%b0_%d0%9b_%d0%9d%d0%92_51_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Typologie des emprunts.

<https://vitriuelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/index.php?id=25444>

Класифікація запозичень в сучасних лінгвістичних дослідженнях.

[http://www.rusnauka.com/7\\_NMIV\\_2010/Philologia/60103.doc.htm](http://www.rusnauka.com/7_NMIV_2010/Philologia/60103.doc.htm)

Лексика на перетині наукових парадигм.

[http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/17351/1/4\\_Kosovych.pdf](http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/17351/1/4_Kosovych.pdf)

## STRESS AS SUPRASEGMENTAL PHONETIC PHENOMENON

**Nakonechna V. M.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Sokolets I. I.**

*Csc. (Pedagogy), Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

Word stress, also called lexical stress, is an important suprasegmental phenomenon, which is considered to belong to universals, though not all types of word stress and its functions are common in different structural types of languages. The role of word stress in different languages is different depending on its nature, grammatical use, and also on whether its place is fixed on a syllable of a word defined in order or not. In many European languages, stress is “attached” to a particular syllable but it can tend to a certain part of the word – the stem, the ending.

Stress is of phonological nature and belongs to phonological units. Its prosodic functions constitute the stress patterns of words, making them recognizable as certain lexical units (Корунець 2004, р. 90). Rules governing accent placement in different languages have similar and divergent features. Comparing the English and Ukrainian word stress, we have found out that in both languages, the stress may fall on:

- the initial syllable: *'secret; 'number; 'message; нАголос; нОдруга; мАма;*
- the second syllable: *se'mester; de'cision; re'vision; повІтря; дружИна.*

In Ukrainian it can also fall on the final syllable: *чоловІк; мармелАд; взуттЯ.*

In English, disyllabic and trisyllabic words (nouns and adjectives) traditionally have one stress that falls on the initial syllable: *'capital; 'meadow.* In two-syllable and three-syllable verbs, the stress mostly falls on the final syllable: *to ad'mit.*

In two-syllable and three-syllable words with prefixes that have lost their meaning stress falls on the second syllable, i.e. on the root of the word: *be'come; be'gin; ex'pensive; in'vention;*

In the majority of English polysyllabic words consisting of four or more syllables, primary stress falls on the third syllable from the end of the word:

*hi*'*istorical*; *ac*'*tivity*; *po*'*litical*; *con*'*finement*. Moreover, polysyllabic words may contain two degrees of word stress – primary and secondary. If primary stress falls on the third syllable from the end, the second pretonic syllable takes secondary stress: *,possi*'*bility*; *,senti*'*mental*; *,repre*'*sentative*.

In Ukrainian polysyllabic words may also have two degrees of word stress – primary and secondary: *за,гальнооc*'*вітний*; *,жовто*'*блакитний*, however it is rarely met in Ukrainian: *вoдoдox**Oвицe*; *багaтoзнaчний*; *зeмлeвoлoдiння*;

Two-syllable, three-syllable, multi-syllable and compound words may also have either one primary or two primary stresses: *'re*'*decorate*; *'under*'*play*; *'turbo*-*'jet*. In English, compound words and multi-syllable adjectives have one single strong stress: *in*'*variability*; *'daybreak*; *'birthday*; *'bedroom*. In the Ukrainian language more multisyllable words have one strong stress: *мeлoдiйнiстb*; *зaувaжeння*.

In English words with prefixes strong stress is laid on the initial syllable of the root element, therefore the prefix is unstressed: *re*'*call*; *im*'*possible*. Such words may also have two degrees of stress, in which mostly secondary stress falls on the prefix, but when the word, together with the prefix, is not in common use: *,immo*'*bility*; *,disen*'*gaged*; *,expo*'*sition*; and when the words are not used without a prefix in a given form: *,expli*'*cation*; *,irre*'*coverable*.

In Ukrainian, the words which have prefixes (mostly: *пpа-*; *бeз-*; *пpи-*; *нид-*; *нa-*; *нe-*; *пpo-*, *etc.*) have the stress on the prefix: *бEзлiч*; *пpAщyp*; *пpиpиcт*.

In English words with suffixes have the following rules of accentuation: stress-neutral suffixes are usually not stressed: *-less*; *-hood*; *ship*; *-ful*; *-ment*; *-dom*; *-ery*; *-acy*; *-y*; *-ary*; *-ory*; *-ty*; *-cy*; *-ish*; *-ism*; *-ist*; *-er*; *-ess*; *-ness* as in *'lioness*; *disag*'*reement*; *'selfish*; *'cheerful*; *'childhood*. In words with stress-fixing suffixes *-graphy*; *-eous*; *-ical*; *-ian*; *-ial*; *-ic*; *-ity*; *-ion*; *-ious* the syllable that is emphasized precedes the suffix. For instance, *edu*'*cation*, *pho*'*tography*, *ma*'*jority*. Stress-attracting suffixes carry strong stress themselves. Predominantly, these are included suffixes borrowed from the French language: *-aire*; *-eer*; *-ese*; *-esque*; *-ique*; *-oon*; *-ette*. For example: *bal*'*loon*; *pictu*'*resque*; *cas*'*sette*; *refu*'*gee*; *ciga*'*rette*.

In English, as well as in Ukrainian, there are words which have two primary stresses, but in Ukrainian the number of such words is significantly smaller.

In English, among the words that have two primary stresses are: ordinal and cardinal numerals only from 13 to 19: *'six*'*teen*, *'seven*'*teen*, *'nine*'*teenth*; compound nouns and verbs if two components have a definite meaning: *'good*'*will*; compound adjectives if the first component is also an adjective: *'old*'*fashioned*; *'ready*'*made*; words with prefixes implying assistance (*sub-*; *vice-*): *'vice*'*minister*; *'vice*'*president*; *'sub*'*title*; *'sub*'*sequent*; words with prefixes implying negation (*in-*; *un-*; *ir-*; *dis-*; *non-*; *il-*; *under-*): *'un*'*known*; *'il*'*literate*; *'dis*'*obey*; *'under*'*value*; words with prefixes that have different meanings: *'pre*'*war* (*pre-* has the meaning "before"); *'inter*'*national* (*inter-* the meaning is "among, between"); *'over*'*tired* (*over-* has the meaning "too much"); *'ex*'*minister* (*ex-* has the meaning "former"); *'mis*'*understand* (*mis-* has the meaning "wrong");

In Ukrainian, compound nouns may have one or two primary stresses. One strong stress is put on the second element: *вciюдуx**Id*; if the first component of a



compound noun is also a noun then two elements have two primary stresses. Like nouns, compound adjectives in Ukrainian have a single stress which is put on the second element: *багатобічний*.

In conclusion, we may state that word stress is almost a universal phenomenon. The comparative analysis of word stress in the Ukrainian and English languages shows that it has common features: it has both a constitutive and distinctive functions; it is similar by its nature, as it is dynamic, free and shifting, thus falling on any of the syllables of the word; it is qualitative and quantitative; the stress is mostly recessive, though in polysyllabic words it may equally be shifting.

## LITERATURE

Корунець, І. В. (2004). *Порівняльна типологія української та англійської мов*. Нова книга.

## DIE BEDEUTUNG DER MÄRCHEN DER BRÜDER GRIMM UNTER DEN KÜNSTLERISCHEN WERKEN DER MODRNE DEUTSCHEN PROSA

**Nikolaichyk L. A.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Sereda N. A.**

*Doktorin, Dozentin*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Die Brüder Grimm, Jacob (1785–1863) und Wilhelm (1786–1859), gelten nicht nur als die bekanntesten deutschen Märchenerzähler, sondern auch als Begründer der Germanistik. Sie haben die deutsche Literatur maßgeblich beeinflusst, in dem sie ihren Werken die Gestalt gegeben haben, die bis heute unsere Vorstellung vom Stil des Märchens prägt. Damit gehören ihre Arbeiten zweifellos zu den wichtigsten künstlerischen Werken der modernen deutschen Prosa.

Einer der Gründe für ihre Relevanz liegt in ihrer zeitlosen Bedeutung. Die Märchen der Brüder Grimm repräsentieren grundlegende menschliche Erlebnisse und Probleme: Liebe, Hass, Verlust, Rache, Gerechtigkeit und viele andere. Sie sprechen sowohl Kinder, als auch Erwachsene an und zeigen das Alltagsleben der Menschen, ohne jegliches Ausschmücken. Es gibt also kein “Happy End” und auch keine ausdrückliche Lehre am Schluss – darin besteht die Innovation der Brüder Grimm. Diese Befreiung des Märchens von der Lehre hat gewiss dazu geführt, dass sie nicht als eine dem bloßen Zweck unterworfenen Literatur betrachtet wird. (Spinner 1992, 145) Dadurch ist auch das Zurücktreten des Erzählers in den Grimm’schen Märchen verdeutlicht, der sonst eine Art Kommentar in den Text einfügen würde. Denn die Sprachstilisierung soll hier nicht die Individualität des Autors zum Ausdruck bringen, sondern auf das Volk zurückweisen (Spinner 1992, 147)

Ein weiterer Faktor ist das kulturelle Erbe der künstlerischen Werke der Brüder Grimm. Die Märchen haben Wurzeln in der deutschen Volkskultur und

sind dadurch Ausdruck der Kreativität und Fantasie des deutschen Volkes. Ihre Inhalte und Figuren sind ein Teil der kollektiven Identität Deutschlands und haben somit bis heute noch eine besondere kulturelle Bedeutung. Die Märchen tragen die Züge eines “Sich-von-selbst-Machens” (Brunken 1990, 118), sie sind also authentisch und volkstümlich geblieben, aber haben trotzdem nicht ihren ursprünglichen Zauber verloren.

Außerdem haben die Brüder Grimm durch ihre Märchen einen enormen sprachkulturellen Beitrag geleistet, indem sie die deutsche Sprache als eigenständige Nationalsprache eingefügt haben. Durch ihre Arbeit als Sammler und Herausgeber haben sie maßgeblich dazu beigetragen, dass diese volkstümlichen Märchen in den Kanon der europäischen Literatur aufgenommen wurden.

Indem sie bedingungslos auf alle verfügbaren ursprünglichen Sprachzeugnisse zurückgriffen, gelang es den Brüdern Grimm, die primäre Bedeutung und Struktur der Texte der Sprach- und Literaturdenkmäler ihrer Zeit zu erfassen und sie in ihrer Sammlung zu präsentieren. Dadurch haben sie nicht nur einen großen Beitrag zur deutschen Sprach- und Literaturgeschichte geleistet, sondern auch dazu beigetragen, dass diese Denkmäler erhalten und weitergegeben werden.

Die erste Sammlung deutscher Volksmärchen “Kinder- und Hausmärchen” wurde im Jahre 1812 von den Brüdern Grimm veröffentlicht. Sie beeinflusste viele andere Folkloristen und inspirierte sie zum Erforschen der eigenen Volkskultur und Sammeln von Märchen. Es ist auch zu bemerken, dass ausschließlich diese Sammlung bis heute noch ein vollständiges Bild der deutschen Volksmärchen und ihrer Besonderheiten vermittelt. Die “Kinder- und Hausmärchen” wurden in viele Sprachen übersetzt und haben weltweit einen großen Einfluss auf die Entwicklung von Kinderliteratur und Fantasyliteratur genommen. Die Brüder Grimm haben damit nicht nur ein wichtiges Werk der modernen deutschen Literatur geschaffen, sondern auch einen Grundstein für die Erforschung der eigenen Kultur gelegt.

Hinzufügend hat sich bei den Brüdern Grimm eine bestimmte Struktur des Märchens entwickelt, die auch einen Einfluss auf die moderne deutsche Prosa hat. Am Anfang der Erzählung wird eine Schwierigkeit zur Darstellung gebracht, welche eine ökonomische (*Marienkind*), psychologische (*Märchen von einem, der auszog, das Fürchten zu lernen*) oder soziale (*Hänsel und Gretel*) Ursache hat. Die Einführungssituation beschreibt oft die Missachtung des Helden oder anderer Figuren (*Der Froschkönig oder der eiserne Heinrich*) und manchmal entsteht das Problem durch die Unwissenheit der Hauptfigur (*Rotkäppchen*) oder ihrer nicht guten zwischenmenschlichen Beziehungen (*Aschenputtel*). Nach der Einführung des Lesers in die Handlung, erklärt das Märchen die Methoden des Helden zur Lösung der genannten Probleme.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Märchen der Brüder Grimm einen wichtigen Platz unter den künstlerischen Werken der modernen deutschen Prosa einnehmen. Sie bieten eine zeitlose Botschaft, haben ein kulturelles Erbe und sind eine unerschöpfliche Quelle der Inspiration für viele Künstler und Kreative.

## LITERATUR

- Bär, J., Dehrmann, M. G., Erhardt, H., Fleischer, J., Kämper, H., Krome, S., Martus, S., & Wolf, N. R. (Hrsg.). (2013). *Die Brüder Grimm: Pioniere deutscher Sprachkultur des 21. Jahrhunderts* (S. 146–154). Gütersloh und München: Verlag F. A. Brockhaus.
- Spinner, K. H. (1992). Große Werke der Literatur BAND II. Geppert, H.V. (Hrg.), *Die "Kinder- und Hausmärchen" der Brüder Grimm* (S. 143–161). Augsburg: Presse-Druck- und Verlags-GmbH.
- Brunken, Otto und Kollektiv. (1990). *Geschichte der deutschen Kinder- und Jugendliteratur*. (S. 118). Metzler Verlag.

## INTERNET-COMUNICACIÓN COMO EL INSTRUMENTO DE LA INTERACCIÓN INTERPERSONAL

**Nikulin D. Y.**

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

**Navarenko I. A.**

*Docente de cátedra de Filología Española y Francesa  
Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

La aparición de Internet y su difusión cambió radicalmente las formas de transmitir y almacenar información y, como consecuencia, la forma de comunicación entre las personas también cambió, ya que el lenguaje es un reflejo de los procesos que se desarrollan en la sociedad (Hidalgo Vicario, 2015, p. 585).

Los estudios sobre las comunicaciones en Internet se han incrementado significativamente en los últimos años, en particular desde 1998, cuando este sistema de comunicación despertó el interés de los investigadores sociales y se empieza a explorar sobre las características y el impacto que tiene en los usuarios.

Inicialmente, la función principal de Internet era buscar y recibir información, es decir, función informativa. Con el tiempo, Internet se convirtió no solo en una fuente de obtención de información, sino también en su intercambio, y luego también en una forma de interacción entre comunicantes, creando una red de comunicación. Y gracias a esto último, una persona tiene la oportunidad de participar en discusiones, escribir y publicar lo que piensa, para actuar como participante del discurso público (Arab & Díaz, 2015).

Internet en sí, hoy en día, representa un salto cualitativo de impacto tecnológico en la comunicación social contemporánea a partir de la interconectividad entre la mayoría de las redes existentes las personas buscan contactos con otros en tiempo real y a escala universal. Pues, en otras palabras, es una vía fácil y rápida de acceder a múltiples personas sin conocerlas en la vida real utilizando para eso diferentes instrumentos (redes sociales, aplicaciones, páginas web etc.), y eso se caracteriza la sociedad actual contemporánea.

En general, Internet, como sistema de comunicación, presenta varios problemas teóricos a la investigación comunicativa: entre ellos la validación de

una metodología de análisis para explicar un proceso que se enmarca, tanto en las características de la comunicación colectiva, como en aquellas de naturaleza interpersonal.

La comunicación en Internet es un subtipo de discurso virtual que constituye un espacio cognitivo y comunicativo que consta de diversas formas de género de comunicaciones en línea y fuera de línea.

La comunicación interpersonal en Internet se realiza mediante el intercambio de textos, tanto en la forma simultánea (sincrónica) de las conversaciones en línea, o asincrónica a través del correo electrónico. En el primer caso (chat), la estructura de la interacción es análoga a la conversación cara a cara y a la comunicación telefónica, es decir, de un modo dialógico; mientras que, en el correo electrónico, los conjuntos textuales son más extensos y el intercambio no necesariamente obtiene una respuesta inmediata.

La comunicación por Internet es también un importante activo empresarial, sobre todo para los empresarios introducidos en los mercados globales. Construir una buena relación entre trabajadores y/o patrones repartidos por todo el mundo no es fácil. Esto permite a los empleados situados en diferentes partes del mundo dar su opinión y expresar sus preocupaciones. Las ventajas de las telecomunicaciones dentro de las empresas van más allá del aumento de la productividad y el bienestar de los empleados. Los servicios de telecomunicaciones también permiten a las organizaciones llegar a la audiencia adecuada con el mensaje adecuado en el momento adecuado.

Analizando las características ortográficas de la comunicación de Internet en español en las redes sociales, hay que señalar que el discurso en sí fue creado para imitar el habla coloquial, que se expresa en la tendencia a escribir palabras por analogía con su pronunciación oral.

Verbigracia, conexión de vocales como el fenómeno de sinalefa "*meeeeencanta*" (*me encanta mucho*). Este fenómeno se atribuye a la economía lingüística característica del discurso de Internet. O que sea el uso de onomatopeya, imitación de risa o sonido al besar "*muak, jajaja, grrr etc*". También merecen la atención el uso activo de jerga, y de las expresiones peyorativas debido al carácter democrático y amigable de la comunicación en las redes sociales "*puta mierda, cabrón, molar*" etc. A menudo, estos dichos se utilizan para expresar sorpresa e incluso deleite, por ejemplo, "*¡Felicidades feoooo!*". El vocabulario peyorativo cumple una función delimitadora, se utiliza como la pertenencia de los usuarios a un determinado grupo social.

Pues, concluyendo todo lo dicho, el término "comunicación por Internet" se refiere a la interacción de las personas, cuyo contenido es el conocimiento mutuo y el intercambio de información a través de los canales de Internet. El discurso moderno de Internet es un conglomerado complejo de diferentes estilos funcionales y formas de habla. La mayor influencia en las características lingüísticas del discurso de Internet la ejerce el factor tecnológico, y la comunicación en Internet, siendo conceptualmente no solo en forma oral, sino también se realiza por escrito. Así en actualidad, Internet acumula diversos formatos de comunicación y sirve como medio de transmisión de información, ilimitada en el tiempo o el espacio.

## REFERENCIAS

- Arab, E., & Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7–13.  
<http://www.elsevier.es/es-revista-revista-medica-clinica-las-condes-202-articulo-impacto-las-redes-sociales-e-S0716864015000048>
- Bettetini, G., & Colombo, F. (1995). *Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación*. Paidós.
- Crystal, D. (2002). *El lenguaje e Internet*. Cambridge University Press.
- Hidalgo Vicario, M. I. (2015). *Las nuevas tecnologías de la información y comunicación*. Pediatría Integral.

## CONSUMER RIGHTS AND RESPONSIBILITIES

**Nikytenko D. A.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Vasylenko O. B.**

*Lecturer*

*Kyiv National Linguistic University*

Consumers are people who buy goods or pay for services.

The protection of consumer rights is guaranteed by the Constitution of Ukraine, the Law of Ukraine “On the Protection of Consumer Rights”, as well as a number of resolutions, orders and other normative documents (1).

According to Art. 4 of the Law “On Protection of Consumer Rights” consumers have the right to:

- protection of their rights by the state;
  - proper quality of products and service;
  - product safety;
  - necessary, available, reliable and timely information about products, their quantity, quality, assortment, as well as about their manufacturer (performer, seller);
  - compensation for damage (damages) caused by defective or falsified products or products of inadequate quality, as well as property and moral (non-property) damage caused by products dangerous to life and health of people in cases provided for by law;
  - appeal to the court and other authorized state authorities for the protection of violated rights;
  - association of consumers in public organizations (consumers’ association) (2)
- Consumers have not only rights, but also duties. There are some of them.

**The Responsibility to Be Informed.** Responsible consumers know what they are buying. When you shop for food, read the labels for nutritional facts. Product labels can tell you how much salt, sugar, fat, or protein a product contains. When you shop for clothes, read the labels to find out what materials they contain. The labels will also indicate how the clothes should be cleaned.

**Cautious Consumer.** The consumer should not blindly believe on the words of seller. He must insist on getting full information on the quality, quantity, utility, price etc. of the goods or services (2).

**Filing Complaints for the Redresser of Genuine Grievances.** Most of the time consumer ignores the loss he suffers on purchase of defective good or service but this attitude of not filing complaint encourages the corrupt businessmen to supply low standard or defective goods and services. The consumer must file a complaint even for a small loss. This awareness among consumers will make the sellers more conscious to supply quality product. Whenever consumer is filing a complaint it must be genuine. The consumer should not exaggerate the loss or defects of goods (3).

**The Responsibility to Use Products Safely.** Consumers must follow the instructions provided in product manuals or other materials on the safe use of products. For example, a consumer must read the label of a cold remedy to find out its recommended dosage. If you know a product is unsafe, first contact the seller or producer about it (3). If no action is taken by the company, contact a consumer protection agency.

## REFERENCES

*Jenk School “Consumer Rights and Responsibilities” Chapter 23.*

[https://www.jenksp.org/pages/uploaded\\_files/c23\\_874768\\_mt.pdf](https://www.jenksp.org/pages/uploaded_files/c23_874768_mt.pdf)

*The Constitution of Ukraine.* Official web-portal of the Parliament of Ukraine.

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>

*The Law of Ukraine “On the Protection of Consumer Rights”.* Official web-portal of the Parliament of Ukraine.

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>

## COMPLIMENTS AS A MEANS OF EFFECTIVE COMMUNICATION

**Ohyrenko N. A.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Volkova L. M.**

*CSc. (Philology), Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

One of the manifestations of verbal communication is phatic communication. Sometimes the general purpose of conversational communication is a short dialogue between interlocutors (communicators) on topics that are not directly related to information, with the purpose of communication, serving the task of creating a complex of dialogue→storage→conclusion. In this case, the introduction of communication implies the preparation of communicators for media courses, the maintenance and continuation of communication under the concept of communication, and the end of communication means the communication speech related to the process of communication. The phatic function of communication

has its own importance. We can also call it a phatic genre. For example: 1) Kindness, compliment, 2) praise, 3) expression, 4) gratitude, 5) humor, 6) flirting, etc. The sole purpose of praise as an effective form of communication is to keep it going. It is not the result of intellectual reasoning, and language does not serve as a means of conveying some essential information.

The manifestations of communicative interactions such as entering into communication, maintaining communication, and ending communication, are varied.

Some linguists interpret the word “compliment” as a special communicative level of speech etiquette, while others point out that the word “compliment” is opposite to laziness, and embodies the content of sincere praise and respect.

According to the given explanation, praise is understood as a verbal dialogue studied in the context of general behavioral strategies aimed at expressing positive feelings towards people. The basic function of a compliment is to create a generally pleasant environment for verbal communication. Due to this, compliments affect the interlocutor’s feelings, thoughts and actions. Complimentary policy affects human emotions. Therefore, it can be viewed as an “emotional tool” that influences conversational behavior (Holmes, 2003; Wagner, 2004).

Compliment as a means of communication ensures success in all phases of the process of instituting a verbal communication – establishing, maintaining and completing it. Let us turn to the conversation-building compliments:

– Welcome to our village, guest, may your steps blossom!

Alexander did not lose the secret again.

– Thank you, elder... (Yuka, 2009).

People are very sensitive to compliments because they feel a special pleasure listening to the words of kindness. The purpose of a dialogue between people who work together can initiate or continue future collaborations. Gender differences in compliment types are also evident. It is important for women to appreciate their own appearance and personal charm. Men, on the other hand, are sensitive to compliments on intelligence, socioeconomic status and resilience. Women need compliments more than men. The praise to the children’s language comes with a special resonance and sincerity:

“Grandpa, honey on your tongue!” My eyes and my face were opened by your words! (Mills, 2003).

Compliments are different from other ways of saying kind words to your interlocutor. Praise, for example, can also be a positive commentary on the opinion of an elder person or a supervisor. Hyperbole is a deliberate exaggeration of the achievements of the interlocutor.

In pragmatic linguistics, which opens the door to communicative phatic communication, oral communication is considered the beginning of speech communication (BSC) in terms of greeting, questioning, appealing phatic communication (PC), may be called the end of communicative communication. These two modes of phatic communication are related to traditions, rituals and national customs. The presence of communicative connections and compliments not only helps to establish communication between the interlocutors, eliminating



ethically uncomfortable general gaps and silences, but also demonstrates the personality of the recipient of the information. In many cases, the features of phatic characteristics in communication reveal the identity of the communicator, the author, and raise very important social questions.

## REFERENCES

- Holmes, J. (2003). Complimenting: A positive politeness strategy. *Sociolinguistics: The Essential Readings*. Cambridge: Blackwell Publisher Ltd.
- Mills, S. (2003). *Gender and politeness*. Cambridge University Press.
- Wagner, L. C. (2004). *Positive and negative politeness strategies: Apologizing in the speech community of Cuernavaca*, University of Louisville.
- Yuka, A. (2009). Positive politeness strategy in oral communication textbooks Focusing in Term of Address. *The Economic Journal of Takasaki City University of Economics*, 52 (1), 513–530.

## LINGUISTIC MEANS OF EXPRESSIVENESS IN ENGLISH POLITICAL SPEECHES

**Panchenko O.**

*Kyiv National Linguistic University*

Scientific supervisor: **Alexiyevets O. M.**

*CSc. (Philology), Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

A variety of issues that constitute matters of social concern, politics being one of them, have the ability to provoke oftentimes heated debates and polarize the population along the way. The problem, for a lack of a better word, provides multiple interpretations, and the solution in many cases stems from the arguments that arise in defense of any given interpretation. With the complex assessment and decision-making mechanisms at play, even the most resilient human mind can be swayed by a skillfully crafted and perfectly timed address, delivered with passion and conviction.

Politics, as mentioned above, is a matter of social concern, meaning it's an integral part of any human society. Anything involving interaction of as much as a couple of individuals can be considered a facet of politics. To command the attention of people, particularly in large groups, the political discourse in form of speeches plays a leading role in achieving the strategic goals. However, mere statement of one's affiliation with political forces and the perks of political agenda of the said forces reaps little rewards if not partnered with tactics of persuasion. Subtle and perceived on a level not always visible to a naked eye, linguistic means of persuasion are of particular interest now, in times when politics seeks more ways of direct and indirect influence over people's views and ideas. A. Trosborg in "Text Typology and Translation" (1997) asserted that politics largely consists of the text and talk. Therefore, the political players of the highest order most certainly appreciate the power of language, same as

the pivotal role that it plays in formulating and delivering political statements. According to Jowett & O'Donnell, "persuasion is an interactive process in which a message sender wants to affect the message receiver's beliefs, attitudes, and behavior" (Jowett & O'Donnell, 2012, p. 37).

Speaking of persuasiveness, expressivity and expression are equally important to the final result. Expressiveness is a result of pragmatic use of language, with intent to highlight the impartial or emotional attitude of the speaker towards the subject of the speech. Expression, on the other hand, is a set of expressive and graphical properties of speech, that are to distinguish it from the stylistically neutral, ordinary speech – to make it emotionally colored.

There is no shortage of linguistic means of expressiveness in English language. Assonance, or repetition of vowel sounds in words in close proximity ("*We will build the roads and bridges, the electric grids and digital lines...*" (Obama, 2009), is used to emphasize important words in a phrase or line. Alliteration is another means of expressivity that can influence the rhythm by repetition of the initial consonant sound ("*We must reject the politics of revenge, resistance, and retribution...*" (Trump, 2019). Emphatic stress, one more means of expressiveness, is widely used in political speeches for its function of placing a stress on a particular word in a phrase for specific clarity or emphasis ("*You will be judged by what you build, not by what you destroy*" (Obama, 2009).

But the growing interest lies in metaphors, conceptual metaphors in particular. According to G. Lakoff & M. Johnson, "metaphor is typically viewed as characteristic of language alone, a matter of words rather than thought" (Lakoff & Johnson, 1980, p. 453). Metaphor Identification Procedure developed by the Pragglejaz Group (Group, 2007) was employed in order to identify metaphors (as one of the means of expressiveness) in political speeches of Donald Trump, the former U. S. President, a divisive political figure who employed a variety of linguistic means of expressiveness in his speeches before, during and after the elections of 2016. The procedure helps identify the linguistic expressions of metaphor, with the notion that metaphorical meaning is indirect meaning, resulting from the juxtaposition of the basic meaning of a lexical unit and its contextual meaning.

For example, among the most frequently used metaphorical concepts in the American political speeches, that facilitate the function of persuasion via expressiveness, such conceptual metaphors as "politics is war" and "politics is game" are examined. In his Congress speech, Trump used the following statements: "*I want you to know – we will never stop fighting for justice*" (Trump, 2017). Expressions like this are quite frequent in political discourse, American in particular, for the war-based metaphors represent urgent, relevant issues of high priority. Another example, "politics is game" this time, can be found in Trump's Rally speech in Florida: "*You want fair trade deals and a level playing field. We don't have a level playing field*" (Trump, 2019). In the case of the sport-based metaphors, the speaker explains the complex political processes and decisions in terms of competition, with clearly defined categories of winners and losers, victory and defeat.

Overall, the political discourse is a testing ground for the methods of direct and indirect influence, where expressiveness of the speaker is of substantial

importance. Examination of the emotive vernacular used throughout the election campaign of the winning party can help establish the efficiency of specific conceptual metaphors, especially in electioneering campaigns. Even though conceptual metaphors are present in most areas of life, their extensive use in political discourse might signify their role in making complex and abstract notions simpler and more understandable for the wider public.

## REFERENCES

- Group, P. (2007). MIP: A Method for Identifying Metaphorically Used Words in Discourse. *Metaphor and Symbol*, 22 (1), 1–39.  
<https://doi.org/10.1080/10926480709336752>
- Jowett, G. & O'Donnell, V. (2012). *Propaganda and Persuasion*. SAGE.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). Conceptual Metaphor in Everyday Language. *The Journal of Philosophy*, 77(8), 453.  
<https://doi.org/10.2307/2025464>
- Obama, B. (2009). *President Barack Obama's Inaugural Address*.  
<https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2009/01/21/president-Barack-obamas-inaugural-address>
- Trosborg, A. (1997). *Text Typology and Translation*. Benjamins Publishing Company, John.
- Trump, D. (2017). *President Donald Trump's 2017 Joint Address to Congress: Full Speech | NBC News* [Video].  
YouTube.  
[https://www.youtube.com/watch?v=9o\\_WDqG2x\\_4](https://www.youtube.com/watch?v=9o_WDqG2x_4)
- Trump, D. (2019). *Speech: Donald Trump Holds a Political Rally in Sunrise, Florida – November 26, 2019* [Video].  
YouTube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=zoRcCRULQ18>

## DEUTSCHE PHRASEOLOGISMEN FÜR DIE BEZEICHNUNG DER HAUSTIERE IN DER UKRAINISCHEN ÜBERSETZUNG

**Pantschenko O. O.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Kulyk N. D.**

*Doktorin, Dozentin*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Zoonyme sind lexikalische Elemente, die sich auf Tiere beziehen und direkt ihre Namen nennen. Tiere leben seit der Antike Seite an Seite mit Menschen, begleiten sie durch das Leben und sind ein untrennbarer Bestandteil des Lebens.

Aufgrund dieser engen Beziehung gibt es in der Sprache aller Nationen viele phraseologische Ausdrücke, die Zoonyme enthalten.

Haustieredienens als Träger bestimmter Eigenschaften, welche durch semantische Veränderungen zu Namensübertragungen und Konnotationsentwicklungen führen. Die Benennung von Haustieren im Deutschen ist Teil der allgemeinen Tendenz zur Metaphorisierung, bei den Tiernamen auf Menschen übertragen werden. In einigen Fällen weisen Zoonyme im Ukrainischen und Deutschen eine Übereinstimmung in der semantischen Struktur der Haustiernamen auf. Zeitgenössische deutsche Zoonyme, in denen einer Person die äußere Ähnlichkeit, der Charakter oder das Verhalten eines Tieres zugeschrieben wird, verweisen auf die Eigenheiten des antiken mythischen Denkens und der Totem-Darstellungen (Вальчук, 2000).

Zoonyme gehören zu den produktivsten Lexemen, deren semantische Strukturen die meisten metaphorischen Bedeutungen enthalten, die sich auf Menschen beziehen. Die vielfältigen Bedeutungen und die phraseologische Aktivität in den Sprachen sind durch die Namen derjenigen Tiere gekennzeichnet, mit denen der Mensch den engsten Kontakt hat, nämlich Haustiere (Коваленко & Рзаева, 2013). Die produktiven Lexeme sind "Hund", "Pferd", "Schwein" und "Katze", z.B. wie sie in den folgenden Redewendungen verwendet werden: *die Pferde scheu machen, vor die Hunde gehen, die Katze im Sack kaufen und Schwein haben.*

In der deutschen Sprache sind Redewendungen, die die Bezeichnung "Hund" enthalten, sehr gebräuchlich. Möglicherweise liegt das daran, dass die Liebe der Deutschen zu Hunden sogar ihre bekannte Liebe zur Ordnung übertrifft. Der Hund wird in erster Linie als treuer Begleiter betrachtet und hat den Deutschen seit der Antike bis in die Gegenwart begleitet.

Das Bild des Hundes hat gleichzeitig in der deutschen Sprachkultur viele Bedeutungen und enthält meist negative Eigenschaften. Das zeigt sich auch in der ukrainischen Übersetzung. Das wird durch die folgenden negativ gefärbten Phraseologismen bestätigt: *auf den Hund kommen (ugs.)* – занепасти, низько впасти (Gawrys & Prorotschenko, 1981); *verarmen; in Verfall geraten; (moralisch) fallen; [ganz] auf dem Hund sein (ugs.)* – терпіти нестатки, бідувати (Gawrys & Prorotschenko, 1981); *extreme Armut erleiden;*

Eine besondere phraseologische Einheit im Deutschen ist der komparative Phraseologismus. In diesem Fall hat die ukrainische Übersetzung die Konnotation des Tiernamens selbst: *frieren wie ein junger Hund* – мерзнути, тремтіти від холоду як цуценя (Gawrys & Prorotschenko, 1981); *zittern, wenn es sehr kalt ist.*

Die Katze galt im Mittelalter als Symbol des Bösen, der Täuschung, der Gerissenheit und der Dunkelheit. Die Herkunft dieser Redewendung geht auf eine historische Realität zurück: Im Mittelalter versuchten Betrüger, Katzen als andere Tiere zu verkaufen, um Käufer zu täuschen. In der ukrainischen Übersetzung verwenden wir auch diese Formulierung: *die Katze im Sack kaufen* – кунувати kota в мішку (Gawrys & Prorotschenko, 1981); *etw. kaufen, ohne zu schauen.*

Durch den Verlauf der Zeit haben viele gängige phraseologische Ausdrücke ihre ursprüngliche Bedeutung verloren und das Schwein hat sich dadurch zu

einem Symbol für Glück, Wohlstand und Reichtum entwickelt. Das wird in der ukrainischen Übersetzung deutlich, in der die Konnotation der deutschen Formulierungen mit dem Bestandteil "Schwein" klar erläutert wird: *das nenne ich Schwein (ugs.) – om так удача! Оце поталанило!* (Gawrys & Prorotschenko, 1981); *ein Ausdruck, wenn jemand überrascht ist, dass jemand so viel Glück hat.*

Es ist weithin bekannt, dass Pferde als Symbol für Stärke, Macht und Freiheit angesehen werden. In der Mythologie werden Pferde oft mit den Sonnengöttern in Verbindung gebracht und gelten als Verkörperung der Kräfte von Wind, Feuer, Sturm, Wasser und Wellen. Der folgende phraseologische Ausdruck repräsentiert die Arbeitseinstellung. In der ukrainischen Übersetzung bedeutet es, eine falsche Entscheidung zu treffen oder dorthin zu gehen, wo man nicht hingehen sollte: *die Pferde hinter den Wagen spannen – прийняти помилкове рішення, звернутися не туди, куди слід* (Gawrys & Prorotschenko, 1981); *Fehler machen, dorthin gehen, wo sie nicht hingehören.*

Phraseologische Einheiten mit Zoonymen veranschaulichen menschliche Eigenschaften, sowohl emotionale als auch willensmäßige, intellektuelle Handlungen und Zustände sowie gesellschaftliche Verhaltensnormen. Beim Übertragen ins Ukrainische bleibt die Konnotation erhalten.

#### LITERATUR

- Вальчук, Г. В. (2000). До питання про картину світу та про зв'язок мови й мислення. *Мова і культура*, 2, 34–37.
- Гаврись, В. І., & Пророченко, О. П. (1981). *Німецько-український фразеологічний словник*. Радянська школа.
- Коваленко, О. В., & Рзаєва, В. В. (2013). *Функціонування зоосемізмів у фразеологізмах німецької та української мов. Одеський лінгвістичний вісник*, 2, 30–38.

### FAKTOREN DER BILDUNG VON PHRASEOLOGISCHEN EINHEITEN MIT DER BEDEUTUNG "WAHRHEIT" IM DEUTSCHSPRACHIGEN KULTURRAUM

**Pavelko Y. V.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*  
Wissenschaftlicher Betreuer: **Gamsjuk M. W.**

*Dr. habil, Professor*  
*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Phraseologische Einheiten mit der Bedeutung "Wahrheit" sind idiomatische Ausdrücke oder feste Wendungen im Deutschen, die verwendet werden, um verschiedene Konzepte im Zusammenhang mit der Wahrheit auszudrücken. Diese phraseologischen Einheiten bestehen in der Regel aus mehreren Wörtern, die bei gemeinsamer Verwendung eine bestimmte Bedeutung haben, und haben oft eine metaphorische oder figurative Qualität.

Deutschland hat ein reiches kulturelles und historisches Erbe, das die Sprache und Phraseologie des deutschsprachigen Kulturraums geprägt hat. Die Geschichte Deutschlands umfasst Perioden des politischen Umbruchs, des Krieges und der Teilung, aber auch der kulturellen und künstlerischen Blüte. Diese Erfahrungen haben die Art und Weise, wie die Deutschen ihre Wahrheit ausdrücken, ebenso beeinflusst wie die Arten der phraseologischen Einheiten, die sich in der Sprache entwickelt haben.

Der deutschsprachige Kulturraum hat eine lange und komplexe Geschichte, mit verschiedenen kulturellen und philosophischen Traditionen, die die Sprache und ihren Gebrauch geprägt haben. Diese Traditionen können die Entwicklung von phraseologischen Einheiten mit der Bedeutung "Wahrheit" beeinflusst haben.

Einige deutsche phraseologische Einheiten mit der Bedeutung "Wahrheit" haben religiöse oder philosophische Wurzeln. Zum Beispiel: "*Die Wahrheit wird euch frei machen*" (Schlabinger, 2004); "*Erkenne dich selbst, dann kennst du die Wahrheit*" (Quasthoff, 2007).

Historische und zeitgenössische Ereignisse, wie die Reformation, der Zweite Weltkrieg und der Fall der Berliner Mauer, können ebenfalls zur Bildung phraseologischer Einheiten mit der Bedeutung "Wahrheit" beitragen. Diese Ereignisse können die Art und Weise prägen, wie die Menschen über Wahrheit denken und sprechen, und dies kann sich in der verwendeten Sprache widerspiegeln.

Im Deutschen verwenden viele phraseologische Einheiten mit der Bedeutung "Wahrheit" das Wort "Wahrheit", das im ukrainischen "правда" bedeutet. Zum Beispiel: *Die Wahrheit sagen* ("Правду кажучи"); *Die Wahrheit ans Licht bringen* ("Якщо виносити правду на світло"); *In Wahrheit* ("По правді, насправді").

Die Struktur und Grammatik der deutschen Sprache haben auch die Bildung von phraseologischen Einheiten mit der Bedeutung "Wahrheit" beeinflusst. Die Entwicklung dieser phraseologischen Einheiten lässt sich bis zu den frühesten Aufzeichnungen der deutschen Sprache zurückverfolgen, darunter Althochdeutsch, Mittelhochdeutsch und Frühneuhochdeutsch.

Zum Beispiel verwenden viele deutsche phraseologische Einheiten mit der Bedeutung "Wahrheit" das Wort "Wahrheit", das ein Substantiv ist, das durch Adjektive modifiziert und in verschiedenen grammatikalischen Konstruktionen verwendet werden kann. Die Semantik und die Syntax der deutschen Sprache können bei der Bildung von phraseologischen Einheiten eine Rolle spielen. Bestimmte grammatikalische Strukturen und Wortkombinationen können sich für den Ausdruck bestimmter Bedeutungen eignen, wie z. B. "Wahrheit".

Literatur und Medien können eine wichtige Rolle bei der Bildung und Popularisierung phraseologischer Einheiten spielen. Insbesondere die deutsche Literatur hat eine reiche Tradition in der Erforschung von Konzepten wie Wahrheit, und dies könnte zur Entwicklung verwandter phraseologischer Einheiten beigetragen haben.

Der Prozess der Erstellung neuer Formulierungen kann Monate oder Jahrzehnte dauern. Es gibt einige klare Schritte bei der Erstellung:

Identifizierung einer gemeinsamen Idee oder eines gemeinsamen Konzepts im Zusammenhang mit der Wahrheit: Eine gemeinsame Idee im Zusammenhang mit der Wahrheit ist die Bedeutung von Ehrlichkeit und Integrität. Ein Beispiel für einen Phraseologismus, der diesen Gedanken zum Ausdruck bringt, ist *“Ehrlich währt am längsten”*.

Auswahl der geeigneten sprachlichen Elemente: In diesem Fall wird das Wort *“ehrllich”* verwendet, um die Idee der Wahrheit auszudrücken. Es wird mit der Formulierung *“währt am längsten”* kombiniert, um einen einprägsamen und wirkungsvollen Ausdruck zu schaffen.

Aufbau des Phraseologismus: Der Phraseologismus *“Ehrlich währt am längsten”* wird durch die Kombination der ausgewählten sprachlichen Elemente in einer grammatikalisch korrekten und sinnvollen Weise gebildet. In diesem Fall folgt die Phrase einem in deutschen Phraseologismen üblichen Muster, bei dem der erste Teil des Ausdrucks den zweiten Teil modifiziert oder qualifiziert.

Testen und Verfeinern des Phraseologismus: Der Phraseologismus *“Ehrlich währt am längsten”* wird im Deutschen seit Jahrhunderten verwendet und ist ein bekannter und weit verbreiteter Ausdruck geworden. Sie wurde im Laufe der Zeit verfeinert, um ihre Wirksamkeit und Wirkung zu gewährleisten.

Insgesamt spiegeln die deutschen phraseologischen Einheiten mit der Bedeutung *“Wahrheit”* die verschiedenen kulturellen, historischen und sprachlichen Einflüsse wider, die die deutsche Sprache und die Art und Weise, wie ihre Sprecher über Wahrheit denken und sie ausdrücken, geprägt haben. Schließlich ist die Bildung und Verwendung von phraseologischen Einheiten mit der Bedeutung *“Wahrheit”* in der deutschen Sprache ein interessantes und komplexes Thema, das den kulturellen und sprachlichen Reichtum der deutschsprachigen Welt widerspiegelt.

## LITERATUR

- Burger, H. & Stefanowitsch, A. (2013). *Handbuch Phraseologie*. Walter de Gruyter GmbH.
- Mieder, W. (1997). *Dictionary of Phraseology*. Greenwood Press.
- Möller-Hartmann, S. (2004). *German Idiomatics: The German Idioms in Context*. Internationaler Verlag der Wissenschaften.
- Quasthoff, U. (2007). *Phraseology: an introduction using German as an example*. Walter de Gruyter GmbH.
- Schlabinger, I. (2004). *German – English – French idioms*. Internationaler Verlag der Wissenschaften.



## LOS FACTORES LINGÜÍSTICOS Y EXTRALINGÜÍSTICOS EN LA FORMACIÓN DE LA AMBIGÜEDAD POLISÉMICA EN EL ASPECTO LÉXICO

**Pavliuk A. V.**

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

**Sudorzhenko G. P.**

*Candidata a doctora en Filología*

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

**El propósito** del estudio es determinar qué factores en el idioma y fuera de él afectan la aparición y existencia de ambigüedad polisémica en el aspecto léxico.

**La relevancia** del trabajo radica en la importancia de comprender para traductores y hablantes qué constituye la ambigüedad polisémica y cómo se logra para comprender mejor el idioma en general y en un contexto determinado.

Todas las lenguas contienen el concepto de ambigüedad. Esto se considera un axioma lingüístico. Esto es bastante sencillo de explicar, porque la ambigüedad se deriva del fenómeno de la polisemia, conocido en todas las lenguas. El significado múltiple es un término que describe la capacidad de una unidad léxica para denotar dos o más conceptos, fenómenos, etc.

Cabe señalar que el fenómeno de la polisemia surgió hace mucho tiempo, ya que incluso Aristóteles habló de él en su tratado “Refutaciones sofísticas”: “los nombres y el número de enunciados son finitos, mientras que las cosas son infinitas, por lo que es necesario que un mismo enunciado y un mismo nombre signifiquen varias cosas” (García Yebra, 1994).

La polisemia, y por tanto la ambigüedad, existe a tres niveles: léxico, morfología y sintaxis. Por eso, uno de los retos más serios para los traductores es ser capaces de correlacionar estos tres niveles de ambigüedad y traducir con todas las peculiaridades y surilezas del contexto. Por lo tanto, para realizar una traducción correcta, es necesario elegir el equivalente que mejor se adapte a la situación lingüística. En otras palabras, no sólo es importante guiarse por la traducción precisa de un lexema, sino también comprender la variabilidad de este lexema, dónde y en qué contexto puede utilizarse (Muñoz Núñez, 1999).

Por regla general, el contexto o la situación extralingüística indican la traducción correcta de una palabra o frase. Por supuesto, todo fenómeno lingüístico tiene su propia causa, es decir, algo que contribuye a la aparición de este fenómeno. La polisemia no es una excepción. Según nuestra opinión, los factores lingüísticos y extralingüísticos más relevantes en la formación de la ambigüedad polisémica en cuanto al aspecto léxico pueden ser siguientes.

Primero, la aparición de nuevos fenómenos, objetos que necesitan ser nombrados lleva a que una palabra existente empieza a referirse a algo nuevo y se convierte así en polisémica. En nuestra opinión, este fenómeno puede dominarse la evolución de la palabra a través del proceso evolutivo del desarrollo del mundo. Por ejemplo, la palabra “*estilete*” se utiliza para designar *una daga, una hoja* desde hace mucho tiempo. Sin embargo, la popularización de la industria de la

belleza en el siglo XXI ha propiciado la aparición de varios tipos de manicura y, como resultado, uno de los tipos de manicura con uñas puntiagudas se denomina “estilete”. Otro ejemplo, la palabra “pipa”, que significa *tubo*, también es bastante antigua, pero “pipa” en el sentido de pantalones no empezó a utilizarse hasta la década de 1990. Cuando surgió un nuevo estilo de pantalones, la palabra “pipa” recibió otro nuevo significado y se convirtió en polisémica.

Segundo, un lexema también puede ser polisémico en función del ámbito en el que se utilice, es decir, cuando la palabra tiene diferentes significados especializados. Aquí hay muchos ejemplos: “naranja”, que significa a la vez *fruto* y *color*, “gemelo” significa *personas idénticas en apariencia* o *músculo que sirve para flexionar (extender) el talón*, “pico” significa *vértice, ángulo, capacidad de expresarse con gracia y elegancia*.

Tercero, una palabra se considera polisémica si se utiliza en fenómenos lingüísticos estilísticos como la metáfora o la metonimia, en los que la palabra adquiere un nuevo significado figurado.

En este contexto, “*La flor de la vida*” significa *juventud*, aunque el significado primario de la palabra sea flor. “*Déjame probar la miel de tus labios*” – la miel, además de su significado literal de miel, en este contexto significa *probar*. “*Me dio un Cartier*” – Cartier es ante todo una fábrica de joyas, pero en este contexto, por supuesto, no se trata de fábrica, sino sólo de las joyas que esta fábrica ha producido.

Por último, pero no menos importante, recibe la influencia del significado extranjero, o lo que algunos llaman *calcos*, cuando el significado de una palabra procede de otra lengua y coexiste con el significado que ya existe en esa lengua. Por ejemplo, debido a la interferencia lingüística y cultural del inglés, la palabra “*romance*” se interpreta a menudo no como era originalmente en español “*romance*”, sino como *una relación romántica* – “*roman*”.

Un hecho interesante es la preocupación de algunos lingüistas, especialmente chilenos, por el peligro de la polisemia. Se trata del riesgo de que la polisemia pueda provocar un caos en la percepción semántica de una palabra. Sin embargo, en mi opinión, el fenómeno de la polisemia existe desde hace mucho tiempo y si esta amenaza fuera real, ya se habrían producido malentendidos polisémicos (Zhang, 2019).

Cabe señalar que los factores que forman la ambigüedad polisémica en el aspecto léxico pueden ser muy diversos y esto demuestra que el lenguaje se desarrolla no solo internamente, sino también en interacción con estímulos externos.

## REFERENCIAS

- García Yebra, V. (1994). *Problemas de la traducción literaria*. Universidad Del País Vasco Euskal Herriko
- Muñoz Núñez, M. D. (1999). *La polisemia léxica*. Universidad de Cádiz.
- Zhang, N. (2019). *La polisemia léxica en la adquisición del vocabulario (ELE)*. Universidad Complutense de Madrid.

**FREMSPRACHIGE SUFFIXE DER MODERNEN  
DEUTSCHEN SPRACHE (-ADE, -ALIEN, -ANT (-ENT), -EUR, -IE):  
LEXIKALISCH-SEMANTISCHER UND FUNKTIONALER ASPEKTE**

**Petrenko D. V.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Khodakowska N. H.**

*Habilitierte Doktorin, Dozentin*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Das Studium fremder Suffixe in der deutschen Sprache ist aus mehreren Gründen relevant. Erstens hilft das Studium dieser Suffixe, den Ursprung und die Bedeutung vieler Wörter in der deutschen Sprache zu verstehen, was die lexikalischen Kenntnisse der Schüler erhöht und ihre Kommunikation mit Muttersprachlern erleichtert.

Zweitens hilft das Studium von Fremdsprachensuffixen den Schülern, die Regeln der Wortbildung in der deutschen Sprache zu verstehen und zu lernen, was für ihre Entwicklung als Linguistinnen und Linguisten wichtig ist.

Drittens hilft das Studium ausländischer Suffixe den Schülern, ihre Lese- und Schreibfähigkeiten auf Deutsch zu entwickeln, da viele Wörterbücher und Texte Wörter mit ausländischen Suffixen enthalten (Paul, 1957).

Ziel des Studiums ausländischer Suffixe im Deutschen ist es, die Studierenden zu befähigen, diese Suffixe schriftlich und mündlich zu verstehen und anzuwenden. Das Erlernen dieser Suffixe hilft den Schülern, ihren Wortschatz zu erweitern, ihr lexikalisches Wissen zu entwickeln und ihre Sprechfähigkeiten auf Deutsch zu verbessern (Kühnhold, 1978).

Das Neue an der Erforschung ausländischer Suffixe in der Germanistik ist der Einsatz moderner Forschungsmethoden, die eine tiefere Analyse der lexikalisch-semantischen und funktionalen Aspekte dieser Suffixe ermöglichen.

Eine Möglichkeit, fremde Suffixe zu lernen, besteht darin, Vokabelmaterial zu sammeln und zu analysieren. Wissenschaftler sammeln Wörter mit fremden Suffixen aus verschiedenen Quellen, wie Wörterbüchern, Texten, Sprachkorpora, und führen ihre Analyse durch, um ihre lexikalisch-semantischen und funktionalen Merkmale herauszufinden.

Ein weiterer Ansatz zum Studium ausländischer Suffixe besteht darin, sie mit ähnlichen Suffixen in anderen Sprachen zu vergleichen. Dieser Ansatz hilft, die gemeinsamen und charakteristischen Merkmale von Suffixen in verschiedenen Sprachen zu verstehen, was nützlich sein kann, um den Wortschatz zu bereichern und die Übersetzungsfähigkeiten zu verbessern.

Weitere Methoden der Erforschung fremder Suffixe in der Germanistik sind die Analyse von Wortbildungsprozessen, das Studium der Geschichte und Etymologie von Suffixen, die Analyse ihrer Verwendung in verschiedenen Textgattungen und unterschiedlichen Sprachstilen (Lohde, 2006).

Zusammenfassend ist die Erforschung ausländischer Suffixe in der Germanistik ein komplexer und vielschichtiger Prozess, der die Anwendung verschiedener Forschungs- und Analysemethoden beinhaltet.

## LITERATUR

- Kühnhold, I. (1978). *Deutsche Wortbildung. Typen und Tendenzen in der Gegenwartssprache*. Düsseldorf, Pädagogischer Verlag Schwann.
- Lohde, M. (2006). *Wortbildung des modernen Deutschen. Ein Lehr- und Übungsbuch*. Tübingen. Gunter Narr Verlag.
- Paul, H. (1957). *Deutsche Grammatik*. Bd. V. Wortbildungslehre. 3. Aufl. Halle (Saale).

## YA FANTASY: ORIGINS AND FEATURES OF THE GENRE

**Pikhulia O. V.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Rykova H. S.**

*PhD, Associated Professor,*

*Kyiv National Linguistic University*

Fantasy is an important genre for both human development and modern literary process, allowing us to explore real-world issues without constraints and provide diverse viewpoints from a wide variety of characters. By examining what things are represented in fantasy stories of a certain period, we can deduce what things were important for the generation.

The young adult fiction is aimed at teenagers aged 12 to 18 years (Blakemore, n. d.). In most cases, the story is also told through the point of view of a teenager.

Different YA subgenres lack unifying features, making it difficult to discuss them as one subject. To do so, we must focus on one specific subset, YA fantasy.

Books that addressed specifically young adults have been around since the 1930s. The Little House series by Laura Ingalls Wilder was the first book with young adults as its target audience, but *The Outsiders* by S. E. Hinton was the first novel that could be considered truly young adult. The following few decades saw the rise of a few popular young adult novels, but the genre was largely obscure to general audience. Most of these books dealt with real-world issues and did not contain any fantastical elements.

*Harry Potter* series revolutionized the market 30 years later. The first book of the series, *Harry Potter and Philosopher's Stone*, is a middle-grade novel. The themes, narration and style grow with the characters, and the second half of the series can be considered an example of young adult fiction. The phenomenal popularity of Harry Potter skyrocketed YA into the public eye. Book publishers followed the trend, pushing novels that would receive the same kind of response. Next big hits were *Twilight* series by Stephenie Meyer and *The Hunger Games* by Suzanne Collins. Young adult has become the second-largest category (Barber,

2011) due to the aging audience (Peterson, 2014) and the rise of social media communities (Wolfe, 2022).

There are a few key differences between the adult fantasy and the YA fantasy.

Firstly, the narrative distance between the protagonist and the reader is much closer in young adult literature. The YA stories are often told from the first-person or third-person limited POV.

Very close narrative distance leads to other peculiarities of the genre: faster pacing and, consequently, less time for character introspection.

A prominent feature of the YA stories are high emotional stakes. YA books are known to be emotional, often bordering on melodramatic, because the teenage protagonists view and react to the world more sharply than adults. Establishing an emotional framework is key to the story, and relationships between the characters are more dramatized. Romantic relationships and relationships with parents are also central to the story.

Young adult stories focus on coming-of-age themes such as self-identity, individuality, and exploring the liminality of this period in life (Risku, 2017). These themes can be broken down into seventeen main themes: friendship, getting into trouble, romantic and sexual interest, and family life (Wells, 2003). YA stories provide commentary on real-life issues and problems, but in ways that are easier to digest and comprehend.

Setting is the primary differentiator between different YA sub-genres, and it has some distinct features of its own. It is less expansive, and the nuances are only explained when they come into direct contact with the story.

YA books tend to have lower word counts (45,000 – 95,000 words), but series are often created to capitalize on stories and develop a broader storyline.

In conclusion, young adult literature is a unique genre of literature that straddles the line between the world of adults and children. It deals with first-time experiences of teenagers, such as first love, first venture into the big scary world, and discovering oneself and one's position in the world. It is appealing to broad categories of readers due to its easy-to-digest approach to these topics and intensification of real-world problems.

## REFERENCES:

Barber, J. (2011, July 16). How Harry Potter rewrote the book on reading. The Globe and Mail.

<https://www.theglobeandmail.com/arts/books-and-media/how-harry-potter-rewrote-the-book-on-reading/article587241/>

Blakemore, E. (n. d.). A brief history of young adult fiction - JSTOR daily. JSTOR Daily. <https://daily.jstor.org/history-of-young-adult-fiction/>

Grady, C. (2017, June 26). The Outsiders reinvented young adult fiction. Harry Potter made it inescapable. Vox.

<https://www.vox.com/culture/2017/6/26/15841216/outsiders-harry-potter-ya-young-adult-se-hinton-jk-rowling>

Peterson, V. (2014, July 30). Young adult book market facts and figures. LiveAbout. <https://www.liveabout.com/the-young-adult-book-market-2799954>

- Risku, J. (2017). “We are all adolescents now”. The problematics of categorizing young adult fiction as a genre [Pro gradu thesis, University of Tampere]. <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/101928>
- Wells, A. D. (2003). Themes found in young adult literature: A comparative study between 1980 and 2000 [Masters paper, University of North Carolina]. <https://doi.org/10.17615/fw29-tj52>
- Wolfe, E. (2022, October 11). The narrative of BookTok. The Michigan Daily. <https://www.michigandaily.com/statement/the-narrative-of-booktok/>

## **PRAGMA-STYLISTIC PERSPECTIVE ON FILM CHARACTER ANALYSIS**

**Pliiev H. D.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Izotova N. P.**

*Doctor of Philological Sciences, Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

Leo Hickey (1993) defines the term pragmatic-stylistics as stylistics but with a pragmatic aspect added to it (p. 578). Thus, in pragmatic-stylistic approach to the analysis of a certain text one gives, special attention is paid to why certain word has been used.

Let's consider an example from the 2022 series “*The Terminal List*”:

Liz: *But I have no appetite for cutting civilians because they picked the wrong time for a Sunday stroll. That is not who we're fighting. I need to hear you say it. Do you copy me?*

Reece: *I copy you.*

The protagonist of the series, James Reece, is a Lieutenant Commander of a Navy SEALs platoon. He often uses the word *copy* in everyday life. In military slang *to copy* means to receive and understand information, similar to *affirmative* or *roger* (Bowyer, 2007, p. 59). In the excerpt, Liz uses his military word to draw his attention to what she says. She could have used “do you understand me?” or “you got that?”, yet these alternatives would not produce the same effect.

Sarah Kozloff (2000) states that understanding of movies is very much influenced by what characters say (p. 267). The film dialogue is defined as a verbal text performed by actors and integrated with other thematic elements (Kozloff, 2000).

Pragmatically, functions of dialogue in a film fall into two groups. The first group is defined as fundamental because it is involved in the communication of the narrative: 1) anchorage of the diegesis and characters; 2) communication of narrative causality; 3) enactment of narrative events; 4) character revelation; 5) adherence to the code of realism; 6) control of viewer evaluation and emotions (ibid.).

The second group involves functions that go beyond narrative communication and occupies with aesthetic effect, ideological persuasion, and commercial appeal: 7) exploitation of the resources of language; 8) thematic messages / authorial commentary / allegory; 9) opportunities for “star turns” (ibid.).

Linguistic studies of TV dialogue functions focus primarily on three key trends: characterization, realism and humour (Bednarek, 2017, p. 144–149).

The analysis of televisual characterization is engaged in how dialogue creates characters and relationships between them. This includes the construction of social types and personae, the traits and stances of characters, and their personality (Bednarek, 2017). The study of 'realism' is the extent to which televisual dialogue is 'realistic' or 'naturalistic'. This includes analysis of 'orality' – the extent to which oral features typical of face-to-face communication appear in TV dialogue (ibid.). The investigation of humour in TV dialogue concerns the ways the language can be used or manipulated to create humour (ibid.).

Fabio Rossi (2011) states that film dialogues cannot be considered a faithful reproduction of real life exchanges. Even when dealing with realistic films in terms of the context they represent, language varieties and acting style, there are some aspects that always reveal the scripted form of a film language (p. 21–22).

In pragmatic-stylistics the choice of certain words and constructions within the dialogue is seen as determined by the needed effect. Stylistics studies difference between texts that might convey the same information in terms of their linguistic structure (Hickey, 1993). Pragmatics is interested not in the language itself but in how people use it, in its users and uses (Hickey, 1993). Thus, pragmatics is the study of context, and how context shapes meaning and contributes to meaning.

In pragmatics, context plays a crucial role in the process of analysis. As “context is not just one possible world-state, but at least a sequence of world-states. Moreover, these situations do not remain identical in time, but change” (Illes, 2001).

Pragmatic-stylistic analysis includes both linguistic and extralinguistic context. Extralinguistic factors, such as speaker's background, are essential for the study as it is impossible to carry out the full meaning of what is being said by stripping and excluding the contexts of utterances (Rahardi, 2019).

Pragmatic-stylistic view on movie characters differs from the one of literature in the way that movie possesses more extralinguistic factors. It means that context is manifested not through the words but rather via signs and images shown on the screen. The pragmatic-stylistic approach in the analysis of modern cinema characters aims to show how movie-directors and screenwriters create characters.

A deeply-written character reflects certain background, situation and environment when conducting a communication act. Pragmatic-stylistics dissects the set of circumstances given within a movie to learn why certain character uses specific lexis, what determined character's stock of words, and what kind of effect they produce upon their interlocutor.

## REFERENCES

- Bednarek, M., Piazza, R., & Rossi, F. (2011). *Telecinematic Discourse*. John Benjamins Publishing Company. Amsterdam / Philadelphia.
- Bowyer, R. (2007). *Dictionary of Military Terms*. A & C Black. London.
- Hickey, L. (1993). *Stylistics, Pragmatics and Pragmastylistics*. *Revue belge de Philologie et d'Histoire*, 573–586.



- Illes, E. (2001). *The Definition of Context and its Implications for Language Teaching*. University of London.
- Kozloff, S. (2000). *Overhearing Film Dialogue*. University of California Press. Berkeley, Los Angeles, & London.
- Miriam, A. L., & Andreas, H. J., (2017). *Pragmatics of Fiction*. Walter de Gruyter. Berlin / Boston.
- Rahardi, R. K. (2019). *Extralinguistic Context Roles in Determining Meanings of Javanese Phatic Expression 'Mboten': a Sociopragmatic Perspective*. Sanata harma University.

## **ÜBERSETZUNG DER MITTEL DER BILDKRAFT INS UKRAINISCHE IM ROMAN "TINKO" VON ERWIN STRITTMATTER**

**Polischchuk V. B.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Kulyk N. D.**

*Doktorin, Dozentin*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Die Aktualität dieses Themas besteht darin, dass man die Verwendung der Mittel der Bildkraft sehr oft in der Literatur betrachten kann. Unter diesem Begriff versteht man eine Wortwahl, die verschiedene Geschmacks-, Gesichts-, Gehörs-, Geruchs- und Tastenempfindungen hervorrufen kann. Diese Mittel werden verwendet, um eine Wirkung zu schaffen, dass einige Erscheinungen und Gegenstände sehr lebendig in unserem Bewusstsein reproduziert werden können. Im Großen und Ganzen kann man sagen, dass sie dazu tragen, dass einige Informationen sehr detailliert und konkretisiert beschrieben werden.

Mit den Mitteln der Bildkraft sind solche zwei Begriffe wie Bildlichkeit und Bildhaftigkeit verbunden. Was Bildlichkeit betrifft, erwächst sie aus der lexikalischen Struktur von Wörtern aufgrund ihrer direkten Bedeutung. Das ist eine anschaulich – sinnfällige Darstellung einer Erscheinung. Dazu gehört die Verwendung von den Wörtern, die eine verschiedene Stilfärbung haben. Diese Wörter können auch aus verschiedenen thematischen oder synonymischen Reihen stammen. Unter dem Begriff Bildhaftigkeit versteht man ein Ergebnis des Treffens zweier Begriffe aus verschiedenen Begriffssphären. Das ist ein Werden einer neuen begrifflichen Qualität durch Nebeneinanderstellung dieser Begriffe. Diese Erscheinung entsteht aufgrund syntagmatisch bedingter Bedeutungsübertragung.

Diese Mittel werden oft verwendet, um den Inhalt des Textes hervorzuheben, eine Erscheinung oder einen Gegenstand anschaulicher zu machen und besonders eine Spannung in der Literatur bei dem Lesen zu schaffen. Sie dienen dazu, dem Leser den Text oder ein Gedicht interessant und bemerkenswert zu machen. Die Mittel der Bildkraft sind sehr wichtig in der Literatur und werden häufig von den vielen Schriftstellern erschaffen. Der Roman "Tinko" von Erwin Strittmatter ist

ein gutes Beispiel, das die Verwendung dieser Mittel demonstriert. Im Roman geht es um die Besonderheiten des Dorflebens wider und hat eine gewisse historische Botschaft.

Der Vergleich ist ein wichtiges Stilmittel, das zwei Wörter aus verschiedenen Begriffsbezirken verbindet. Er dient dazu, verschiedene bildhafte Assoziationen hervorzurufen. In diesem Fall werden neue Vorstellungen geschaffen. Man tritt auch in diesem Text einige Vergleiche, zum Beispiel: *“als ob er den Gang der Welt zurückzwingen könne”*. In diesem Fall ist er ein wichtiges Ausdrucksmittel. Das ist ein metaphorisch-hyperbolischer Vergleich, der auf uneigentliche Bedeutung basiert. Er wird emotional und subjektiv bewertend. Das ist auch ein erweiterter individueller Vergleich, der auf individuellen Gefühlsvorstellungen aufgebaut ist. Der Vergleich *“Es hat die halbr Nacht gearbeitet, als ob es ein junger Mann war”* wird als erweiterter individueller Vergleich beschrieben. Er ist ein rational präzisierender Vergleich, der eine rationale Aussageabsicht und eine direkte Bedeutung hat. Die Hauptaufgabe der Verwendung von diesem Vergleich besteht darin, Anschaulichkeit und Konkretheit der Äußerung zu verstärken. In diesem Fall steht subjektive Wertung im Vordergrund. Weitere Beispiele der Verwendung der Mittel der Bildhaftigkeit sind solche Vergleiche wie *“Das Rattern des Traktors ist stärker als sein Schimpfen”*, *“Er ist jetzt wieder jung wie damals, als er noch ein Mauer war”*, *“Ich zittere wie die Pferde”*. Die Sätze können mit Hilfe der direkten Übersetzung übersetzt werden. Man übersetzt sie wie *“Півночі працював, як молодий чоловік”*, *“Торохтіння трактора є сильнішим за його лайку”*, *“Він знову є таким самим молодим, як і тоді, коли він був стіною”*, *“Я тремчу немов коні”*. Man braucht nur Ersetzung für den Satz *“als ob er den Gang der Welt zurückzwingen könne”*. Der Satz wird wie *“наче він силою міг перевернути хід історії”*. Das bedeutet, dass die ukrainische Sprache dasselbe sprachliche Bild wie die deutsche Sprache in diesem Fall hat.

Der Roman *“Tinko”* von Erwin Strittmatter ist ein gutes Beispiel der schönen Literatur, das die Verwendung der Metaphern demonstriert. Metapher ist ein Mittel der Bildlichkeit. Metapher ist eine Übertragung der Namensbezeichnung von einem Gegenstand auf einen anderen. Zum Beispiel: *“Für einen Querkopf passt keine Tür”*. *“Der Querkopf”* wurde mit der Hilfe der Zusammensetzung gebildet. In diesem Fall bedeutet *“quer”* falsch und *“der Kopf”* bedeutet ein rundlicher Teil des Körpers. Man kann auch andere Beispiele wie *“Glückstein”*, *“Der Hunger rollt in meinem Bauch”*. Man übersetzt Sätze wie *“камінь, який приносить щастя”* und *“В мене буркотить в животі від голоду”*. Im ersten Fall wird Umschreibung oder Paraphrasierung verwendet. Unter diesem Begriff versteht man eine Verwendung des sprachlichen Bildes, das in der Ausgangssprache verwendet wird, durch einen nichtmetaphorischen Ausdruck in der Zielsprache. Diese linguistische Erscheinung heißt auch Entmetaphorisierung. Im zweiten Fall wird Ersetzung oder Substitution verwendet. Unter Ersetzung oder Substitution versteht man eine Verwendung der Metapher in der Zielsprache, die einen vergleichbaren Sinn und vergleichbare Assoziationen wie in der Ausgangssprache hat (Prunč, 2002).

Zusammenfassend bleibt die Übersetzung der Mittel der Bildkraft aktuell, weil viele Schriftsteller diese linguistische Erscheinung in den Texten nutzen. Bei der Übersetzung besteht die Hauptaufgabe darin, eine richtige Art der Übersetzung zu wählen, um eine Gesamtbedeutung zu übertragen. Der Roman von Erwin Strittmatter demonstriert verschiedene Besonderheiten der Verwendung der Mittel der Bildhaft und der Bildhaftigkeit, ihrer Interpretation. Der Text ist ein gutes Beispiel, um einige Arten der Übersetzung aus dem Deutschen ins Ukrainische betrachten zu können. Vergleiche und Metapher sind kennzeichnend für den ins Ukrainische übersetzten Roman “Tinko”.

### LITERATUR

- Штріттматтер, Е. (1979). *Тінко*. (Переклад Логвиненка О.). Веселка.  
Prunč, E. (2002). *Einführung in die Translationwissenschaft*. Graz.  
Strittmatter, E. (2004). *Tinko*. Aufbau TB.

## ETHICS IN BUSINESS COMMUNICATION

**Popova A. B.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Babash G. A.**

*Lecturer*

*Kyiv National Linguistic University*

Business communication is the process of mutual exchange of information, experience and knowledge between people within the workplace and outside a company. Its effectiveness ensures coherence of business processes, company development, improvement of company performance, problem-solving.

Business ethics refers to the factors of formation and manifestation in the business sphere of certain moral norms, patterns in relations between manufacturers and consumers, management of companies and stakeholders, employees and managers, traders and buyers.

Moreover, it plays an important role in building and maintaining a positive working environment. When a company builds a solid moral culture, representatives are more likely to be inspired and connected to the company, which will bring better results. A positive work environment will attract not only talented workers but also will improve the image of the company amongst customers. Any company that intends to be successful should prioritize ethical communication both inside the company and in its relationships with the public. Generally, people prefer to conduct business with firms they feel are ethical.

It is possible to distinguish the main ethical principles in business communication:

1. Honesty.
2. Respect.
3. Fairness.

4. Transparency.
5. Clarity.
6. Reliability.
7. Responsibility.
8. Empathy.
9. Consciousness.
10. Rationality.

The term “ethics” refers to the idea of truth and clarity. Therefore, honesty is a crucial aspect of every successful organization, as it establishes the tone for workplace culture, ensures consistency in workplace conduct, fosters customer loyalty. Respect for others is a core concept of business ethics. Every team member deserves to have a voice and be able to share thoughts and ideas in a supportive environment. Workplaces that foster individual respect can boost collaboration and teamwork among employees. Moreover, it is vital to have a sense of decorum and empathy. Everyone should have the same opportunities and be treated the same.

There are many ways in which companies convey their ethics. Businesses frequently have a code of conduct that determines employees’ moral obligations. There are some actions that companies do to uphold their ethical standards:

1. Data protection of customers.
2. Customer prioritization.
3. Customer Service Integrity.
4. Community outreach.
5. Have concerns for the environment.
6. Workplace diversity
7. Whistleblower Protection.
8. Reward Ethical Behavior.

Ethics in business communication is an integral component for businesses to thrive in the corporate environment. It ensures that businesses are responsible for their actions, transparent and honest in their dealings, and rational in every choice. Ethical communication is not only the ethical thing to do, but it also pays off. The business has a double incentive to pay attention to ethical communication since it stands to acquire both a great reputation and high-profit margins.

## REFERENCES

Business Ethics: Definition, Principles, Why They’re Important.

<https://www.investopedia.com/terms/b/business-ethics.asp#:~:text=Business%20ethics%20is%20an%20evolving,%2C%20transparency%2C%20and%20environmental%20concerns>

Do Ethics Really Matter To Today’s Consumers?

<https://www.forbes.com/sites/theyec/2019/08/20/do-ethics-really-matter-to-todays-consumers/?sh=6afbb40e2d0e>

Ethical Communication and Its Importance: A Simple Guide.

<https://www.lhlearning.com/importance-of-ethical-communication/>

## PRÄPOSITIONEN DER DEUTSCHEN SPRACHE: MORPHOLOGISCHE MERKMALE UND SYNTAKTISCHE FUNKTION

**Rachynska L. O.**

*Kyjiw Nationale Linguistische Universität*

**Krepel V. I.**

*Doktor der philologischen Wissenschaften*

*Kyjiw Nationale Linguistische Universität*

Präpositionen sind unveränderliche operative Wörter und werden verwendet, um Wörter in Sätzen zu verbinden. Sie klären und spezifizieren die Art der Beziehung zwischen Wörtern in einem Satz. Präpositionen werden normalerweise mit einem Substantiv, Pronomen oder Adverb verwendet. Sie geben an, in welchem Kasus Nomen und Nomenbegleiter stehen müssen. Bei vielen Präpositionen ist der zugehörige Kasus – Genitiv, Dativ oder Akkusativ – eindeutig festgelegt:

- Präpositionen, die den Genitiv verlangen sind: während, trotz, wegen, innerhalb, außerhalb;
- Präpositionen, die den Dativ verlangen sind: mit, bei, aus, nach, von, zu, ab, seit;
- Präpositionen die den Akkusativ verlangen sind: für, gegen, durch, um, bis, ohne.

Eine Präposition im Deutschen ist eine offizielle Wortart, die keine grammatikalischen Kategorien hat und kein Satzglied ist. Eine Präposition wird immer in Verbindung mit einem anderen Wort verwendet, dessen Fall sie normalerweise bestimmt. Präpositionen zeigen die Beziehung von Substantiven, Adjektiven, Verben, Pronomen und Zahlen zu anderen Wörtern in der Sprache an. Obwohl Präpositionen keine vollständigen Wörter sind, sind sie nicht völlig frei von lexikalischer Bedeutung. Je nach Verwendung der Präposition kommt es mehr oder weniger deutlich vor (Hall, 2001).

Präpositionen verbinden vollwertige Wörter oder Wortgruppen zu einer Einheit und sind ein Element der Präpositionalkonjunktion. Diese Konjunktionen beziehen sich auf andere Satzbestandteile. M. G. Arsenieva unterscheidet folgende Arten von Kombinationen: 1) zwischen einem Substantiv und einem Verb, z. B.: *an der Ecke warten*; 2) zwischen zwei Substantiven, z. B.: *die Hoffnung auf Genesung*; 3) zwischen einem Verb oder einem Substantiv und einem Adverb, z. B.: *nach rechts blicken, die Zeitung von gestern*.

Präpositionen stehen normalerweise vor einem Substantiv oder Pronomen. Die Präpositionen *entgegen*, *gegenüber*, *gemäß*, *nach*, *wegen* und *zuwider* können nach oder vor einem Substantiv oder Pronomen stehen, die Handhabung dieser Präpositionen ist in beiden Fällen gleich: dem Haus gegenüber = gegenüber dem Haus (Dreyer, 2001).

Artikel und Präposition können manchmal zu einem Wort zusammengefasst werden, z. B. *in das Theater* → *ins Theater*, *an dem Fenster* → *am Fenster*.

Dank ihrer lexikalischen Bedeutung spiegelt die Präposition eine bestimmte Art von syntaktischen Beziehungen zwischen den Satzgliedern wider. Dies können sein:

– Raumverhältnisse: an der Wand, aus Deutschland, bei Anna, innerhalb des Korbes, hinter der Kirche, neben einem Hotel, unter dem Stuhl, gegenüber der Post, entlang des Flusses;

– Zeitverhältnisse: am Tage – nachmittags, nach drei Wochen – in drei Wochen, innerhalb einer Stunde, während des ganzen Sommers, um zwölf Uhr, am kommenden Freitag;

– Kausalverhältnisse: dank dem Vater, trotz der starken Schmerzen, infolge des Unwetters – wegen schlechtem Wetter, vor Freude – aus Freuden;

– andere Beziehungen: Modalverhältnis, Art und Weise des Handelns (Modalverhältnis, Verhältnis der Art und Weise) mit seinen Kindern, mit Erfolg, zu Fuß, ohne Smartphone

Die meisten Präpositionen sind polysem. Um sie richtig ins Ukrainische zu übersetzen, ist es in einigen Fällen notwendig, die allgemeine Bedeutung des Satzes zu verstehen.

Präpositionen, die einen Zeitpunkt bezeichnen:

a) Beantworte die Frage wann? – an, bei, nach, vor, zu (mit Dativ); gegen, um (mit Akkusativ); b) Beantworte die Frage seit wann? – seit, von (mit Dativ); ab (mit Akkusativ oder Dativ).

Präpositionen für Zeitdauer:

a) Beantworte die Frage wie lange? – seit, unter (mit Dativ); bis, über, durch (mit Akkusativ); b) Beantworte die Frage wann? – dabei (mit Genitiv), bei, unter (mit Dativ) (Helbig, 2000).

## LITERATUR

Dreyer, H., & Schmitt, R. (2001). *Lehr- und Übungsbuch der deutschen Grammatik*. Ismaning: Verlag für Deutsch.

Helbig, G., & Buscha, J. (2000). *Übungsgrammatik Deutsch*. Berlin, Langenscheidt.

Hall, K., & Scheiner, B. (2001). *Übungsgrammatik für Fortgeschrittene*. Ismaning: Max Hueber Verlag.

## VERBALISATION OF THE CONCEPT OF LONELINESS IN BRITISH MUSIC OF THE 90S

**Rokita V. O.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Kyrychenko I. S.**

*CSc. (Candidate of Philology), Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

Being a crucial linguistic term, concept refers to an abstract idea or category, used to describe a specific language aspect. Concepts can be used to describe various things like sounds, words, grammar, meaning, discourse, and language use.

As a specific type, an artistic concept is intertwined with different genres of fictional texts, has an associative origin, is characterised by figurative means of conveying the message and the author's intention. As stated by prof. O. Vorobyova (2011), artistic concepts are multilevel creations that function as a source of emotional resonance in the perception of fictional texts.

Concepts acquire a certain status because they exist within the ideosphere determined by the writer's associations, which are an element of the artistic worldview, and appear as a hint at possible meanings, as a response to the human experience that formulates the author's understanding of objects and phenomena (Никонова, 2008).

An artistic concept emerges within a work of art but can exist beyond its boundaries because it reflects the subjective emotional experience of the author. In addition, as an element of culture it reveals the national worldview to which the writer belongs. Therefore, these concepts are attributed a special status that makes it impossible to model and analyze them with the same algorithms. According to V. Nikonova, the specificity of artistic concepts requires a new approach to their analysis, which would differ from merely linguistic-cognitive and linguistic-cultural approaches. Therefore, a comprehensive methodology for their study, which would combine traditional methods of stylistic, semiotic and other analyses of the artistic text, will be more effective (Никонова, 2011).

Accounting for a large range of linguistic features that serve to express emotion and evaluation, it can be assumed that feelings and judgments can be conveyed explicitly, through lexical items and grammatical structures, or implicitly, through ideational meanings (Schwarz-Friesel, 2015).

Music has always been a profound means for capturing emotional aspects. When it comes to a sense of melancholy and introspection, British rock takes the high ground. The states mentioned are often conveyed through slow, brooding melodies and sparse arrangements. Many songs dealt with themes of loneliness and isolation, with lyrics that spoke to the pain of being alone or feeling like an outsider. The most outstanding example of this trend was the band *Radiohead*, whose music often explored themes of solitude and disconnection. Being released in the 90s, the song "Fake Plastic Trees" spoke of the emptiness and futility of modern life:

*"But I can't help the feeling  
I could blow through the ceiling  
If I just turn and run  
And it wears me out".*

The conceptual metaphor LONELINESS IS ALIENATION in the excerpt above is manifested with the help of metaphorical expressions: "*I could blow through the ceiling*". The lyrical hero is unable to withstand the pressure and struggles to meet expectations. The slower pace of the songs reinforces the feelings of sorrow and emptiness, as if time itself is moving slowly and there is no one around to share the moment.

"Bitter Sweet Symphony", a song by the British rock band *The Verve*, exposes one's struggle for freedom and individuality in the face of pressure:



*“I’m here in my mold  
But I’m a million different people from one day to the next”.*

These lyrics feature the metaphor LONELINESS IS FRAGMENTATION. The state of struggling to find a sense of continuity and coherence in life, a common experience for those who feel disconnected from their true selves is brought to the fore.

Overall, the concept of loneliness in British rock music of the 90s was a complex and multifaceted phenomenon, with artists using their music to explore a range of emotions and experiences related to this theme. Most often loneliness is understood via a number of miscellaneous representations, such as isolation and disconnection.

## REFERENCES

- Воробйова, О. П. (2011). Концептологія в Україні: здобутки, проблеми, прорахунки. *Вісник КНЛУ. Сер. “Філологія”*, 14(2), 53–63.
- Ніконова, В. Г. (2008). *Трагедійна картина світу у поезиці Шекспіра*. ДУЕП.
- Ніконова, В. Г. (2011). Художній концепт: процедури реконструкції та моделювання (на матеріалі трагедій В. Шекспіра). *Вісник КНЛУ. Сер. “Філологія”*, 14(2), 113–122.
- Schwarz-Friesel, M. (2015). Language and Emotion. The Cognitive Linguistic Perspective. *Emotion in Language: Theory – Research – Application. Consciousness & Emotion Book Series*, 10, 157–174.

## LES PARTICULARITÉS LINGUISTIQUES DU TEXTE DE LA CHANSON FRANÇAISE

**Rozrutska I. I.**

*Université nationale linguistique de Kyiv*

**Sydelnykova L. V.**

*Docteure ès sciences philologiques, professeure HDR*

*Université nationale linguistique de Kyiv*

Une chanson est une forme d’art qui accompagne une personne de la naissance à la mort. Paroles et musique sont liées et font l’objet de réflexions et de recherches par des compositeurs, des écrivains, des poètes, des critiques littéraires et des linguistes. Cette recherche a pour but de mieux comprendre ces particularités linguistiques et d’apprécier l’art de la chanson française.

Le texte de la chanson est une partie indispensable de chaque personne. Selon l’éminent linguiste français et chercheur en chanson Louis-Jean Calvet (1981), les chansons bercent notre enfance, calment nos angoisses, elles nous accompagnent tout au long des étapes importantes de notre vie, heureuses ou malheureuses (p. 54). Nous n’oublions jamais ces chansons, même si nous ne nous souvenons que de quelques lignes de la chanson, ainsi que de la mélodie. La chanson est aussi un matériel linguistique et culturel inestimable dans l’apprentissage des

langues étrangères et dans les études complexes des particularités langagières. Il est capable de refléter les processus qui se déroulent dans la langue et la parole et d'influencer la culture de la parole des locuteurs, de contribuer à la formation de la compétence communicative de ceux qui étudient une langue étrangère à l'aide du fonds de chansons de l'un ou l'autre nation. Chaque chanson a ses propres caractéristiques uniques et une structure spéciale qui transmet l'idée de l'auteur et l'ambiance de la chanson.

Il est important de noter que la chanson française contemporaine joue également un rôle important dans l'étude de la langue. Le texte original de la chanson française intéresse principalement les linguistes qui étudient les particularités phonétiques, sémantiques, stylistiques de la langue française. Actuellement, la chanson est considérée comme un guide excellent et efficace pour apprendre et améliorer la langue parlée française moderne. Le candidat en sciences philologiques, le professeur agrégé Kozub Lyubov (2014) a étudié la question de la particularité de la chanson en tant que texte de petite forme (c. 193). Elle étudie des caractéristiques stylistiques linguistiques de la chanson en tant que texte de petite forme et est conditionnée par la direction de la recherche linguistique moderne pour approfondir le paradigme de recherche de la linguistique textuelle avec de nouvelles connaissances sur les mécanismes de systématisation des structures, fonctions et caractéristiques linguistiques du texte en général et de sa petite forme en particulier. L'auteur estime que la chanson française est un élément clé de la culture française. Elle est appréciée pour ses mélodies, ses rythmes et surtout pour ses textes. Le texte de la chanson utilise des dispositifs littéraires tels que le rythme, la rime, la répétition, l'imagerie, les métaphores, les allégories, etc. Ces outils contribuent à créer une réceptivité émotionnelle et esthétique. Les paroles de la chanson française sont souvent considérées comme poétiques, expressives et émouvantes. Le but de la recherche est d'étudier divers aspects qui distinguent le rôle du texte et ses caractéristiques.

La versification est un élément clé du texte de la chanson française. Elle est utilisée pour créer un rythme musical, une sonorité et une musicalité particulière. Lyrics sont souvent écrits en vers libres, mais elles peuvent également utiliser des formes poétiques plus structurées telles que les rimes, les assonances, les allitérations et les refrains. On a examiné les différentes formes de versification dans la chanson française et leur impact sur la structure et le sens des paroles.

Le texte d'une chanson est une forme d'œuvre littéraire qui possède des spécificités propres qui la distinguent des autres formes d'art littéraire. Bien que les paroles d'une chanson puissent prendre la forme d'une parole, d'une épopée ou d'un drame, son objectif principal est de transmettre une idée ou un sentiment à travers la musique. Les paroles des poèmes peuvent être structurées en couplets. Cela signifie qu'il peut être composé de couplets, de refrains, de ponts et d'autres parties répétées dans un certain ordre pour former une composition complète.

Étant donné que les chansons sont souvent créées pour être interprétées sur scène, les paroles peuvent contenir des mots nécessaires pour interpréter une partie musicale spécifique et non pour transmettre une certaine signification. Le texte de la chanson peut avoir différents styles selon le genre de musique et l'élévation

d'une humeur ou d'une idée particulière. Les paroles de la chanson sont connues pour leur expression émotionnelle et leur usage de la langue française de manière créative. Les paroles de la chanson française utilisent souvent des expressions idiomatiques, des figures de style et des métaphores pour communiquer des émotions et des sentiments complexes.

On peut souligner que la particularité d'une chanson est son caractère polymorphe, où la parole poétique, la forme sonore et les capacités vocales d'une personne sont combinées en une nouvelle forme d'art qui incarne un sens unique et particulier (Zumthor, 1983, p. 14). Par genre, les chansons sont divisées en historiques, folkloriques, révolutionnaires, patriotiques, lyriques, quotidiennes, etc. En conclusion, on peut constater que les particularités linguistiques du texte de la chanson française sont nombreuses et complexes. La versification et le choix des mots sont deux aspects clés qui rendent la chanson unique en son genre. Les caractéristiques linguistiques du texte de la chanson française sont nombreuses et complexes. La versification et le choix des mots sont deux aspects clés qui rendent la chanson française unique. Le texte de la chanson est un élément important dans le développement du langage.

## RÉFÉRENCES

Козуб, Л. С. (2014). *Лінгвістичні особливості англійської пісні як тексту малої форми*. Наукові записки Національного університету "Острозька Академія", Вип. 49, 193–195.

<https://eprints.oa.edu.ua/3296/1/Kozub.pdf>

Calvet, L.-J. (1981). *Chanson et société*. Payot.

Zumthor, P. (1983). *Introduction à la poésie orale*. Éditions du Seuil.

## NOMINATIVE FIELD OF ONYMS IN THE ENGLISH-LANGUAGE AUTHENTIC TEXT "SHREK 2" AND METHODS OF THEIR TRANSLATION INTO UKRAINIAN

**Rusnak A. P.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Cherkhava O. O.**

*Doctor of Sciences (Philology),  
Kyiv National Linguistic University*

Proper names are an integral part of any language and culture, that's why onomastic vocabulary can be found in any novels, short stories, movies and cartoons scripts etc. Moreover, proper names have always attracted the attention of researchers, namely their history of origin, meaning, connection with the history of society, with the surrounding nature. Proper names, or onyms, are words or phrases that denote individual objects. Proper names individualize named objects, distinguishing them from the class of the same type.

The translation of proper names is a peculiar and understudied lexical-grammatical category that can be studied in various aspects. But in order to start

working with the translation of proper names, the translator must first research the theory and science that studies them. When people hear the phrase “proper name”, they most often think of the names of people and geographical objects, but other names are also studied in onomastics. The variety and number of proper names makes their study a difficult and important task for learning about human society. In linguistics, there is a branch that studies proper names, the history of their origin and transformation as a result of long-term use in the source language or in connection with their borrowing from other languages, which is called onomastics.

The set of all proper names of a language constitutes its onomastic space. For example, the specificity of Ukrainian proper names is a variety of affectionate noun forms, a variety of word-forming devices, phonetic transformations of names characteristic only for the Ukrainian language.

Knowledge of onomastics is very important when studying and translating from English into Ukrainian.

Onyms play the significant role in any fictional work, so do they in modern cartoons scripts. This is one of the means that creates a fictional world. Names of characters or places very often hide certain information. In fiction, proper names can have a decisive meaning, since in each individual work or series of works they form a system inextricably linked with the plot of the story, and also perform special functions that help in creating a certain image. Proper names in a work of art primarily perform a stylistic function and participate in the creation of images. Since the target audience of cartoons and animated series is children under 12 years, the translation must be complete so that children do not have problems watching it. Based on this, the translator must choose a translation option that takes into account all the constituent works. Among the trends in the translation of cartoon series of the 1990s and early 2000s into Ukrainian, one can highlight the predominance of translation and/or adaptation of names and titles in the actions of the heroes. Spoken speech in modern animated film art is the richest source of a vivid and lively part of the English language.

Regarding the translation of onyms from the cartoon *Shrek 2* into Ukrainian, several main methods can be distinguished:

**1. Transcription** – “conveying the sound form of the word of the SL with the letters of the TL” (Карабан, 2004, p. 282). For example, “Shrek” can be transcribed as “Шрек”.

**2. Transliteration** - replicating the letters of the source language words with the help of the target language signs. For example, “Fiona” can be transliterated as “Фіона”.

**3. Loan translation**, which is reproducing by semantic calque, i. e. translating word-to-word. For example, “Donkey” can be translated as “Віслук”.

**4. Equivalent expression** – unit in the target language that conveys the same meaning as the source one. For example, “Kingdom of far, far away” can be translated as “Тридев’яте Царство”.

The problem of reproduction of onyms in a literary text was raised by almost every researcher of literary onomastics, however, even today there is no complete classification of the functions of onyms in a literary text, and this question is still open.

## REFERENCES

- Карабан, В. І. (2004). *Переклад англійської наукової і технічної літератури*. Нова книга.
- Кочерган, М. П. *Вступ до мовознавства* / М. П. Кочерган. Академія, 2005. – 368 с.
- Website: Shrek 2 script. (n.d.).  
[https://static1.squarespace.com/static/5d78f7aafa2a676e1fcddfe9/t/6089418ac7cd5137bf9322e3/1619607946872/Shrek\\_2.pdf](https://static1.squarespace.com/static/5d78f7aafa2a676e1fcddfe9/t/6089418ac7cd5137bf9322e3/1619607946872/Shrek_2.pdf)

## THE LINGUISTIC SURVEY OF NEW ZEALAND ENGLISH VS AUE

**Salygan D. I.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Vasylenko D. V.**

*Ph.D., Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

New Zealand English (NZE) is a southern hemisphere variety of English and arose during the nineteenth century, partially through input via Australia which may account for the many similarities between it and Australian English (AusE). (Hickey, 2014). Today the two countries still have much in common and have been called collectively “Australasia”, in linguistic terms AusE and NZE are seen as separate and independent varieties of English (Hay, Maclagan, & Gordon, 2008).

In comparison with Australia, there has been a stronger sense of the historical relationship with Britain, and a greater sympathy for British values and institutions. Many people speak with an accent which displays clear British influence. Secondly, there has been a growing sense of national identity, and in particular an emphasis on the differences between New Zealand and Australia. This has drawn attention to differences in the accents of the two countries, and motivated the use of distinctive New Zealand vocabulary. Moreover, there has been a fresh concern to take account of the rights and needs of the Maori people, who now form over 10 per cent of the population. This has resulted in an increased use of Maori words in New Zealand English (Crystal, 2003). NZE a little softer sounding and is said to be based on the accent of south-east England, where a lot of the first European settlers to New Zealand came from. NZE has the same 20-vowel phoneme system as British received pronunciation. In NZE short front vowels are raised considerably – even more than traditionally in Australian English – giving man [mɛn], men [mɪn], dish [dɪʃ]. The BATH vowel is central to front, that is it does not show the retraction typical of RP. The NURSE vowel is rounded and there is noticeable goose fronting (Hickey, 2014). The short-i of KIT is a central vowel not phonologically distinct from schwa /ə/, the vowel in unstressed “the”. Because of this difference in pronunciation, some New Zealanders claim that Australians say “feesh and cheeps” for fish

and chips while some Australians counter that New Zealanders say “fush and chips”(Hay, Maclagan, & Gordon, 2008). The short-e /ɛ/ of DRESS has moved to fill in the space left by /ɪ/, and it is phonetically in the region of [ɪ]. The short-a /æ/ of TRAP is approximately [ɛ]. NZE is non-rhotic. Jennifer Hay, Margaret Maclagan and Elizabeth Gordon (2008) note that New Zealanders do not sound the /r/ in car or car door, but car alarm is usually said as car-r-alarm /kɑ r əlɑm/ (p. 18). Sonorant /l/ is dark or velarised in all positions and is often vocalized, so “feel” is pronounced “fee-u”. Kiwis often speak with a rising tone at the end of a sentence making it sound like they are asking a question.

Australia is a close neighbour of New Zealand and there is a large shared vocabulary with Australia, most of which began life in Australia and quickly moved across the Tasman. Words like *dinkum* (meaning genuine, true, first-rate), *skite* (meaning to boast or brag), *bushed* (lost or bewildered), are heard in both countries and have been described as “Australasianisms” (David Blair, Peter Collins, 2001). The following table reveals word-choice difference in NZE, RP, AusE.

Table 1

RP NZE AusE Word Choice

British English	New Zealand English	Australian English
cool box	chilly bin	esky
gum	chuddy	chewy
corner	dairy	milk bar
flip flops	jandals	thongs
no worries mate	no worries cuz	no wuckas mate
hiking	tramping	bush walking
I’m knackered	I’m stuffed	I’m cactus

NZE has gained many loanwords from Māori, mainly the names of birds, plants, fishes and places. For example, kiwi the kiwi, national bird the national bird, takes its name from *te reo*. “Kia ora” (literally “be healthy”) is a widely adopted greeting of Māori origin, with the intended meaning of “hello”. It can also mean “thank you”, or signify agreement with a speaker at a meeting. The Māori greetings *tēnā koe* (to one person), *tēnā kōrua* (to two people) or *tēnā koutou* (to three or more people) are also widely used, as are farewells such as *haere rā*. The

Māori phrase *kia kaha*, “be strong”, is frequently encountered as an indication of moral support for someone starting a stressful undertaking or otherwise in a difficult situation. Many other words such as *whānau* (meaning “family”) and *kai* (meaning “food”) are also widely understood and used by New Zealanders. The Māori phrase *Ka kite ano* means ‘until I see you again’ is quite commonly used. ([https://en.wikipedia.org/wiki/M%C4%81ori\\_language#Influence\\_on\\_New\\_Zealand\\_English](https://en.wikipedia.org/wiki/M%C4%81ori_language#Influence_on_New_Zealand_English))

## REFERENCES

- Blair, D. & Collins, P. (2001). *English in Australia*.
- Crystal, D. (2003). *English as a global language*. Second edition. Cambridge University Press
- Hay, J., Maclagan, M. & Gordon, E. (2008). *Dialects of English. New Zealand English*.
- Hickey, R.(2014 ). *A dictionary of varieties of English*. First Edition. Wiley Blackwell.  
[https://en.wikipedia.org/wiki/M%C4%81ori\\_language#Influence\\_on\\_New\\_Zealand\\_English](https://en.wikipedia.org/wiki/M%C4%81ori_language#Influence_on_New_Zealand_English)

## HISTORICALLY MARKED VOCABULARY AS AN OBJECT OF TRANSLATION

**Samorodna V. V.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Meleshkevych L. M.**

*Ph.D. (Philology), Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

Historically marked vocabulary is used to create a chronotope and performs a function of epoch marking. It covers historicisms and archaisms, which in turn are subdivided into archaic and obsolete words (Білоує et al., 2021). The translation of historicisms is impossible without analyzing their semantics, which should be tried to reproduce as completely as possible, taking into account their belonging to a certain thematic group and understanding the connotations that appear in the imagination of the speaker and must be qualified due to the specificity of this group.

Analytical approach should be applied to the study of historically marked vocabulary, according to which the specificity of the reproduction of historicisms in translation regarding the parameters of the accuracy of historical information and including the time component and associations, correlates with the factor of belonging to a certain thematic group.

The need to convey all the features and subtleties of the historically marked vocabulary is satisfied through using various stylistic resources of the archaic vocabulary in the source language, and it also requires the widest range of translation techniques in the target language.



Presentation of historical stylization in the translation of fiction is regulated by the language means that comprise text time markers. Such means primarily include words with a low frequency of use, often unfamiliar to the reader, words that contain informative historical connotations, describe specifics of the epoch and construct a certain historic image. They make it possible to create a peculiar stylistic effect of the contrast between historically marked vocabulary of the language and speech standards of the new time. This is the linguistic specificity of the translation that correlates with the extralingual specificity of events, ideas, realities, emotions of the distant past.

The use of historically marked lexical units by the author of a chronologically distant original text requires functional compensation in the process of translation into the target language, and this factor becomes the main criterion for choosing the translation techniques.

When the time of creating the original text and the time of the translation are considerably distanced, certain linguistic features, such as morphological and syntactic ones, do not correspond to the norms of a modern language, and they may cause incomplete or inadequate perception of the original text by the translator or distortion of its content, meaning and stylistic features in the process of translation. Therefore, the historic awareness of the translator of a chronologically distant fictional work is a mandatory component of translation competence.

To reproduce historically marked linguistic context in the process of translation, various methods and techniques are used, which became the result of many centuries of language contacts and which led to the accumulation of knowledge about lexical and grammatical correspondences. In general, it can be concluded that when translating historically marked vocabulary, different types of transformations are used, they help to adequately reproduce the text in the target language without semantic distortions, preserve the national and historical flavor, make a pragmatic and aesthetic impact on the recipient.

Andrienko (2017) mentions that temporal distance, either objectively existing or artificially simulated by the author, creates a translation problem which may be solved by working out and implementing a translation strategy.

In the general sense of the word, the term transformation, applied to the translation process, means the transformation of the formal components of the source text unit while preserving the information embedded in the message intended for the final recipient (Кальниченко, 2020; Коптілов, 2003).

Depending on the nature of the linguistic units of the source language, transformations can be divided into lexical, grammatical and lexical-grammatical.

Lexical transformations in the process of translating historically marked vocabulary include the following major types:

- Practical transcription and transliteration;
- Specification, generalization, modulation.

Grammatical transformations, including morphological and syntactic ones, consist of:

- Syntactic assimilation (literal translation);

- Sentence structure reorganization;
- Combining sentences;
- Grammatical substitutions.

The goal of the translator is to preserve semantic, stylistic and pragmatic features of the linguistic units with the help of the language counterparts. When using transformations, the translator should take into account the lexical and grammatical norms of the language into which the translation is carried out, as well as the cultural and historical context.

## LITERATURE

- Білоус, Н. П., Подсевак, К. С., Теремінко, Л. Г. (2021). Історично маркована лексика роману В. Скотта “Айвенго” як засіб історичної стилізації художнього тексту. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 32 (71) № 3 Ч. 2*, 7–11.
- Кальниченко, О. А. (2020). *Теорія перекладу: для студентів 3-4 курсів ф-ту “Референтперекладач”, які навчаються за спеціальністю 035 Філологія (Переклад)*. Вид-во НУА.
- Коптілов, В. В. (2003). *Теорія і практика перекладу*. Юніверс.
- Andrienko, T. P. (2017). Historical Stylization or Archaization in Translation? *Стиль і переклад: Збірник наукових праць. Випуск 1(4)*, 61–77.

## THE ORIGIN OF THE NAMES OF THE DAYS OF THE WEEK IN MODERN ENGLISH

**Savchak I. I.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Zinchenko H. Ye.**

*CSc. (Philology), Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

The days of the week are an essential part of our everyday lives, and their names are used to organize our schedules, meetings, and appointments. However, few people know the origin of these names. The names of the days of the week in modern English have a long history that goes back to ancient times. This research paper will explore the origins of the names of the days of the week in modern English and their connection to ancient mythology.

Sunday is the first day of the week and it is named after the Sun, which was worshiped by various cultures throughout history. The word “Sunday” comes from the Old English word “Sunandæg”, which means “Sun’s day”. In ancient Rome, Sunday was named “dies solis”, meaning “day of the Sun”, and was associated with the god Sol Invictus (Chardonnes, 2006). Monday is the second day of the week and is named after the Moon, which was also worshiped by various cultures throughout history. The word “Monday” comes from the Old English word “Monandæg”, which means “Moon’s day”. In ancient Rome, Monday was

named “dies lunae”, meaning “day of the Moon”, and was associated with the goddess Luna (Chardonnens, 2006).

Tuesday is the third day of the week and is named after the Norse god Tyr, who was associated with war and justice. The word “Tuesday” comes from the Old English word “Tiwesdæg”, which means “Tyr’s day”. The Romans named this day after the planet Mars, calling it “dies Martis”. Wednesday is the fourth day of the week and is named after the Norse god Odin, who was associated with wisdom, death, and poetry. The word “Wednesday” comes from the Old English word “Wodnesdæg”, which means “Odin’s day”. In ancient Rome, Wednesday was named “dies Mercurii”, meaning “day of Mercury”, and was associated with the god of commerce and trade (The Origin of the Names of the Months..., 1778).

Thursday is the fifth day of the week and is named after the Norse god Thor, who was associated with thunder, lightning, and storms. The word “Thursday” comes from the Old English word “Þunresdæg”, which means “Thor’s day”. In ancient Rome, Thursday was named “dies Jovis”, meaning “day of Jupiter”. and was associated with the god of thunder and lightning (Freeborn, 1998). Friday is the sixth day of the week and is named after the Norse goddess Frigg, who was associated with love, marriage, and fertility. The word “Friday” comes from the Old English word “Frīgedæg”, which means “Frigg’s day”. In ancient Rome, Friday was named “dies Veneris,” meaning “day of Venus”, and was associated with the goddess of love and beauty. Saturday is the seventh day of the week and is named after the Roman god Saturn. The word “Saturday” comes from the Old English word “Sæturnesdæg”. which means “Saturn’s day”. Saturn was associated with agriculture and wealth in Roman mythology. In ancient Rome, Saturday was named “dies Saturni”, meaning “day of Saturn” (Freeborn, 1998; Chardonnens, 2006).

In conclusion, the origins of the names of the days of the week in modern English are rooted in ancient mythology and astrology. The influence of different cultures and beliefs can be seen in the names of the days of the week. The evolution of language has led to changes in the way the days of the week are pronounced and written, but their origins remain an important part of human history and culture.

## REFERENCES

- Chardonnens, L. S. (2006). *Anglo-Saxon prognostics: a study of the genre with a text edition*.  
<https://hdl.handle.net/1887/4439>
- Freeborn, D. (1998). *From old English to standard English: A course book in language variations across time* (2nd ed.). University of Ottawa Press.
- The Origin of the Names of the Months, and of the Days of the Week, Commonly Used, Explained* (1778).  
<http://surl.li/fpmsk>

# AKTUALISIERUNG DES KONZEPTS “KRIEG” AUFGRUND DES RUSSISCH-UKRAINISCHEN KRIEGES IM MODERNEN PUBLIZISTISCHEN DEUTSCHSPRACHIGEN DISKURS

**Schpirko A.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Formaniuk O. L.**

*Doktorin der Philologie*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Die Aufmerksamkeit für die Sprache der Politik erklärt sich aus den Besonderheiten des Lebens in der heutigen Welt, der rasanten Entwicklung der Informationstechnologien und der wachsenden Rolle der Massenmedien. Die Linguistik im Allgemeinen zielt unter anderem auf die Entstehung und Erforschung neuer Sprachstrukturen ab. Eine reiche Quelle dafür sind die Meinungen und Urteile in der modernen deutschen Gesellschaft, die infolge der umfassenden Invasion Russlands in der Ukraine entstanden sind.

Die zahlreichen Bezeichnungen von Kampfhandlungen in der Ukraine deuten auf das Aufkommen einer neuen Sichtweise des Wortes “Krieg” im deutschsprachigen publizistischen Diskurs hin. Diese Basislexeme hat ein hohes derivationspotenzial. Sie erhält eine bildhafte Beschreibung, die das wichtigste Merkmal in einem bestimmten Kontext verstärkt, z. B.: *Russland-Ukraine-Krieg, Ukraine-Krieg, Putins Krieg, Abnutzungskrieg*.

Außerdem entstehen lexikalisch synonym austauschbare Einheiten: *der Überfall, die Aggression, die Invasion, Einmarsch, Militäroffensive, Gefechte*.

In deutschsprachigen Zeitungsartikeln wird das Konzept KRIEG durch lexikalische Mittel unterschiedlicher Wortarten aktualisiert (Russlands Krieg in der Ukraine. Aktuelle News im Liveblog, 2023):

Substantive: *Kriegsstrategie, Kriegsgerät, Kriegsgefangene, Kriegsführung*

Adjektive: *militärisch, bewaffnet, gewaltsam, blutig, eskalierend, destabilisierend, aggressiv, hybride, provokativ*

Verben: *kämpfen, angreifen, verteidigen, bombardieren, eskalieren, destabilisieren, annektieren, intervenieren, provozieren, einmarschieren, unterstützen, verhängen (Sanktionen)* (Newsblog zum Krieg in der Ukraine: Januar 2023, 2023).

Es ist auch erwähnenswert, dass eine Reihe von Medien in Deutschland das Wort “Krieg” in Bezug auf die Situation in der Ukraine vermeidet. Sie bevorzugen allgemeinere Begriffe wie *Auseinandersetzung, Konflikt* oder *Krise* (Russlands Krieg in der Ukraine. Aktuelle News im Liveblog, 2022). Einige Massenmedien haben auch Angst davor, härtere Begriffe ukrainischer Politiker zu verwenden, wie z. B. *Vernichtungskrieg*. “Die Welt” stellt fest, dass das “*menschlich verständlich*” ist, warnt die Leser jedoch, dass sie “*mit diesem Begriff zurückhaltend sein sollten*”. Dies wird durch die Tatsache erklärt, dass die Verwendung solcher Begriffe einen “*klaren Bezug*” zu den Ereignissen des Zweiten Weltkriegs heraufbeschwören kann (Kellerhoff, 2022).

Dennoch belegte die Redewendung *“Krieg um Frieden”* laut der Jury der Gesellschaft für deutsche Sprache den zweiten Platz bei der Wahl der Wörter des Jahres 2022. Dieser *“widersinnige Ausdruck”* trifft voll und ganz auf den russisch-ukrainischen Krieg zu. Für russische Propaganda ist dies eine besondere *“militärische Operation”*. Doch für viele Menschen auf der ganzen Welt ist es nur ein *Angriffskrieg* (Bär, 2022).

Und den ersten Platz in derselben Liste belegt das Wort *“Zeitenwende”*, das Olaf Scholz am 27. Februar 2022 in der Sondersitzung des Bundestags im Zusammenhang mit dem Krieg gegen die Ukraine äußerte. Nach Ansicht der Bundesregierung, die Scholz zum Ausdruck brachte, markierte der Einmarsch in die Ukraine *“Zeitenwende in der Geschichte unseres Kontinents”* (Bär, 2022).

Die Verwendung bestimmter Begriffe und Sprachmuster in politischen Diskursen hat Auswirkungen auf die öffentliche Wahrnehmung von Ereignissen und Entwicklungen. So kann die Verwendung von neutralen oder abstrakten Begriffen wie *“Konflikt”* oder *“Auseinandersetzung”* (Russlands Krieg in der Ukraine. Aktuelle News im Liveblog, 2023) die Ernsthaftigkeit und Eskalationsstufe einer Situation herunterspielen, während die Verwendung von stärkeren Begriffen wie *“Krieg”* eine deutlichere Sprache spricht und auf eine höhere Eskalationsstufe hinweist.

Darüber hinaus kann die Wahl bestimmter Begriffe auch politische Vorurteile oder ideologische Positionen widerspiegeln. Zum Beispiel kann die Verwendung von bereits erwähnten Begriffen wie *“Einmarsch”* oder *“Invasion”* eine starke Kritik an der Rolle Russlands in der Ukraine zum Ausdruck bringen, während neutralere Begriffe wie *“militärische Operation”* eine gewisse Legitimität für Russlands Handeln suggerieren kann.

Es ist wichtig, sich bewusst zu sein, wie Sprache genutzt wird, um bestimmte Perspektiven oder Interessen zu fördern oder zu unterdrücken. Sprachwissenschaft kann dazu beitragen, diese Zusammenhänge zu untersuchen und zu verstehen, wie Sprache unsere Wahrnehmung und das Verständnis von Ereignissen und Entwicklungen in der Gesellschaft beeinflusst. Aus dieser Perspektive hilft die Untersuchung des Konzepts KRIEG im deutschsprachigen publizistischen Diskurs, die Stimmungen in verschiedenen Schichten des deutschen Staates und der Gesellschaft im Zusammenhang mit dem russisch-ukrainischen Krieg besser zu erfassen.

## LITERATUR

Кирилюк, С. В. (2022). Вербалізація концепту КРИГ/ВІЙНА у німецькомовному публіцистичному дискурсі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія Філологія*, 55, 32–34.

Bär, J. A. (2022). *GfdS* wählt *“Zeitenwende”* zum Wort des Jahres.  
<https://gfds.de/wort-des-jahres-2022/>

Kellerhoff, S. (2022). Ukraine-Invasion: Begriffe für Putins Krieg.  
<https://www.welt.de/geschichte/article237879205/Ukraine-Invasion-Begriffe-fuer-Putins-Krieg.html>

Newsblog zum Krieg in der Ukraine: Januar 2023.

<https://www.deutschlandfunk.de/newsblog-zum-krieg-in-der-ukraine-172.html>

Russlands Krieg in der Ukraine. Aktuelle News im Liveblog.

<https://www.zdf.de/nachrichten/politik/ukraine-russland-konflikt-blog-100.html>

## LE DÉROULEMENT DE LA MÉTAPHORE CONCEPTUELLE DANS LA NOUVELLE LES SŒURS BARBARIN D'ÉRIC-EMMANUEL SCHMITT

Serdiuk I. R.

Université nationale linguistique de Kyiv

Directeur de recherche: **Yesypovych K. P.**

Candidat ès lettres, maître de conférences

Université nationale linguistique de Kyiv

Dans ce travail qui a pour but d'analyser la naissance de la métaphore de la cohabitation du mal et du bien dans la nouvelle d'Éric-Emmanuel Schmitt, nous nous appuyons sur les concepts présentés par des linguistes américains, notamment de la métaphore conceptuelle proposée par George Lakoff dans *“Metaphors We Live By”* (Lakoff & Johnson, 2008) et de la cognition incarnée dans son œuvre écrite en collaboration avec Mark Johnson *“Philosophy In The Flesh”* (Lakoff & Johnson, 1999). D'abord, nous montrerons la dépendance de l'organisation spatiale dans la nouvelle de la perception corporelle aux niveaux lexical. Ensuite, nous verrons comment cela est reflété au niveau stylistique. Enfin, nous prouverons que toutes ces images font la partie intégrante de la problématique de la nouvelle et la dévoile dès le début. La métaphore conceptuelle basée sur la perception bilatérale du monde avec la coexistence du bien et du mal apparaît sur les premières pages, c'est pour cela que nous n'analyserons que le premier chapitre. Le lecteur anticipe le déroulement de cette métaphore à cause de la structure antithétique du premier chapitre dont le climax est la prolepse: *“Demain, on serait enfin”*. De surcroît, cela est renforcé par l'anaphore représentée par 3 propositions commençant par le mot *“demain”*. Voyons maintenant la structure antithétique de ce chapitre. Quand bien même que la description des paysages du village de Saint-Sorlin semblerait d'être dépourvue du regard humain, la première phrase montre le contraire. La présence de l'instance narrative est déterminée dans la première phrase à l'aide de deux indices. Premièrement, c'est l'utilisation du conditionnel présent qui y a une valeur du fait imaginaire. Cela transporte la nouvelle dans un contexte irréel, voire allégorique. Deuxièmement, c'est l'oxymore *“le paradis terrestre”* qui est fondé sur les expériences sensorielles et corporelles d'un être humain. Ensuite, l'organisation spatiale qui se forme dans les alinéas suivants est basée sur la perception du monde, tirée de l'expérience de la vie dans le corps humain. Mettons en exergue que le regard reste toujours bilatéral. Il glisse de haut en bas: *“les rues pavées qui dévalaient la pente douce”*; *“les glycines suspendaient leurs lampions mauves aux étages”*; du ciel au jardin: *“sous un ciel bleu et naïf, une conspiration de roses envahissait les murs”*. Après, il se déplace d'un côté à l'autre: *“le long des rues”* *“les digitales fusaient derrière les bancs”* *“à qui le traversait”*.

Ce qui est à noter de plus c'est l'image métaphorique des roses avec *“une chair de pétales qui appelait les caresses ou les baisers”*. Bien que le comparé dans cet image (nous estimons que le comparé c'est l'image d'une femme) soit implicite, il fait intervenir la perception et la sensation humaines dans la description du jardin. Jusqu'à ce moment-là, l'image idyllique n'est pas perturbée par son antipode. Ce

n'est qu'avec l'apparition de Lily Barbarin que l'envers de toute cette description se révèle. Désormais, la structure contrastive de toute la nouvelle est mise en évidence, puisque le narrateur passe de la description paradisiaque du village au portrait d'une femme âgée qui à la fois "*incarnait la grand-mère idéale*" et "*avait côtoyé l'enfer*". Le champ lexical de ces traits du caractère positifs (souriante, idéale, bienveillante, soucieuse) est substitué par l'accumulation des questions rhétoriques avec le champ lexical bien contraire (la haine, le ressentiment, être harcelé, dédaigné, malmené, trahie, détesté) dont le mot "*meurtre*" est le point culminant. L'image bucolique est définitivement perturbée par la phrase : "*De même que le bourg à l'aspect idyllique avait abrité son lot de rancœurs, de jalousies, de crimes, de même sous son masque lisse et frais, la vieille dame avait côtoyé l'enfer*".

Cette vision du monde bilatérale est expliquée par la dernière phrase où le lecteur fait la première connaissance avec les personnages principaux de cette nouvelle – avec les sœurs Barbarin. Dans cette histoire, ces deux sœurs jumelles, Lily et Moïsette, ont des personnalités et des valeurs très différentes. Lily est décrite comme une personne droite, morale, et douce, tandis que Moïsette est décrite comme une personne libertine, jalouse, malhonnête et méchante. Moïsette reste toujours dans l'ombre de sa sœur. Cela concerne aussi leurs prénoms qui peuvent être interprétés comme des références symboliques à leurs personnalités. Le prénom de Lily vient du latin "lilium" et signifie "lys" qui est le symbole de pureté, tandis que le prénom de Moïsette renvoie à Moïse – le personnage de la Bible hébraïque, qui a été trouvé sur la rive du fleuve dans un panier d'osier. De cette allusion résulte le développement suivant de l'image de Moïsette qui est souvent considérée comme un enfant mal aimé, voire comme un enfant de l'autrui. Bien que les sœurs soient complètement différentes, elles sont inséparables: "on ne pouvait parler de l'une sans évoquer l'autre". L'une ne peut pas exister sans l'autre. Cette vision s'étend à toute la construction de l'univers de cette nouvelle, en créant la structure antithétique bien développée. C'est pour cela que LE BIEN et LE MAL, une sœur et une autre, LE HAUT et LE BAS, LE PARADIS et L'ENFER, LA BEAUTÉ et LA LAIDEUR, tous ses concepts, étant antonymiques, se complètent et se définissent mutuellement dans cette histoire.

Pour conclure, nous avons mis en évidence la structure antithétique bien-réfléchie du premier chapitre qui vise à introduire la problématique essentielle de toute la nouvelle, ainsi qu'à organiser le déroulement ultérieur de l'intrigue. La métaphore conceptuelle du bien et du mal est le noyau de cette histoire, permettant de traiter de nombreuses questions philosophiques. Tout cela a été démontré à l'aide d'analyse stylistique, lexicale et sémantique.

## LITTÉRATURE

- Fuchs, C. (2004). *La linguistique cognitive*. Éditions de la Maison des sciences de l'homme. <https://doi.org/10.4000/books.editionsmslh.7055>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1999). *Philosophy in the Flesh*. Basic Books.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2008). *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press.
- Langacker, R. W. (2008). *Cognitive Grammar: A Basic Introduction*. University Press, Incorporated.



## CONTEMPORARY STUDENTS' SLANG AS THE REFLECTION OF EDUCATIONAL SUBCULTURE OF THE ENGLISH LANGUAGE

**Shkhalakhova D. O.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Vasylenko D. V.**

*Ph.D., Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

Contemporary students' slang has become an essential part of the educational subculture of the English language. It reflects the socio-cultural aspects of language and its development over time. Julie Coleman (2012), describes the evolution of slang in the English language, and how it has become a significant part of present-day communication. Slang can be seen as a dynamic form of language that reflects changes in society and culture. Students' sociolect of today has been influenced by various social factors, including technology, and the internet. Many slang terms used by students have been borrowed from different database: movies, music, and television shows. For example, the term "**YOLO**" (You Only Live Once) was popularized by the rapper Drake in his song "The Motto" and has since become a common slang term among young people. Social media platforms such as Twitter, Facebook, and Instagram have become popular spaces for the creation and dissemination of slang. Students use these platforms to create and share new slang terms, memes, and other forms of internet culture coining new more expressive means of the language following the principle of economy of linguistic efforts through different word-formation processes: (abbreviation) **TBH** < to be honest, **BF/GF** < boyfriend or girlfriend, **BFF** < best friends forever, (acronymy) **GOAT** < greatest of all time, (initialism) **OMG** < "oh my gosh!" or "oh my God!", **LOL** < laugh out loud, **ship** < relationship. Similarly, the term "**STEM**" (short for science, technology, engineering, and mathematics), (back-clipping) **awks** < awkward, **sus** < suspect, not to be trusted, **V** < very. In the context of American universities, slang terms such as "**frat**" (short for fraternity), "**soror**" (short for sorority), One way in which slang can reflect the educational subculture is through its use in academic settings. Some educators have noted that students may use slang to create a sense of camaraderie with their peers, as well as to signal their familiarity with certain cultural references. Students use slang to communicate informally with their peers and to establish a sense of belonging in their educational communities. For instance, "**lit**" and "**lit AF**" (very exciting) are popular slang terms used by students to describe an enjoyable experience, while "**hundo P**" (100%) and "**facts**" (true) are used to indicate agreement or affirmation. Slang is often used as a way for students to bond with one another and differentiate themselves from outsiders. The use of slang among students is often associated with the formation of in-group identity (Eble, 1996). Moreover, students may also use slang terms to demonstrate their mastery of academic concepts or to show off their intelligence and assert their status within the educational subculture. For example, a student might use the term "**flex**" to describe their ability to solve a difficult math problem or to complete a challenging assignment. Online forums and

chat rooms have become popular spaces for the creation and sharing of new slang terms. Slang terms such as “Netflix and **chill**”, “**binge-watch**”, and (acronymy) “**fomo**”(Fear Of Missing Out ), reflect students’ fascination with technology and media. Slang terms used by gamers, hip hop fans, or skateboarders are often used to establish group membership and identity. In the gaming community, terms like “**GG**” (good game) and “**AFK**” (away from keyboard) are used to communicate informally and build a sense of rapport among players. Skateboarders use their own jargon, such as “**grind**” (sliding along an edge) and “**ollie**” (a jump without using hands), to establish their identity within the skateboarding community. Meanwhile, hip hop enthusiasts use slang terms like “**dope**” (excellent) to express admiration for their favorite artists and their music. These phrases reveal that students are heavily influenced by streaming services such as Netflix, and their need to constantly stay up to date with popular media. Furthermore, the use of slang terms like “**woke**” and “**cancel culture**” reflect students’ views on social issues. These phrases suggest that students are aware of social injustices and are taking a stance on such issues. Slang terms can also reflect students’ attitudes towards popular culture. The word “**basic**” is used to describe someone who follows mainstream trends and lacks originality suggests that students are not interested in conforming to societal norms. Instead, they value individuality and authenticity. Some educators argue that the overuse of slang can impede students’ ability to communicate effectively in more formal settings, such as job interviews or academic presentations.

In overall, it is important to note that the use of slang in academic medium can have negative consequences. On the other hand, students’ speak labels its unique authentic facetiousness, non-standard code to identity campus cliques, emblematic activities, establishes rapport between peers, reveals both positive or negative effects on their ability to communicate effectively and navigate social hierarchies within the educational setting.

## REFERENCES

- Coleman, J. (2012). *A Life of Slang*. Oxford University Press.  
Eble, C. (1996). *Slang and Sociability: In-Group Language among College Students*. University of North Carolina Press.

## MULTIMODALITY AS A TOOL OF READING ENGLISH MAGAZINE COVERS

**Shmatko Y. O.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Izotova N. P.**

*DSc (Philology), Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

The relevance of this research is conditioned by a special interest of contemporary linguistics in pragmatic, psychological, and cognitive aspects of multimodal text production and reception. The term multimodal text is used

to denote those texts that incorporate different semiotic modes in its structure (Kress & van Leeuwen, 2001, p. 57). Accordingly, in the process of multimodal communication the meaning is construed through the interplay of verbal, visual, auditory, etc. modes.

Among a wide variety of multimodal texts covers of magazines occupy a special place. Magazine covers can be designed in a variety of styles and integrate an array of elements, such as images, color schemes, fonts, logos, and even animations. All these components are aimed at conveying a specific mood of such multimodal communication, eliciting the text's main idea and drawing attention to the publication.

In addition, covers can be a part of the publication's marketing strategy. A well-designed cover is able to capture the attention of potential readers and convince them to buy the publication. In some cases, covers become iconic and a part of the cultural heritage. Moreover, the cover is the element which establishes the potential reader's first visual contact with a publication, such as a book, magazine, newspaper, etc. Due to their pragma-stylistic effectiveness, magazine covers can evoke a massive emotional response on the part of their hypothetical readers.

It is important to note that the specifics of the functions the cover performs in the multimodal communication largely depends on the genre of the magazine.

Genre classification of magazine covers can be challenging as magazines can span multiple genres and cover different topics in each issue. However, some common thematic variations for magazine covers include (Mugger, 2011, p. 128):

1) News and Current Affairs: magazine covers that fall under this genre typically feature news stories or events that are of national or international importance. They may include headlines, photographs, and other graphics that are designed to grab the reader's attention and provide information about the event.

2) Entertainment: magazine covers that belong to entertainment sphere typically feature celebrities, musicians, or actors on the cover.

3) Lifestyle: magazine covers that fall under the lifestyle genre typically focus on topics such as fashion, health, beauty, and home decor.

4) Sports: magazine covers that deals with sports issues typically feature athletes or sports teams on the cover.

5) Business and Finance: magazine covers that represent business and finance sphere typically focus on topics such as investing, entrepreneurship, and personal finance.

This classification became widely used in the field of design and advertising and is still considered the standard for describing the genres of magazine covers.

Of course, many magazine covers can span multiple genres and may feature a combination of different topics, so it can be challenging to assign a single genre to any given magazine cover.

Let us consider the cover of TIME Magazine (<https://time.com/magazine/us/5840178/june-1st-2020-vol-195-no-20-u-s/>).

The cover of TIME Magazine's special issue on the coronavirus pandemic features a simple, yet striking image of the virus itself. The cover text reads "The Generation Pandemic: A Global Crisis Changed Their Lives".

A close-up depiction of the virus contributes to the creation of its realistic and foregrounded image. Putting the couple sitting at home at the centre of the picture makes this element of a multimodal text extremely conspicuous thus immediately grabbing the readers' attention. The idea of emergency and seriousness of this situation is expressed mainly verbally through a specific choice of vocabulary *crisis* and *changed everything*. This tells us that the magazine is supposed to provide an in-depth coverage of the pandemic and its impact on the world. Overall, the cover of this issue of TIME Magazine uses a combination of visual and verbal modes to convey the importance and urgency of the topic at hand. The simple design and bold text make it clear that this is an issue that demands our attention.

To sum, the magazine cover is a multimodal text that incorporates verbal and visual semiotic modes. The strategies for reading magazine covers are conditioned by the specific of its visual elements as well as by a special choice of vocabulary and syntactic patterns that in their interplay represent the meaning of such multimodal texts.

## REFERENCES

- Kress, G. (2010). *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. Routledge.
- Kress, G. & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The Modes and Media of Contemporary communication*. Arnold.
- Magger, R. (2011). *A History of Graphic Design*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.

## COMPARATIVE ANALYSIS OF TEACHING ENGLISH LANGUAGE IN TRADITIONAL AND ONLINE FORMATS IN HIGHER EDUCATION

**Shvydka S. V.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Parfemonova L. V.**

*Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

The advancement of technology has resulted in an increase in online learning opportunities. This has prompted a shift towards online learning in various fields, including language learning. This paper aims to conduct a comparative analysis of teaching English in traditional and online formats of higher education institutions.

The use of social media for language learning has also gained popularity in recent years. A study by Bailey D. et al. (2017) found that Facebook can be an effective tool for language learning, particularly for students who are not confident in speaking in class. Students used a variety of positive terms to describe their experience with FB and appreciated the 1) accessibility, 2) variety of FB groups, 3) ability to share ideas with classmates, 4) opportunity to improve writing skills, and 5) opportunity to practice English. As one student stated: "Above all, the

advantage of Facebook for Language Learning is accessibility. Most of the people often use their social media every day, especially [students in their] twenties, so Facebook removes the student's resistance. We naturally learn English expressions or grammar through communication with each other by [using] Facebook". Students reported to appreciate the opportunity to practice authentic English at a time and place of their choice. This positive affect towards asynchronous communication in the language learning classroom supports benefits found in research: Al-Harhi, 2005; Thompson & Ku, 2005; Zhao & McDougall, 2008. However, Wang Q. et al. (2011) found that excessive use of social media can negatively affect academic performance.

In the traditional format, English classes are held in a classroom offline. The students attend classes at specific times and interact with the teacher and their peers face to face. Tutors use various teaching methodologies such as lectures, group discussions, and activities to engage students in the learning process. Students also have access to a library, which provides them with relevant materials to help them with their studies. Accordingly, in the online format, students attend classes remotely, using various digital platforms to interact with their teachers and co-students. These platforms may include video conferencing software, discussion forums, and learning management systems. Teachers can use various digital resources such as videos, online quizzes, and e-books to enhance the learning process. The online format also allows students to have an access to course materials from any place at any time.

There are various advantages and disadvantages associated with both traditional and online formats of teaching English. In the traditional format, students have the opportunity to interact with their peers and teacher in person, which fosters better communication and interpersonal skills. This format also provides students with a sense of structure and discipline, as they are required to attend classes according to the schedule (Tallent-Runnels et al., 2006).

However, the traditional format has its limitations. For example, students may miss out on certain classes due to unforeseen circumstances. Moreover, conventional lectures might not align with various ways of learning, thereby impeding the learning journey of certain students. In contrast, the online format provides students with more flexibility, allowing them to work with course materials and participate in classes at any time. This format also corresponds to different learning styles, providing students with various digital resources that answer their individual needs (Bates & Sangrà, 2011).

In a meta-analysis of empirical literature, Means B. et al. (2010) found that students in online and blended courses performed better than those in traditional courses, with the greatest improvement in blended courses. This is supported by Zhang et al. (2004), who concluded that e-learning can be an effective substitute for classroom learning. Nevertheless, the online format has its disadvantages. For example, students may feel isolated and lack motivation due to the absence of face-to-face interaction with their co-students and teacher. Additionally, technical issues such as poor internet connection and software malfunctions could hinder the learning process (Means et al., 2010).

Also, Roblyer and Marshall (2003) found that not all students are successful in online courses and that student motivation and support are critical factors in successful teaching process.

In conclusion, both traditional and online formats of teaching English have their pros and cons. While the traditional format offers students a feeling of organization and promotes enhanced communication and social abilities, the online format allows for greater adaptability and aligns with various methods of learning. From my point of view, for higher education institutions it is necessary to adopt a hybrid approach, combining the positive aspects of each format to optimize the learning process for students.

## REFERENCES

- Bates, A. W., & Sangrà, A. (2011). *Managing Technology in Higher Education: Strategies for Transforming Teaching and Learning*. Jossey-Bass.
- Means, B., Toyama, Y., Murphy, R., Bakia, M., & Jones, K. (2010). *Evaluation of Evidence-Based Practices in Online Learning: A Meta-Analysis and Review of Online Learning Studies*. US Department of Education.
- Roblyer, M. D., & Marshall, J. C. (2003). Predicting success of virtual high school students: Preliminary results from a statewide study. *Journal of Research on Technology in Education*, 35(2), 241–255.
- Tallent-Runnels, M. K., Thomas, J. A., Lan, W. Y., Cooper, S., Ahern, T. C., Shaw, S. M., & Liu, X. (2006). Teaching Courses Online: A Review of the Research. *Review of Educational Research*, 76(1), 93–135.
- Wang, Q., Chen, W., & Liang, Y. (2011). The effects of social media on college students. *Journal of Educational Technology Development and Exchange*, 4(1), 38–39.
- Zhang, D., Zhao, J. L., Zhou, L., & Nunamaker Jr, J. F. (2004). Can e-learning replace classroom learning? *Communications of the ACM*, 47(5), 75–79.
- Bailey, D., Park, I., Haji, S. A., & CALL-EJ. (2017). An Investigation of Facebook for Language Learning: Better Understanding Perceptions and Participation. *CALL-EJ*, 18(2), 19.

## ENGLISH SCIENTIFIC GENRE: PRAGMALINGUISTIC ASPECT

**Shykhovets D. A.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Chkhetiani T. D.**

*CSc. (Candidate of Philology), Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

Any study of the peculiarities of the language in academic setting involves the analysis of general linguistic characteristics of texts in this field. However, the specificity of academic discourse is determined not only by compositional and structural features, but also by language means (lexical and grammatical). The

scientific sphere imposes certain restrictions on the use of language, thus forming a special type of it – a scientific / academic / research style, which inspires the choice of linguistic means used by the authors in scientific publications.

Speaking about the English-language scientific genre, we mean the communicative-pragmatic structure of an English-language scientific text, or in other words, the content-semantic structure of a scientific work, which is a complex unity consisting of two types of content: 1) communicative-informational and 2) pragmatic in nature (Козубська, 2018).

The English-language scientific genre correlates with the structure of scientific knowledge explained in the text, reflects the stages of a scientist's cognitive activity and realizes the relationship between the subject of knowledge and the object of knowledge. This type of content reflects both the main stages of the cognitive process (problematic situation, problem, idea, hypothesis, evidence, conclusions), and accompanying communicative and cognitive actions of an individual nature, or meanings. The specified type of content captures the relationship of the subject of knowledge to the object of knowledge, and the pragmatic content represents the relationship between the subject of knowledge (the author) and the subject of communication (the reader), thus realizing the influential potential of the scientific text.

Each of the named types of content is created with the help of special text components: the communicative and informational content of the scientific text is formulated in the form of communicative blocks, and the pragmatic content is represented by a system of pragmatic instructions. The combination of the mentioned text components forms the communicative and pragmatic structure of the scientific text (Кунець, 2016).

The division of the content of a scientific work into communicative and informative and actually pragmatic is dictated by the goals of the analysis, though in real communication the content of the text is monolithic. The variation of these semantic components creates text variants of the communicative-pragmatic structure of a scientific text, forms its stylistic and genre specificities, and realizes the general pragmatic orientation of this text.

Let us consider the pragmalinguistic features of an English-language scientific text using the example of interjections and phrases. Interjections and word combinations are the main means of pragmatic argumentation in English-language scientific texts (Балацька, 2016).

In our study, we will consider the following types of such elements:

1) text interpolation indicators that contribute to strengthening, as well as emotional and expressive selection of “parts of the text”. They can mean: a) sequence, order of judgment like: *first, second, to start with, by the end etc.* Here syntactical and intonation implications are in focus; b) juxtaposition / contrast or comparison like: *however, still, though, instead, on the other hand, by etc.*; c) clarification to the above mentioned information: *meanwhile, moreover, again, by the way, in addition to etc.* In passing, in a rational vocabulary words similar in form would have allied meanings; d) disclosure, explanation of previous information: *for example, for instance, in particular etc.*: But it is not a common



cade. Sometimes further explanation is not necessary. Such a sentence, for instance, as “*The sun rises in the east and sets in the west*” conveys a perfectly definite and distinct meaning, and requires no further context; e) generalization, summation: *ultimately, eventually, finally, as a result etc.*: “*As a result of such analysis the sentence as spoken by a New Yorker or an Aberdonian can be symbolized in phonetic script (...)*”;

2) authorizing interjections are presented as means of expressing the author’s “I” or qualification of the source of information, usually at the level of the statement: *as it happens, as it turned out; according to etc.*

## REFERENCES

- Балацька, О. Л. (2016). Потенціал прагматичних характеристик слабкої критики в англomовній науковій статті. *Наукові записки Національного університету “Острозька академія”, 62*, 26–28.
- Козубська, І. Г. (2018). Лінгвопрагматичні параметри мовленнєвого жанру “монографія” в англійській мові (на матеріалі текстів з інформаційних технологій). [Дис. канд. філол. наук, Запорізький національний університет].
- Кунець, Х. Б. (2016). Прагматика безособових синтаксичних структур в англomовному науковому тексті гуманітарного спрямування. [Автореферат дис. канд. філол. наук. Львівський національний університет імені І. Франка].

## DEUTSCHSPRACHIGE SPRICHWÖRTER UND REDEWENDUNGEN, BESONDERHEITEN IHRER ÜBERSETZUNG INS UKRAINISCHE

**Sinitsch J.**

*Kyjiw Nationale Linguistische Universität*

**Khodakowska N. G.**

*Doktor, Dozentin*

*Kyjiw Nationale Linguistische Universität*

“Sprichwort und Redewendung sind nicht identisch, auch wenn die Begriffe oft verwechselt werden. Redewendungen sind nur Fragmente, die flexibel in unterschiedliche Sätze, Formulierungen und Kontexte eingebaut werden können. Ein Sprichwort ist hingegen ein vollständiger, abgeschlossener Satz” (Mai, 2021).

Es sei darauf hingewiesen, dass die Übersetzung von Sprichwörtern, Redensarten und Redewendungen aus dem Deutschen ins Ukrainische eine schwierige und mühsame Aufgabe ist. Als Ergebnis der Methode der vergleichenden Analyse haben wir festgestellt, dass das deutsche Sprichwort in den meisten Fällen nicht mit einem entsprechenden sprachlichen Äquivalent ins Ukrainische übersetzt wird. Es gibt jedoch Beispiele, bei denen ein ukrainisches Sprichwort ein vollständiges semantisches und sprachliches Äquivalent zu einem

deutschen Sprichwort ist, z. B.: *“Willst du lang leben und bleiben gesund, iss wie die Katze und trink wie der Hund”* (Хочеш довго жити і бути здоровим, їж як кіт і пий як собака).

Sowohl ukrainische als auch deutsche Sprichwörter enthalten dieselben Tiere: eine Katze und einen Hund, denselben lexikalischen Inhalt (Verben: *essen, trinken, du willst lange leben, gesund sein*) und eine grammatikalische Form – einen Bedingungssatz. Ähnliche Beispiele mit vollständiger Kennzeichnung von Form und Inhalt in Deutsch und Ukrainisch sind jedoch nicht oft zu finden. Hier gibt es noch ähnliche Sprichwörter: *“In der Nacht sind alle Katzen grau”* (Вночі всі коти сірі) oder *“Da (Hier) liegt der Hund begraben!”* (Ось де собака зарита!).

Wie bereits erwähnt, findet man in deutschen und ukrainischen Sprachen oft nicht vollständige, aber “enge” semantische Äquivalente, Formen. Solche Sprichwörter und Redensarten beziehen wir uns auf die zweite Gruppe, z.B.: *“Die Katze weiß, wo sie genascht hat”*. Wörtliche Übersetzung “Кіт знає, де він гризе”, aber Äquivalent lautet

“Кіт знає, чие м’ясо він з’їв”.

Neben den beiden oben genannten Gruppen deutscher Sprichwörter und Redensarten hat sich auch eine dritte Gruppe stabiler, idiomatischer Kombinationen gebildet, die in der ukrainischen Sprache weder vollständige noch annähernde Entsprechungen zu deutschen Einheiten sind. Dies sind Äquivalente, die in ihrer Bedeutung ähnlich sind, aber unterschiedliche Tierbilder und unterschiedliche Ausdrucksformen haben. Nehmen wir als Beispiel das deutsche Sprichwort *“Mit altem Hund ist die sicherste Jagd”*. Wörtliche Übersetzung des deutschen Sprichwortes ins Ukrainische *“Зі старим псом найнадійніше полювання”*. Da das deutsche Sprichwort eine Eigenschaft wie “Zuverlässigkeit” am Beispiel eines Hundes betont, findet man die entsprechenden ukrainischen Entsprechungen: *“Старий кінь борозни не зіпсує”* або *“Старий вовк знається на толку”*. In den von uns zitierten ukrainischen Sprichwörtern gibt es andere Bilder (in der deutschen Version – *ein Hund*, in der ukrainischen – *ein Pferd / Wolf*), andere lexikalische Inhalte (*sicherste Jagd / die Furchen nicht verderben / viel wissen*), andere grammatikalische Formen, aber die angegebenen ukrainischen Sprichwörter vermitteln eindeutig die Bedeutung des deutschen Sprichwortes.

Die Sprichwörter dieser Gruppe sind für Studenten am schwierigsten wahrzunehmen und zu verstehen. Darüber hinaus müssen wir unsere Sprache gut beherrschen und ukrainische Sprichwörter sowie Redewendungen kennen, um das richtige ukrainische Sprichwort als Äquivalent zu einem deutschen Sprichwort auszuwählen. In solchen Fällen empfehlen wir, auf phraseologische Wörterbücher zurückzugreifen.

“Ein Sprichwort muss ein vollständiger Gedanke oder vollständiger Satz sein. Eine sprichwörtliche Redensart ist eher ein bildlicher Ausdruck, der keine Weisheit oder Allgemeingültigkeit beansprucht” (Müser, 2015).

Das Verstehen und richtige Interpretieren deutscher Sprichwörter und Redewendungen sowie deren Übersetzung ins Ukrainische ist kein einfacher Prozess. Gleichzeitig muss man die analogen Einheiten der Muttersprache gut kennen. Aus Sicht der Studie kann man sagen, dass man in einigen Fällen bei der

Übersetzung deutscher Sprichwörter und Redensarten volle oder nahe sprachliche Äquivalente für sie in der Muttersprache wählen kann, in anderen Fällen gibt es keine solchen Äquivalente. Trotzdem sollte man zunächst eine wörtliche Übersetzung machen, die Bedeutung verstehen, die das Sprichwort vermittelt, und dann das richtige Äquivalent auswählen.

## LITERATUR

- Duden – Redewendungen: *Wörterbuch der deutschen Idiomatik*. (2020). Berlin: Dudenverlag.
- Mai, J. (2021) *Sprichwörter: 80 beliebte Sprichwörter + Bedeutung*.  
<https://karierebibel.de/sprichwoerter/#:~:text=Sprichwort%20und%20Redewendung%20sind%20nicht%20identisch%2C%20auch%20wenn,Ein%20Sprichwort%20ist%20hingegen%20ein%20vollst%C3%A4ndiger%20abgeschlossener%20Satz.>
- Müser, K. (2015) *No pain, no gain: Warum wir immer noch in Sprichwörtern sprechen*.  
[https://www.dw.com/de/no-pain-no-gain-warum-wir-immer-noch-in-sprichw%C3%B6rtern-sprechen/a-18809256.](https://www.dw.com/de/no-pain-no-gain-warum-wir-immer-noch-in-sprichw%C3%B6rtern-sprechen/a-18809256)

## TÉCNICAS LINGUOESTILÍSTICAS DE DESCRIPCIÓN DE PERSONAJES EN RELATOS CORTOS DE C. J. CELA

**Skliar Y. Y.**

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

**Skrobot A. I.**

*Candidata en Filología, docente*

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

Camilo José Cela, autor prolífico y representante de la literatura de posguerra, ejerció como novelista, periodista, ensayista, editor de revistas literarias y conferenciante. Fue académico de la Real Academia Española y resultó galardonado, entre otros, con el Premio Príncipe de Asturias de las Letras en 1987, el Premio Nobel de Literatura en 1989 y el Premio Cervantes en 1995. Por sus méritos literarios, en 1996 el rey Juan Carlos I le otorgó el marquesado de Iria Flavia, creado ex profeso. En el año 2000, Cela puso la primera piedra, junto a Felipe Segovia Olmo, de la Universidad Camilo José Cela, de la que fue rector honorífico.

En el marco de la investigación lingüística, siempre es pertinente analizar un texto literario cuyo estilo caracteriza no sólo un argumento concreto, sino también la época y la esencia artística del autor-hablante que presenta su estilo estructural y estético. Los investigadores ucranianos y extranjeros, como I. A. Behta, A. D. Belova, I. E. Frolova, I. M. Kolegaeva, N. V. Kulibina, Y. M. Lotman, V. L. Nayer, V. P. Rudnev, V. V. Vinogradov y otros, estudiaban las peculiaridades del discurso artístico.

El discurso artístico se define como una interacción entre el autor y el lector que tiene una intención determinada. En el transcurso de la narración, el autor

pone los acentos necesarios y correlaciona diversos elementos de representación para lograr la impresión y el impacto deseados en el lector.

La principal tarea de un escritor es crear una imagen artística, que es el mundo, la vida, la biografía de una persona, descrita a través del prisma de la percepción individual. Para que el texto sea un medio de caracterización artística, los escritores utilizan diversos recursos tropológicos, haciendo hincapié en la apariencia de los personajes, lo que es importante para una comprensión más profunda de sus imágenes.

Las ideas sobre el carácter de un personaje, evocadas en la imaginación del lector por la descripción de su aspecto, se apoyan en una obra de ficción en representaciones verbales de sus acciones, hechos, etc. (Suárez, 2021).

En este sentido, algunos retratos de una obra de ficción pueden servir únicamente como medio para representar el estado emocional de un personaje en una situación concreta, mientras que otros son utilizados por el autor para revelar al lector las características relevantes del personaje.

La imagen artística es una de las categorías más complejas que constituyen el objeto central del análisis textual. Con la ayuda de una imagen artística creada por el autor, el lector puede captar plenamente el mundo artístico de una obra determinada. Una imagen artística se crea con la ayuda de medios lingüoestilísticos.

Los recursos lingüoestilísticos son diversos medios de expresividad utilizados para crear un determinado efecto en el lector o el oyente. Los recursos lingüoestilísticos pueden utilizarse para crear diversos efectos, como crear un estado de ánimo, evocar emociones, reforzar el significado y otros (Soca, 2018).

En sus cuentos Camilo José Cela utiliza diversos recursos lingüoestilísticos para describir a sus personajes. He aquí algunos de ellos:

El autor usa descripciones detalladas para crear imágenes vívidas en la mente del lector, por ejemplo, “*El calor subía desde la tierra y enrojecía las espaldas de los bueyes, que caminaban con el cuello estirado, echando la lengua fuera, mientras el sudor corría por sus costillas*” (Camilo, 1965, p. 9).

Cela utiliza a menudo símiles y metáforas para transmitir las características de los personajes. Metáfora es un cambio de significado de una palabra por otra que tiene una característica común. Por ejemplo, en el relato “Pobreza” describe a uno de los personajes como “*un perro viejo que espera su última comida*”, “*El ruido de las bombas era como el retumbar de un tambor gigante, que sacudía las tripas de la tierra*” (ibid., p. 167).

Se aplica el diálogo para revelar la personalidad y las relaciones de los personajes. El diálogo puede ser sencillo, una conversación casual, o complejo, con argumentos y conflictos, por ejemplo, el siguiente diálogo entre el protagonista y su padre: “– *Hijo, ¿por qué has hecho esto? ¿Por qué te has metido en esta guerra?* – *No lo sé, padre.* – *¿No lo sabes?* – *No lo sé. Me han llamado y he venido*” (ibid., p. 12).

Además del mundo interior de los personajes, Cela también describe con detalle sus rasgos externos. Presta atención no sólo a la apariencia, sino también a los movimientos, gestos y expresiones faciales. El autor utiliza comparaciones para crear imágenes y dar una idea de las características de los personajes, por

ejemplo: “*Tenía los ojos claros, un poco separados, como dos alhelies blancos, y la piel fina, como si fuera de papel de seda*” (ibid., p. 7).

La repetición es un instrumento para crear un efecto poético y enfatizar ciertas palabras y frases, como en esta descripción del paisaje: “*El campo era un manto verde, un océano de hierba, donde las espigas se alzaban altas y brillantes, ondeando al viento*” (ibid., p. 23).

Una gran cantidad de detalles descriptivos crea imágenes vívidas de los paisajes rurales de España. Por ejemplo, describe la noche en la que Rogelio regresa a casa: “*La luna llena iluminaba el campo, dándole un aspecto mágico*” (ibid., p. 235).

Para conseguir una atmósfera auténtica y realista, se utiliza un lenguaje coloquial cercano al lenguaje popular de la época. Por ejemplo, en un pasaje de la obra, los personajes hablan del campo y de las cosechas.

El análisis de los recursos lingüoestilísticos en las obras de Camilo José Cela revela un estilo especial del autor. Las técnicas lingüoestilísticas ayudan a crear una sensación de realismo de los personajes y los hacen más memorables para el lector.

## REFERENCIAS

- Camilo, J. C. (1965). *La familia del héroe*. Alfagnara.
- Soca, R. (2018). *El origen de las palabras. Diccionario etimológico ilustrado*. Bogotá Rey Naranjo.
- Suárez, D. P. (2021). *La integración de los cultos rurales en la ciudad*. Universidad Complutense de Madrid.

## ADJECTIVES WITH SACRED MEANING IN THE ENGLISH: UKRAINIAN TRANSLATION

**Skrynnyk I. A.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Cherkhava O. O.**

*Doctor of Sciences Philology, Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

Adjectives with sacred meaning are an important element of the biblical discourse. Adjectives with sacred meaning can be represented by the following lexical units: religious terms; items shared with profane forms of thought; religious referents; the terms, which are less explicitly “religious”; archaisms; realities.

There is a set of concentric circles, the centre of which is constituted by a relatively small set of obviously religious terms, which are represented by adjectives with sacred meaning, that function as definite markers of the register. A second, intermediate field would be constituted by adjectives with sacred meaning shared with profane forms of thought which, however, undergo a specific shift in intension; a religious dimension of meaning which is handed down via religious practice within a community of believers. A third, larger circle of adjectives with sacred meaning encompasses “ordinary” items used most frequently outside the

biblical vocabulary to refer to “this worldly” objects, states and relationships, but which may be applied in an “extraordinary” manner to a divine or religious referent. This meaning may be conditioned by biblical tradition; but the process whereby everyday items are “adopted” into religious language is still productive in present-day theological discourse (Crystal, 1981, 265–281). Finally, there is an outer fringe of adjectives with sacred meaning where the terms are less explicitly “religious” in terms of “God-Talk”, but bear some sort of relationship to religious activities and objects. Especially at the third of these lexical levels, a number of remarks are in order. The conservative nature of sacred language inevitably affects lexical choice, and a number of words and meanings which are disappearing or have disappeared from the language are here maintained, or appear with a significantly different degree of frequency. In addition to those collocations that are biblically conditioned, the Christian context also accounts for a number of collocations that outside the biblical context might seem odd or unexpected. Consider the above on the example of adjectives – humble and meek. The paronymous words humble and meek have a common root peace, or slightly different semantics and a different stylistic colour, determined by the sphere of their linguistic implementation. In the modern Ukrainian language, humble is one who is aware of his smallness, worthlessness; devoid of haughtiness, as well as humble, meek, expressing humility, meekness, full of humility. In order to better understand the semantics of the word humble, I suggest turning to such concepts as humility, humbleness. According to the explanatory dictionary (Glossary of Ukrainian language...), humbleness is an action meaning to humble, to humiliate, and a state meaning to be humiliated, to be humble; humbleness, meekness; lack of pride; awareness of one’s smallness, worthlessness. Humbleness is a quality meaning humbleness. From spiritual literature we know that humbleness is the most important and fundamental virtue in spiritual life. Without it, all other virtues are not only worthless, but simply impossible. The virtue of humbleness hides a gracious power, so that even a person who is burdened with sins, but wants to be freed from them, “if he acquires humbleness”, makes him righteous, and this is because humbleness brings him closer to God, from whom we receive the forgiveness of sins. Only the perfect reach the height of humbleness. Irritability no longer finds a place in a humbleness heart – on the contrary, it is full of love, peace, joy of spirit and joy of wisdom. so that even a person who is burdened with sins, but wants to be freed from them, “if he acquires humbleness”, makes him righteous, and this is because humbleness brings him closer to God, from whom we receive the abandonment of sins. Only the perfect reach the height of humbleness. Irritability no longer finds a place in a humbleness heart – on the contrary, it is full of love, peace, joy of spirit and joy of wisdom. so that even a person who is burdened with sins, but wants to be freed from them, “if he acquires humbleness”, makes him righteous, and this is because humbleness brings him closer to God, from whom we receive the abandonment of sins. Only the perfect reach the height of humbleness. Irritability no longer finds a place in a humbleness heart – on the contrary, it is full of love, peace, joy of spirit and joy of wisdom.

Speaking about the power of humbleness, St. Ephraim Syrin (Work of St. Ephraim Syrin) writes: “The humble is not proud, does not honor, serving the Lord out of

fear of Him. The meek does not set his will against the truth, but submits to the truth. The meek does not envy the success of his neighbor, does not rejoice at his downfall, but, on the contrary, rejoices with those who rejoice and weeps with those who weep. The meek does not humble himself in poverty and poverty, and does not rebel in wealth and glory, but always abides in the same virtue. The meek does not turn brother against brother (this is a satanic thing), but serves as a peacemaker for them, not repaying evil for evil. The humble respects not only those higher than himself, but also those lower than himself. The humble strives for reverence with all his might. A humble person does not indulge in irritability, does not offend anyone, does not shout at anyone. The humble does not resist and is not lazy, even if they called him to work at midnight, because he put himself in obedience to the Lord's commandments. The humble knows neither regret nor cunning, but in simplicity and integrity serves the Lord in the sanctuary, in peace and in spiritual joy. The adjective meek is used in the sense of "submissive, meek"; "calm, not short-tempered, not angry". The fragment of the semantics of the word humble, namely humble, meek, coincides with the second meaning of the word humble.

So, the word humble in its semantics is broader than the word meek, but it is much narrower in the sphere of stylistic use. Thus, in English and Ukrainian, adjectives with a sacred meaning can be represented by the following lexical units: religious terms; subjects shared with profane forms of thinking; religious referents; terms that are less obviously "religious"; archaisms; realities.

#### REFERENCES

- Crystal, D. (1981). *"Generating Theological Language, in Theolinguistics"*. VUB. 265–281.
- Glossary of Ukrainian language. Academic glossary dictionary* (1970–1980). <http://sum.in.ua/s/smyrennja>
- Work of St. Ephraim Syrin, 1.* 259–260.

### EXPRESSIVE SYNTAX IN DEN BÜCHERN VON THOMAS THIEMEYER UND MITTEL IHRER ÜBERSETZUNG INS UKRAINISCHE

**Slutskyi M. W.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Khodakowska N. G.**

*Doktorin, Dozentin*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

In den Romanen "Der gläserne Fluch" und "Reptilia" bricht der Autor manchmal mit dem klassischen syntaktischen Kanon des Schreibens und macht es "lebendiger", ähnlich wie die mündliche Rede. Eine solche syntaktische Organisation trägt zur Ausdruckskraft der künstlerischen Rede bei.



Zunächst ist es notwendig, ein solches syntaktisches und stilistisches Merkmal wie die Inversion zu beachten, die eine Kategorie der Verletzung der Wortfolge des ursprünglichen Satzmodells ist. Im Text des Romans "Der gläserne Fluch" wird die umgekehrte Wortstellung beispielsweise auch in einem einfachen Erzählsatz mit einer thematisch-dramatischen Informationsbewegung verwendet, z. B.: "Er schlich durch den Raum und öffnete den schweren Kirschholzschränk. Die Türen gaben ein erbärmliches Quietschen von sich".

Die **Isolierung (absolute Absonderung, Parzellierung)** ist mit der Ausklammerung verwandt: die ausgeklammerten Satzglieder bekommen eine relative Selbstständigkeit und erscheinen in Form von selbstständigen Sätzen. Parzellierte Konstruktionen werden in den Werken von T. Thiemeyer aktiv als Mittel der expressiven Syntax eingesetzt.

Die Hauptfunktionen der Parzellierung sind: Konkretisierung, Charakterisierung des emotionalen und mentalen Zustands des Subjekts, Beschreibung, Evaluation.

Konkretisierung des Inhalts: "Mit einem verzweifelten Schrei versuchte er die Tür zu erreichen, aber es war zu spät. Der Sand ließ ihn nicht mehr gehen. Er stolperte, strauchelte und fiel vornüber. Dann schlugen die Wogen über ihm zusammen".

Die Beschreibung des emotionalen und mentalen Zustands des Probanden:

"Dieser unverschämte Patron! Wilson sprang auf. Seine Kehle war vor Wut wie zugeschnürt. Er glaubt wohl, er kann mich auf den Arm nehmen. Ich bin doch keiner seiner Lakaien, die er herumscheuchen kann, wie er will. Er ist hier auf meinem Grund und Boden. Na warte, dem wird das Lachen schon noch vergehen".

Eine beschreibende Funktion, die die Bedingungen und Einzelheiten der dargestellten Ereignisse wiedergibt: "Heiligabend ist keine Ausrede", erwiderte Humboldt. "Zumindest der Vormittag ist ein Werktag wie jeder andere. Ihr seid nicht die Einzigen, die heute arbeiten müssen. An den Feiertagen erlasse ich euch den Unterricht, aber heute wird bis Punkt zwölf gearbeitet. Und damit Ende der Diskussion".

Eine evaluative Funktion, die negativ sein kann: "Humboldt musterte die Pfütze am Boden und kräuselte die Lippen. Hol einen Lappen und wisch das weg. Charlotte, du gehst zu Eliza. Sie weiß am besten, was zu tun ist".

Teilkonstruktionen vermitteln also die Einschätzung des Autors, betonen bestimmte semantische Komponenten des Gesagten. Diese Konstruktionen "lenkt" die Aufmerksamkeit des Lesers. Der Autor verwendet elliptische Sätze sehr häufig, insbesondere in Fällen, in denen der Kontext die Hauptglieder des Satzes ausfüllt.

Hier sind einige Beispiele:

"Donnerstag, 4. Februar  
Im Regenwald des Kongo".

Die Wiederholung ist eine Redewendung, die in der wiederholten Verwendung von gleichen oder ähnlichen Lauten, Wörtern oder Wortteilen und syntaktischen Konstruktionen innerhalb eines Kontextes in einer bestimmten Reihenfolge besteht. "Ist ja gut, ist ja gut. Er hob entwaffnend die Hände". "Ich wollte nur einen kleinen Spaß machen".

Die Art der emotionalen Erfahrungen, die der Autor durch die Verwendung von syntaktischen Wiederholungen und anderen syntaktischen Markern der

Emotionalität hervorhebt, wird durch den lexikalischen Inhalt, den weiteren Kontext und die Besonderheiten der emotionalen Situation im Allgemeinen deutlich.

Hier ein Beispiel: *“Selbst die erfahrenen Jäger lauschten gebannt seinen Worten, und immer wieder musste er von jener schicksalhaften Begegnung erzählen”*.

Die Verwendung von Wiederholungsfragen ist in der künstlerischen Sprache durchaus üblich und unterstreicht oft das Interesse und die Neugier der Figur und hilft dem Autor so, eine Porträtcharakterisierung des Bildes zu schaffen.

Die Antithese ist ein anschauliches Beispiel für den kontrastiven Ausdruck von Begriffen und Urteilen, zum Beispiel: *“Ich habe meine Arbeit gestern abgeschlossen. Welche Erleichterung ja morgen sagen zu können, dass ich die Arbeit heute eingereicht habe”*.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass mit dem Begriff “expressive Syntax” sind syntaktische Konstruktionen gemeint, die dem Adressaten Informationen vermitteln und gleichzeitig seine Aufmerksamkeit erregen, indem sie die Bedeutung der Information hervorheben.

## LITERATUR

Thiemeyer, Th. *Der gläserne Fluch*.

<https://libcat.ru/knigi/priklyucheniya/unrecognised/519257-11-thomas-thiemeyer-der-gl-serne-fluch.html#text>

Thiemeyer, Th. (2005). *Reptilia*. Knaur Verlag.

## MITTEL DER INFORMATIVITÄT DER DEUTSCHEN MEDIENTEXTE

**Sokolova O. O.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Kulyk N. D.**

*Doktorin, Dozentin*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Neologismen sind neu geschaffene Wörter, die aus der Notwendigkeit neuer Thematiken wie Covid-Pandemie oder neuer technischer Errungenschaften, z. B. bei Fortschritten bei Quantencomputern, entstanden sind, oder wenn Wörter eine neue bzw. weitere Bedeutung erhalten haben, z. B. *Troll*, eigentlich eine Fantasiefigur, neuerdings aber auch eine Bezeichnung für einen Internetnutzer, der bewusst andere ärgert, oder wenn zwei Wörter zu einer neuen Wortkombination zusammengesetzt werden, z. B. *Gendersternchen* aus den Wörtern Sternchen und Gender.

Eines der bekanntesten deutschen Wörterbücher, “Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache” (DWDS), speichert und ergänzt ständig alle Wörter mit ihrer Bedeutung und zugehörigen Beispielen. Neue Wörter wie *Coronaparty*, *Lockdown* oder auch *Social Distancing* entstehen als Neubildungen oder Entlehnungen und finden dadurch Einzug in die deutsche Sprache. Etliche Wörter erfahren einen Bedeutungswandel oder werden in der COVID-19-Bedeutung populärer. Solche

Beispiele sind: *Kontaktsperr*, *Mundschutz* oder *Homeschooling*. Aufgrund der Coronavirus-Infektion sind viele Wörter mit Bezug zum Fernunterricht aufgetaucht, ein Beispiel ist: *das Corona-Abitur* (gymnasiale Abschlussprüfung) das im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie durch besondere Auflagen der Schulbehörden, unter anderem Schulschließungen und Heimunterricht, bedingt war. Im DWDS kann man einige Wörter nicht finden, da ihre Struktur zu Wörtern aus dem Hochdeutschen tendiert, jedoch nur umgangssprachlich genutzt werden, zum Beispiel *Nacktnasen* (людина, яка під час носіння маски відкриває ніс) oder *Geistermeister* (спортсмени, котрі перемогли на змаганнях, які проходили без глядачів). Zu Ehren der Anpassungsfähigkeit an die Lebensbedingungen während der Coronavirus-Pandemie wurde in Deutschland das Verb “coronisieren” erfunden und es gibt auch eine die neue Abkürzung *AHA* – Abstand-Hygiene-Alltagsmaske (дистанція-гігієна-маска). In den Medien werden häufig Begriffe, aber kein wissenschaftlicher Schreibstil verwendet. Eine Ausnahme bilden spezielle Medientexte zum Thema verschiedener Studien oder beruflicher Entwicklungen. Für die Medien gibt es eine eigene Wissenschaft, die Medialinguistik, welche sich auf die Verwendung von Sprache in den Medien konzentriert. Dazu gehört die Untersuchung von traditionellen Medien wie Zeitungen, als auch digitaler Medien, z. B. soziale Netzwerke wie Facebook oder Instagram. Medien sind ein effektiver Weg, um neue Informationen und neues Vokabular zu erlernen. Über die Medien haben wir Zugang zu vielen wichtigen Informationen, z. B. den aktuellsten Nachrichten. Vieles von dem, was wir täglich lesen und hören, stammt aus der in den Medien verwendeten Sprache.

Die Arten von Mediensprache sind: die Schriftliche in Digital- und Papierform, die Visuelle in bildlicher Form, die Gehörte durch Sprache und Musik, die Verbale, also gesprochenes, und die Nonverbale, womit die Körpersprache mit Gestik und Mimik gemeint ist. Innerhalb ein und desselben Mediums können mehrere Arten von Mediensprache verwendet werden. Das Fernsehen beispielsweise verwendet eine Kombination aus allen oben genannten Arten, um Bedeutung zu vermitteln. Bei der Analyse von Medientexten sollten sich jeder der verschiedenen Codes und Konventionen bewusst sein, die bei der Erzeugung von Bedeutung verwendet werden, und welche in symbolischer, technischer und schriftlicher Form vorkommen können. Konventionen sind die erwartete Art und Weise, das Genre, die Erzählung und die Form der Codes. Die Theorien der Medienlinguistik sind wichtig, wenn man die Sprache der Medien analysieren will. Sie können helfen, verschiedene in den Medien verwendete Techniken und ihre Auswirkungen auf das Publikum zu verstehen. Laut Ulrich Schmitz, gehört es in diesem Sinne auch zu den Aufgaben der Medienlinguistik, Status und Funktionsweise medialer Kommunikation transparent zu machen (Schmitz, 2015). Drei Theorien können dabei in Betracht gezogen werden: Die Erste ist die “Hyperrealität”, welche sich mit der Idee befasst, dass die Realität mit der Fiktion verschmolzen ist, so dass es keine klare Unterscheidung zwischen den beiden gibt. Dies wirkt sich auf die Art und Weise aus, wie wir Medien betrachten, da wir möglicherweise nicht in der Lage sind, zwischen dem, was in den Medien dargestellt wird, und der tatsächlichen Realität zu unterscheiden.

Die “Binäre Opposition” bzw. die “Binären Gegensätze” werden in den Medien häufig zu Propagandazwecken eingesetzt. In den Nachrichten werden linke und rechte Politiker aufgrund ihrer gegensätzlichen politischen Ansichten als binäre Gegensätze dargestellt. Dadurch entsteht ein einseitiges Bild und die Zuschauer werden dazu gebracht, sich für eine Seite zu entscheiden.

Als Drittes gibt es die “Intertextualität”, bei der die Bedeutung von Medientexten durch andere Texte beeinflusst wird. Dies hilft uns zu verstehen, wie sich Texte gegenseitig inspiriert haben und wie sie sich zu verschiedenen Werken mit miteinander verbundenen Bedeutungen verbinden. Alle Medientexte lassen sich von anderen Texten inspirieren, so dass sie alle als intertextuell betrachtet werden können. Anna Essmeyer folgert daraus, dass kein Text für sich alleine steht, sondern zu seiner allumfassenden Interpretation und seinem Verständnis in Bezug auf seine möglichen Intentionen sämtliche Vortexte gekannt und einbezogen werden müssten.

### LITERATUR

- Essmeyer, A. (2004). *Das Phänomen der Intertextualität im Medium Film*. Munich, GRIN Verlag.
- Dagmar, B. *In aller Munde: Corona-Wortschöpfungen*.  
<https://www.dw.com/de/corona-wortschöpfungen/a-56701696>
- Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache*.  
<https://www.dwds.de/themenglossar/Corona>
- Schmitz, U. (2015). *Einführung in die Medienlinguistik*. WGB.

## SPRACHLICHE MITTEL ZUR ERZEUGUNG VON KOMIK IN EINEM LITERARISCHEN TEXT

**Sokur A. R.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Formaniuk O. L.**

*Doktorin der Philologie*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Die Komik spielt im literarischen Text eine besondere Rolle. Es gibt viele stilistische Mittel, die ein Autor einsetzen kann, um die Komik zu erzielen. K. M. Prosina unterscheidet folgende Stilmittel:

- Hyperbel ist eine bewusste Übertreibung bestimmter Merkmale eines Objekts, um die Aussagekraft zu erhöhen und die emotionale Wirkung zu verstärken. Sie gilt für Merkmale wie Größe, Farbe, Form und Menge. Ihre Hauptfunktion besteht darin, die negative oder positive Eigenschaft des beschriebenen Objekts hervorzuheben (Прочина, 2009, c. 82).

“*Ich hab dir das schon tausendmal gesagt. Aber Schneewittchen hinter den sieben Bergen ist noch tausendmal schöner als Ihr*”.

- Antonomasie ist eine Form der metaphorischen Bedeutungsübertragung. Es gibt zwei Arten von Antonomasie: die Verwendung eines Eigennamens als Namen

für ein Substantiv und die Verwendung von Substantiven oder deren Bestandteilen als Eigenname, als Name. In der modernen Literatur werden Namen verwendet, deren innere Struktur leicht zu erkennen ist. O. M. Morochovskij definiert sie als "sprechende Namen" (Мороховський, 1991, с.181).

*"Ach du bist's, alter Wasserpatzcher!, sagte sie."* Die Benennung, die statt Frosch gebraucht wurde, gilt als ein originelles und kraftvolles Substantiv. Solche Wörter erheben den Grad der Expressivität und Emotionalität der Erzählung.

- Kalauer ist eine stilistische Wendung, ein Wortspiel, das laut O. M. Morochovskij und seinen Kollegen "auf einem komischen Spiel mit konsonantischen Wörtern oder Phrasen mit unvereinbaren Bedeutungen beruht" (Мороховський, 1991, с.197).

- Periphrase wird verwendet, um den Namen eines Objekts durch eine Beschreibung seiner wesentlichen Merkmale zu ersetzen oder um sich auf seine wesentlichen Eigenschaften zu konzentrieren.

*"In den alten Zeiten, wo das Wünschen noch geholfen hat, lebte ein König, dessen Töchter waren alle schön, aber die jüngste war so schön, dass die Sonne selber, die doch so vieles gesehen hat, sich verwunderte, sooft sie ihr ins Gesicht schien"*. Es wurde eine Periphrase für die Vergangenheit angewendet. Die Wortverbindung *alte Zeiten* wirkt archaisierend.

- Metapher ist die Übertragung eines Namens von einem Gegenstand auf einen anderen auf der Grundlage eines gemeinsamen Merkmals.

*"Der Frosch ließ sich schmecken, aber ihr blieb fast jedes Bisslein im Halse"*. Denn die Metapher *im Halse stecken bleiben* wird vorzugsweise wegen ihrer übertragenen Bedeutung verwendet, und die ist nämlich etwas nicht äußern können; abrupt beenden.

- Metonymie ist die Verwendung des Namens eines anderen Objekts anstelle des direkten Namens eines Objekts, das mit diesem als Bedingung seiner Existenz, seiner dauerhaften Zugehörigkeit oder seines charakteristischen Ergebnisses eng verbunden ist.

- Vergleich ist die Gegenüberstellung von zwei Objekten, die bestimmte gemeinsame Merkmale aufweisen, um eines von ihnen besser zu charakterisieren.

*"Bald darauf bekam sie ein Töchterlein, das war so weiß wie Schnee, so rot wie Blut und so schwarzhaarig wie Ebenholz"*.

- Paradoxon ist eine Aussage, bei der das Prädikat oder die Definition nicht mit dem Subjekt oder der Definition übereinstimmt. Es wird verwendet, um einen versteckten Gedanken auszudrücken oder ein Phänomen ins Lächerliche zu ziehen.

- Zitate und Anspielungen. Die Zitate werden in der Regel in ihrer ursprünglichen Form präsentiert, aber manchmal verzerren und deformieren die Autoren sie, um sie noch komischer zu machen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass viele Wissenschaftler sich mit dem Thema der Komik beschäftigt haben, darunter K. M. Prosina und O. M. Morochovskij. Es gibt viele sprachliche Mittel, um die Komik auszudrücken. Dazu gehören Hyperbel, Antonomasie, Kalauer, Periphrase, Metapher, Metonymie, Vergleich, Paradoxon, Zitate und Anspielungen.

## LITERATUR

- Мороховський, А. М. (1991). *Стилістика англійської мови*. Вища школа.
- Просіна, К. М. (2019). *Форми та засоби вираження комічного у художньому творі. Сучасні світові тенденції розвитку науки та інформаційних технологій: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції*, 83–85.
- Brüder Grimm. *Schneewittchen*.  
<https://www.lingq.com/de/deutsch-lernen-online/courses/216867/sneewittchen-673355/>
- Brüder Grimm. *Der Froschkönig oder der eiserne Heinrich*.  
[https://www.grimmstories.com/de/grimm\\_maerchen/der\\_froschkonig\\_oder\\_der\\_eiserne\\_heinrich](https://www.grimmstories.com/de/grimm_maerchen/der_froschkonig_oder_der_eiserne_heinrich)

## DIE ROLLE VON N. SNIADANKO IN DER ENTWICKLUNG DER ÜBERSETZUNGSSCHULE DES 21. JAHRHUNDERTS

**Solovjova O. R.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Sereda N. A.**

*Doktorin, Dozentin*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Die Aktualität dieses Beitrags liegt darin, dass die Übersetzerin Natalka Sniadanko als eine wichtige Persönlichkeit in der ukrainischen Literatur- und Kulturgeschichte anerkannt ist und ihre Beiträge für die Übersetzungswissenschaft aktuell noch relevant und inspirierend sind. Zudem ist es wichtig, das Bewusstsein für die Bedeutung von Übersetzung und interkultureller Kommunikation in der heutigen globalisierten Welt zu fördern. Das Ziel dieses Beitrags ist es, das Leben und Werk der ukrainischen Übersetzerin Natalka Sniadanko vorzustellen, ihre Bedeutung für die ukrainische Literatur und Kultur hervorzuheben und ihre Beiträge zur Übersetzungswissenschaft zu würdigen.

Natalka Sniadanko, geboren 1973 in Lwiw, lebt in Marbach, ist eine preisgekrönte Schriftstellerin, Übersetzerin und Journalistin. Sie übersetzt aus dem Deutschen und Polnischen. Als Journalistin schreibt sie für die Süddeutsche Zeitung, "New York Times" und "Guardian".

Sie hat 11 Prosabände in 11 Sprachen veröffentlicht. Natalka Snyadanko ist eine der aktivsten Übersetzerinnen aus dem Deutschen. Sie studierte an der Nationalen Universität Lwiw (Ukrainische Philologie), der Universität Freiburg (Slawistik, Polonistik), der Universität Warschau (Übersetzerseminar) und arbeitete anschließend als Journalistin für verschiedene ukrainische Zeitungen und Zeitschriften.

Sie schrieb über Kultur, Kunst, Literatur und Gesellschaft und machte sich einen Namen als kritische und unabhängige Stimme in der ukrainischen Medienlandschaft. Neben ihrer journalistischen Tätigkeit ist Sniadanko auch

als Schriftstellerin tätig. Sie hat mehrere Bücher veröffentlicht, darunter “Polska Ukraina. Rozmowy o przeszłości i teraźniejszości” (Polen Ukraine. Gespräche über Vergangenheit und Gegenwart) und “Budynok z kart” (Das Haus aus Karten), in denen sie sich mit politischen und sozialen Themen auseinandersetzt (Krys, 2018).

Natalka Sniadanko hat einen erheblichen Beitrag zum ukrainischen Übersetzungswesen geleistet: sie hat nicht nur zahlreiche Bücher aus dem Deutschen ins Ukrainische übersetzt, sondern auch als Herausgeberin und Redakteurin von **Übersetzungsprojekten fungiert**.

Eines ihrer bekanntesten Übersetzungsprojekte ist die ukrainische Ausgabe von Franz Kafkas “Der Prozess”, die sie zusammen mit ihrem Mann, dem Schriftsteller und Übersetzer Serhij Zhadan, übersetzt hat. Die Ausgabe wurde von der Kritik hoch gelobt und gilt als eine der besten Übersetzungen von Kafkas Werk ins Ukrainische.

Sniadanko hat auch Werke von Thomas Mann, Hermann Hesse und anderen deutschen Autoren ins Ukrainische übersetzt. Ihre Übersetzungen zeichnen sich durch eine präzise und sorgfältige Wiedergabe des Originals aus und haben dazu beigetragen, deutsche Literatur einem ukrainischen Publikum zugänglich zu machen.

Als aktive Teilnehmerin am ukrainischen literarischen Leben hat Sniadanko auch dazu beigetragen, das Bewusstsein für die Bedeutung von Übersetzung und interkulturellem Austausch zu stärken. Sie hat an Diskussionen und Seminaren zum Thema Übersetzung teilgenommen und engagiert sich für die Förderung von Übersetzerinnen und Übersetzern in der Ukraine (Prociuk, 2019).

Sie übersetzt hauptsächlich Belletristik. Insbesondere ihre Übersetzung von Gerti Müllers “Der Hungerengel” (2009) (“Гойдалка кохання”) ist sehr gefragt. Das Thema ist die unheilbare Wunde Rumäniens - die Zusammenarbeit mit Hitler während des Zweiten Weltkriegs, das verbrecherische diktatorische Regime von Antonescu sowie die Verantwortung gegenüber der Welt für Verbrechen gegen die Menschlichkeit.

Ein weiteres interessantes Werk, das von Natalka Snyadanko übersetzt wurde, ist “Mein Jahrhundert” von dem deutschen Schriftsteller Günter Grass. Dieses Buch wirft in hundert Erzählungen einen Rückblick auf das 20. Jahrhundert. Es wird erzählt aus der Sicht von verschiedenen Menschen aus allen Bereichen der deutschen Gesellschaft – von der Fließbandarbeiterin bis zum Professor der Biologie.

Die deutsche Jugendliteratur gewinnt in der Ukraine an Popularität. Vor allem die Übersetzung des Jugendromans “Erebos” (2010) (“Ереб”) von der österreichischen Schriftstellerin Ursula Poznanski ist in der Ukraine sehr gefragt. Der Protagonist des Romans findet sich in einem Computerspiel wieder, in dem er Aufgaben erfüllen muss, um sein Leben und das seiner Freunde zu retten (Zavgorodnya, 2013).

Sniadankos Arbeit als Übersetzerin und ihre Bemühungen zur Förderung der Übersetzungskultur haben einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung des ukrainischen literarischen Lebens geleistet. Ihre präzisen und sorgfältigen



Übersetzungen haben es ukrainischen Lesern ermöglicht, deutsche Literatur in ihrer vollen Tiefe und Komplexität zu erleben, während ihre Arbeit als Herausgeberin und Aktivistin dazu beigetragen hat, das Bewusstsein für die Bedeutung von Übersetzung und interkulturellem Austausch zu fördern.

## LITERATUR

- Krys, I. (2018). *Natalka Sniadanko: Leben und Werk*. Verlag der Universität Wien.
- Prociuk, O. (2019). *Die Rolle von Natalka Sniadanko in der ukrainischen Übersetzungswissenschaft*. Verlag: Universität Lviv.
- Zavgorodnya, I. (2013). Übersetzer aus dem Deutschen: *Natalka Snyadanko*. Deutsche Welle.

## EMOTION EVOKING STRATEGIES AS AN EFFECTIVE TOOL OF ADVERTISEMENT

**Sova A. O.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Pinich I. P.**

*CSc. (Candidate of Philology), Associate Professor  
Kyiv National Linguistic University*

Modern marketers are constantly seeking new strategies to attract clients and make the brand well-recognised. One of the most potent tools is emotional advertising. Due to its power to boost sales and enhance the brand image, it has been researched by not only marketers but also by psychologists and emotiologists.

Emotion evoking is the pinnacle of modern advertising industry. The strategies manage to elicit emotional feedback from the target audience that resonates with their present experience and ideals. Most commonly they evoke positive emotions, such as joy and excitement and sometimes negative, such as jealousy. The ultimate aim of emotion evoking strategies is to influence people to buy the product or service.

There are several reasons why emotional advertising is effective. First, emotions are a powerful driver for actions because they are controlled by the limbic system (the central part of the brain), which is responsible for decision-making (Morgane, Galler, & Mokler, 2005). Second, basic emotions (joy, fear, sadness, anger and disgust) are considered universal among different cultures and therefore, emotion evoking advertisements do not require extra adaptation for different audiences.

There are several benefits of emotional advertising for businesses. It may facilitate differentiation from competitors, the development of a unique brand image and loyalty to the brand (Ferguson, Paulin, & Leiriao, 2006). In turn, loyalty leads to more frequent interactions of customers with the brand and encourages word-of-mouth marketing.

In advertising, various techniques are employed to elicit emotions.

To establish a connection between the audience and the brand, advertisers utilize *storytelling*. One of the most prominent examples is Google's advertisement "Parisian Love", which has simple visual content – the home page of the search engine with different queries (Google, 2009). In a such simple way, it tells a story of a man who had gone to study in Paris and found there his future wife.

The use of *humour* in advertising is a typical strategy to shape a positive image of the company and overcome the customers' resistance to buying the product (Djambaska, Petrovska, & Bundaleska, 2015). One of the most well-known examples is Snickers' advertisement "You're Not You When You're Hungry", which combines humorous and realistic events to make the chocolate bar more recognisable.

From a stylistic point of view, one of the most versatile strategies is the usage of *expressive means*, such as metaphors, hyperboles and metonymies. A metaphor describes one object with the properties of another. For example, one of Coca-Cola's slogans is "open happiness". It is a metaphor that virtually means "get happy emotions by consuming our product".

Emotion talk is a technique that names emotions directly, such as "happiness" or "joy". The notion was authored by emotiologist Monika Bednarek (Bednarek, 2010). Repetition of specific emotion terms acts as "a catalyser" in increasing the efficiency of emotion evoking. The most recognised example is "I'm loving it" by McDonald's where the feeling of love is labelled directly.

A less common tool is autonomous sensory meridian response sounds or, more commonly named, *ASMR sounds*. Listening to various amplified sounds of scratching, chewing and others may evoke feelings of calmness. IKEA is one of the companies that promoted its products with the help of ASMR sounds (IKEA USA, 2017).

The last emotion evoking technique in the list is the usage of different *colours*. They can influence the mental state of the person, and therefore, their behaviour. For instance, many people associate red colour with excitement and passion. The green colour is believed to evoke tranquillity (Gruber, 2018). An example is the design of a can of Pepsi, that combines bright red colour on the logo (associated with energy) and dark blue colour on the can (associated with freshness).

Emotion evoking strategies are criticised because of their potential to abuse customers' insecurities in order to promote and sell the product. In addition, emotional advertising is accused of presenting the product in a deceiving manner.

Strategies of emotion evoking have their disadvantages. If a product is expensive, potential customers will contemplate their decision longer, thus decreasing the effectiveness of the abovementioned strategies. In addition, consumers may become "desensitized" to emotional appeals if the same emotion is evoked multiple times.

## REFERENCES

- Bednarek, M. (2010). Emotion talk and emotional talk: approaches to language and emotion in Systemic Functional Linguistics and beyond. In *Proceedings of ISFC 35: Voices Around the World* (Vol. 2, pp. 39–45). The 35th ISFC Organizing Committee.

- [https://www.academia.edu/2603596/\\_2010\\_Emotion\\_talk\\_and\\_emotional\\_talk\\_approaches\\_to\\_language\\_and\\_emotion\\_in\\_Systemic\\_Functional\\_Linguistics\\_and\\_Beyond](https://www.academia.edu/2603596/_2010_Emotion_talk_and_emotional_talk_approaches_to_language_and_emotion_in_Systemic_Functional_Linguistics_and_Beyond)
- Djambaska, A., Petrovska, I., & Bundaleska, E. (2015). Is Humor Advertising Always Effective? Parameters for Effective Use of Humor in Advertising. *Journal of Management Research*. <https://doi.org/10.5296/jmr.v8i1.8419>
- Ferguson, R. M., Paulin, M., & Leiriao, E. (2006). Loyalty and Positive Word-of-Mouth. *Health Marketing Quarterly*, 23(3), 59–77. <https://doi.org/10.1080/07359680802086174>
- Google. (2009, November 19). *Parisian Love* [Advertisement]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=nnsSUqgkDwU>
- Gruber, N. (2018). Green for hope and red for fear? Testing the color effect on the implicit achievement motive. *Romanian Journal of Applied Psychology*, 20(1), 1–6. <https://doi.org/10.24913/rjap.20.1.01>
- IKEA USA. (2017, August 8). “*Oddly IKEA*”: *IKEA ASMR* [Advertisement]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=uLFaj3Z\\_tWw](https://www.youtube.com/watch?v=uLFaj3Z_tWw)
- Morgane, P. J., Galler, J. R., & Mokler, D. J. (2005). A review of systems and networks of the limbic forebrain/limbic midbrain. *Progress in Neurobiology*, 75(2), 143–160. <https://doi.org/10.1016/j.pneurobio.2005.01.001>

## UKRAIŃSKE NEOLOGICZNE TOPONIMY W POLSKICH MEDIACH

**Sowa E. S.**

*Kijowski Narodowy Uniwersytet Lingwistyczny*

**Palatovska O. V.**

*Doktor habilitowany nauk filologicznych, docent*

*Kijowski Narodowy Uniwersytet Lingwistyczny*

Innowacje językowe, czyli neologizmy, są ważnym czynnikiem ciągłego rozwoju i wzbogacenia języka o nowe elementy, które często powstają w wyniku reakcji na bieżące zmiany w życiu społecznym i nowe zjawiska. Najczęściej nowe wyrazy powstające w języku odnoszą się do neologizmów leksykalnych. W pierwszych dekadach XXI wieku większość zapożyczeń w języku polskim pochodziła z języka angielskiego. Dotyczyły one głównie takich pól tematycznych jak osiągnięcia techniczne, informatyka, ekonomia, moda, żywienie, kultura popularna i inne (Krawczuk, 2011). Natomiast nowoczesne pożyczki z innych języków, w tym z języka ukraińskiego, wciąż pozostają aktualnym przedmiotem badań naukowych.

Celem niniejszej pracy jest zidentyfikowanie innowacji językowych w tekstach polskich mediów, zwłaszcza neologizmów toponimicznych pochodzących z języka ukraińskiego, na podstawie empirycznego badania korpusu monitorującego polszczyzny.

Ze względu na pełnoskalową agresję Rosji większość artykułów i wzmianek o Ukrainie w polskich mediach dotyczyła przede wszystkim wydarzeń wojennych

i politycznych oraz związanych z nimi miejscowości. Dlatego przypuszczaliśmy, że w okresie 2022 – początku 2023 roku język polski został wzbogacony o zestaw nieużywanych dotąd toponimów, czyli nazw miejscowości.

W encyklopedii PWN słowo "neologizm" [gr. néos "nowy", lógos "słowo", "nauka"] jest określone w szerokim znaczeniu jako nowo wprowadzona jednostka do systemu językowego (Internetowa encyklopedia PWN, 6. d.). W ramach badania neologiczne toponimy zostały zdefiniowane jako nazwy ukraińskich miejscowości, które jednocześnie spełniają podane warunki: (1) występowały w tekstach polskich wiadomości ponad 1000 razy w okresie lutego 2022 – stycznia 2023 roku; (2) nie występowały więcej niż 30 razy w poszczególnych miesiącach w ciągu stycznia 2021 – stycznia 2022 roku.

Metody korpusowe znalazły dziś szerokie zastosowanie w empirycznych badaniach lingwistycznych dzięki umożliwieniu obserwacji najnowszych zmian w języku na podstawie obiektywnych danych tekstowych. Wśród różnych korpusów języka polskiego wyróżnia się stale aktualizowany korpus monitorujący MoncoPL (<https://monco.frazeo.pl>), który obecnie zawiera ponad 430 milionów zdań (ponad 8,1 miliarda słów) z średnim miesięcznym przyrostem od 1,6 do 3,4 milionów zdań w ciągu ostatnich kilku lat (Pęzik, 2020). Większość tekstów wchodzących do korpusu stanowią artykuły z prawie 1000 internetowych serwisów informacyjnych (w tym również gazeta.pl, tvn24.pl, interia.pl, onet.pl, gazetaprawna.pl, wp.pl, wpolityce.pl, rp.pl, wprost.pl i wiele innych).

W ramach badania zostały przetestowane prawie 150 toponimów ukraińskich użytych w formie rzeczownika czyli przymiotnika w różnych deklinacjach, biorąc pod uwagę ich konkordancje, trendy frekwencyjne i kolokacje.

Określonym powyżej kryteriom (1) i (2) jednocześnie odpowiadały 24 toponimy (w nawiasach podana jest przybliżona częstość występowania w polskich mediach każdego toponima w różnych formach z powtórzeniami w okresie lutego 2022 – stycznia 2023 roku), w tym: Bucza (18,8 tys.), Bachmut (12,4 tys.), Siewierodoneck (11,9 tys.), Izium (9 tys.), Irpiń (6,8 tys.), Lisiczańsk (5,8 tys.), Melitopol (5,3 tys.), Hostomel (4,7 tys.), Kramatorsk (4,3 tys.), Słowiańsk (4,1 tys.), Wyspa Wężowa (3,8 tys.), Enerhodar (3,7 tys.), Borodzianka (3,6 tys.), Kachowka (3,1 tys.) i inne.

Nie zostały uznane za neologizmy kolejne toponimy, które były często używane przed pełnoskalową wojenną agresją Rosji: Mariupol (53,6 tys.), Chersoń (41,2 tys.), Zaporże (10,9 tys.) i inne.

Trendy wzmianek badanych wyrazów w polskich mediach, kojarzących się z tragicznymi wydarzeniami czy aktywnymi działaniami wojennymi w odpowiednich miejscowościach, są dość oczekiwane. Na przykład szczyt występowania nazw ukraińskich miejscowości Bucza, Irpiń, Hostomel, Borodzianka w różnych przypadkach (np. Bucza, Buczy, Buczą) i ich derywatów (np. Buczański) przypada na okres marca-kwietnia 2022; Siewierodoneck i Lisiczańsk – czerwiec 2022 roku itd. Wzmianki o niektórych miejscowościach miały kilka lokalnych szczytów, co odzwierciedlało dynamikę wydarzeń wojennych, np. Izium (kwiecień 2022 – został okupowany, wrzesień 2022 – wyzwolony), Enerhodar (marzec 2022 – został okupowany, sierpień 2022 – zaostrzenie sytuacji na okupowanej elektrowni) itd.

Innym zauważalnym spostrzeżeniem jest to, że nazwy miejscowości często występowały w połączeniu z sąsiednimi miastami lub wsiami.

Przeprowadzone badanie korpusowe pozwoliło potwierdzić hipotezę o znacznym rozprzestrzenieniu ukraińskich toponimów w polskim dyskursie medialnym w ciągu 2022 – początku 2023 roku. Ponadto, pozwoliło ono na identyfikację poszczególnych nowo wprowadzonych nazw ukraińskich miejscowości, w tym Bucza, Bachmut, Siewierodoneick, Izium, Irpiń, Lisiczańsk, Melitopol, Hostomel, Kramatorsk, Słowiańsk, Wyspa Wężowa, Enerhodar, Borodziańska, Kachowka i inne.

Wysoka częstość występowania ukraińskich toponimów w języku środków masowego przekazu świadczy o nieustannym rozwoju słownictwa polszczyzny oraz jej wzbogacenia nowymi leksykalnymi jednostkami.

## LITERATURA

- Internetowa encyklopedia PWN. (б. д.). <https://encyklopedia.pwn.pl/>  
Krawczuk, A. (2011). *Leksykologia i kultura języka polskiego*, t. 1–2.  
MoncoPL: Wyszukiwarka korpusowa Monco. (б. д.). <https://monco.frazeo.pl>  
Pezik, P. (2020). Budowa i zastosowania korpusu monitorującego MoncoPL. *Forum Lingwistyczne*, 7(7), 133-150.  
<http://doi.org/10.31261/FL.2020.07.11>

## THE USE OF TURKISH THREE-COMPONENT WORD COMBINATIONS IN THE ARTISTIC STYLE TEXTS

**Stavska A. S.**

*Kyiv National Linguistic University*

Academic supervisor: **Ksiondzyk N. M.**

*Kyiv National Linguistic University*

For a long time, the object of numerous centuries-old linguistic research was simple linguistic units of different levels of the language structure. The researchers tried to focus their attention on analyzing the smallest indivisible parts of the sign system, which then form complex constructs. Therefore, complex formations were not included in the list of occasional topics of linguistic research for some period. However, M. V. Balko in her work, notes that the features of creating complex constructions is characterized not by the interaction between its components, but by their interpenetration. One of these units-formations she phrases “the interpenetration of the components of which occurs in a specific way” (Balko, 2013, p. 15).

A word combination is a syntactic nominative unit, which, according to Zagnitko A. P. and Mironova G., can be formed only based on a subordinate relationship. (Zagnitko & Mironova, 2014, article 20) unlike a sentence, a phrase does not have a category of predictability, modality, or intonation completeness (Dudko & Dzyuman, 2015, Article 119) and must contain at least two components

expressed in full-meaning language units. At the present stage of linguistics development, there are the following types of phrases: 1) by semantic-meaningful relations; 2) by morphological expression of the main word; 3) according to the degree of fusion of the components of the phrase; 4) by structure (Zagnitko & Mironova, 2014, pp. 21–26).

If in the Ukrainian linguistic tradition there is a lot of research related to phrases, in the Turkish language there is an acute lack of attention on the part of researchers in this matter. Among the works on the three-component phrases, we can distinguish the Ukrainian turkologist Teleshun K. O. In her work, she analyzed the “formal structural features of three-component lexical units and methods of their layout in the Turkish professional language of trade” (Teleshun, 2016, p. 192). This work is focused on the analysis of terminology, while it is equally important to trace the features of the use of such phrases in various genre styles of the Turkish language.

In the course of our research, we worked out sources of original Turkish fiction of various genres. During the analysis of the selected sources, attention was paid to three-component phrases, where the second component is a certain name of the action (infinitive or verbal noun). Considering the structural features of simple phrases in Turkish and the types of connections, we were able to identify several types of three-component syntactic nominative units. To reproduce their models based on the structural components of Teleshun K. A., the following designations were created and used:  $\dot{\mathbf{I}}\mathbf{s}$  – the main word expressed by a noun with a third-person singular possessiveness affix;  $\dot{\mathbf{I}}\mathbf{s}_1$  – noun/pronoun with indirect case;  $\dot{\mathbf{I}}\mathbf{s}_2$  – noun / pronoun with accusative case;  $\dot{\mathbf{I}}\mathbf{s}_3$  – noun/pronoun with an unformed accusative case;  $\mathbf{Bt}$  – indefinite article “bir”;  $\dot{\mathbf{I}}\mathbf{f}_1$  – verbal noun;  $\dot{\mathbf{I}}\mathbf{f}_2$  – verbal noun with a formalized genitive case. As a result of the processed materials, the following models of three-component phrases were identified in terms of the frequency of use in Turkish-language literary texts:

$\dot{\mathbf{I}}\mathbf{s}_2 + \dot{\mathbf{I}}\mathbf{f}_2 + (\mathbf{Bt}) + \dot{\mathbf{I}}\mathbf{s}$  is formed on the basis of complete control of two secondary components and complete coordination of the main and secondary components by or without using the indefinite article “bir”. For example: kocasını geri almanın bir yolu – a way to get his husband back (Budayıcıoğlu, 2022, p.15); kendimizi kandırmanın gereği – the need to deceive yourself (Çetinkaya, 2020, p. 31).

$\dot{\mathbf{I}}\mathbf{s}_3 + \dot{\mathbf{I}}\mathbf{f}_2 + \mathbf{Bt} + \dot{\mathbf{I}}\mathbf{s}$  is based on incomplete management of secondary components and full coordination of the main and secondary components with the use of the article “bir”. For example: ilişki kurmanın bir yolu – a way to build relationship (Budayıcıoğlu, 2022, p.14).

$\dot{\mathbf{I}}\mathbf{s}_3 + \dot{\mathbf{I}}\mathbf{f}_1 + \dot{\mathbf{I}}\mathbf{s}$  is formed on the basis of incomplete management of secondary and incomplete coordination of the main and secondary words. For example: acı çekme sırası – turn to endure pain (Budayıcıoğlu, 2022, p.15).

$\dot{\mathbf{I}}\mathbf{s}_2 + \dot{\mathbf{I}}\mathbf{f}_1 + \dot{\mathbf{I}}\mathbf{s}$  is based on complete control of secondary lexical units, the connection of which is expressed by the presence of the accusative case, and incomplete coordination of the main and dependent words. For example: kendini affettirme bahanesi – a reason to make him forgive himself (Budayıcıoğlu, 2022, p.19); suyu nakletme görevi – a duty to deliver water (Bahadiroğlu, 2022, p.101).

$\dot{\mathbf{I}}\mathbf{s}_1 + \dot{\mathbf{I}}\mathbf{f}_1 + \dot{\mathbf{I}}\mathbf{s}$  is formed on the basis of complete control of secondary lexical units, the connection of which is expressed by the presence of an indirect case, and incomplete coordination between the main and secondary components. For example: evde yaşama şansı – chance to live at home (Çetinkaya, 2020, p. 28).

$\dot{\mathbf{I}}\mathbf{s}_1 + \dot{\mathbf{I}}\mathbf{f}_2 + (\mathbf{Bt}) + \dot{\mathbf{I}}\mathbf{s}$  is based on complete control of secondary lexical units, the connection of which is expressed by the presence of an indirect case, and complete agreement between the main and secondary components of the phrase by or without using the indefinite article “bir”. For example: ona yaşmanın yolu – a way to get closer to it; evden kaçmanın bir yolu – a way to escape from home (Budayıcıoğlu, 2022, p.16,14).

So, summing up all the above information, it is worth noting the urgent need for further study of complex three-component phrases, especially their role in the Turkish grammatical picture of the world.

### ЛІТЕРАТУРА

- Загнітко, А. П., Миронова, Г. (2014). Словосполучення як синтаксична одиниця. *Синтаксис української мови: теоретико-прикладний аспект*, 20–26.
- Балко, М. В. (2013). Словосполучення сучасної української мови на тлі граматики конструкцій. *Science and Education a New Dimension: Philology*, 25–29.
- Дудко, І. В., Дзюман, Н. П. (2015). Функції займенника у ролі головного компонента в структурі підрядного словосполучення. НПУ ім. Драгоманова. 119–129 с.
- Телешун, К. О. (2016). Структурне моделювання трьохкомпонентних термінів торгівлі турецької мови. *Наукові записки Національного університету Острозька академія. Серія: Філологічна*, (63), 192–195.
- Bahadıroğlu, Y. (2022). Mimar Sinan Mimarideki Osmanlı Mührü (2. baskı). Panama Yayın.
- Budayıcıoğlu, G. (2022). Kral Kaybederse (14. baskı). Remzi Kitabevi.
- Çetinkaya, M. (2020). Yarınlr Güzel Olsun. Olimpos Yayınları.

### STILFUNKTIONEN DER WIEDERHOLUNG IN DER POESIE VON MASCHA KALEKO

**Stechyshyn M. A.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Sereda N. A.**

*Doktorin, Dozentin*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Die Repetitio (aus dem Lateinischen “*repetere*” – “*wiederholen*”), oder Wiederholung ist ein Stilmittel, das sich in allen Formen der Literatur findet. Es ist die Wiederkehr eines einzelnen Wortes oder einer Reihe von Wörtern



in derselben Zeile oder Zeilenfolge. Es gibt viele Arten und Funktionen von Wiederholungen. Wiederholungen können die Gefühle der Rezipienten (Leser, Zuhörer) beeinflussen, daher werden die Funktionen von Wiederholungen in Mascha Kalekos Poesie in dieser Arbeit analysiert.

Die Wiederholung wird oft verwendet, um einige der formalen Komponenten der Poesie wie Metrum und Reim zu ergänzen oder sogar zu ersetzen:

*“Kein Wort vermag Unsagbares zu sagen.*

*Drum bleibe, was ich trage, ungesagt.*

*Und dir zuliebe will ich nicht mehr klagen.*

*Denn du, mein stolzer Sohn, hast nie geklagt.”* (Zoch-Westphal).

In gewisser Weise kann sich Wiederholung auf die Wiederholung bestimmter Laute beziehen. Wiederholte Laute werden verwendet, um Reime zu erstellen, was in Poesie üblich ist. Einige Dichter glauben, dass eine bestimmte Gruppe von Klängen in einem Gedicht einen bestimmten Effekt erzeugen oder verhindern wird, indem sie Form mit Form vergleichen. Wiederholung kann bedeuten, bestimmte Laute zu wiederholen, um bestimmte Effekte zu erzeugen, wie z. B. Alliterationen:

*“Mich ruft mein Gemahl”* (Zoch-Westphal).

Ich kann vermuten, dass Mascha Kaleko in diesem Gedicht meinte, dass eigentlich alle kulturellen Errungenschaften von Männern geschaffen wurden. Wenn man sich diese Assimilation ansieht, sieht man, dass der Buchstabe “m” oft wiederholt wird. Es ist auch davon auszugehen, dass diese Wiederholung von “m” teilweise auch mit dem Wort “Mann” kombiniert wird.

Viele Dichter konzentrieren sich mindestens genauso sehr auf den Ton und Rhythmus ihrer Gedichte wie auf die Bedeutung, und die Wiederholung ist ein mächtiges Werkzeug.

Eine der häufigsten Verwendungen von Wiederholungen in der Poesie besteht darin, ein Wort oder einen Satz zu unterstreichen, z. B. um die Aufmerksamkeit auf ein Thema zu lenken oder eine andere Verwendung eines Wortes zu zeigen:

*“Vor meinem eignen Tod ist mir nicht bang,*

*Nur vor dem Tode derer, die mir nah sind.*

...

*Bedenkt: den eignen Tod, den stirbt man nur,*

*Doch mit dem Tod der andern muß man leben”* (Zoch-Westphal).

Die Anzahl der Wiederholungen ist sehr unterschiedlich. Einige Gedichte wiederholen dasselbe Wort oder dieselben Wörter in jeder Zeile, während andere es über zwei oder mehr Zeilen in einem Gedicht wiederholen. Wiederholung als Stilelement bringt Klarheit im Text. Mehrdeutigkeit wird dann vermieden. Die Bedeutung ist klarer. Der Text sieht logischer aus:

*“Jage die Ängste fort*

*Und die Angst vor den Ängsten”* (Zoch-Westphal).

Mascha Kaleko verwendet auch Wiederholungen, um die Hauptsache zu betonen und bestimmte Gefühle der Figur in der Poesie auszudrücken. Einige Aussagen können expressiver sein:

*“sag ich nun land statt Land,*

*sag ich für Heimat homeland”* (Zoch-Westphal).

Wiederholung kann auch als Verzögerungsmaßnahme wirken. Dies fördert eine Verzögerung der vom Leser erwarteten Handlungsentwicklung, was ebenfalls eine besondere Spannung erzeugt:

“*Kein Wort. Kein Wort. Gefährte meiner Trauer!*” (Zoch-Westphal).

Alle Wiederholungen sind insofern polyfunktional, als sie mehrere Funktionen gleichzeitig auf einer einzigen Ebene ausführen können. Es ist schwierig, eine bestimmte Beziehung zwischen der Art (Unterart) der Wiederholung und der Funktion im Text herzustellen. Alle Arten können fast jede Funktion vollständig erfüllen. Wie vielseitig das Stilmittel der Wiederholung ist, zeigen die Gedichte von Mascha Kaleko.

## LITERATUR

- Novotny, E. (2008). *Stilistik der deutschen Sprache*. Klaipeda Universität.  
Sowinski, B. (1931). *Deutsche Stilistik: Beobachtungen zur Sprachverwendung und Sprachgestaltung im Deutschen*. Fischer Taschenbuch Verlag.  
Zoch-Westphal, G. *Dedichte*.  
<https://www.maschakaleko.com/gedichte>.

## DISCURSIVE STRATEGIES OF SHAPING MORAL EMOTIONS IN ENGLISH AUTHOR'S FAIRY TALES OF THE 19TH CENTURY

**Suslo M. O.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Pinich I. P.**

*CSc. (Candidate of Philology), Associate Professor  
Kyiv National Linguistic University*

English fairy tales are seen as particularly interesting sources for the study of their edifying value. Emotional load of fairy tales leaves a lasting impression on the reader's worldview and makes the first authoritative evidence of the ethical standards of every particular community (Bugasheva-Koleva, 2015, p. 4).

A common distinction is made between two types of fairy tales: those created by a specific author, and those, which establish a legacy of oral tradition of a particular culture. Author's fairy tales are stories written by a single author rather than passed down the generations and draw on elements of traditional folklore (Миркович, 2017, p. 87).

The main function of author's fairy tales is to teach children how to behave, act and react in everyday situations. Adults use fairy tales as a way to convey paramount life lessons to the younger generation. Therefore, preformed messages, feelings, beliefs, and values are expressed through the interaction between the characters in a simple understandable way to evoke moral emotions in the readership. The emotional richness and variety of the fairy tale are key in the process of perceiving the fundamental idea and forming moral conclusions. There are two most intense emotional charges of the story: at the beginning of the tale and at the end of the

story when it reaches the climax and provides thought-provoking consequences to readers (Volkova, Mohler, Meurers, Gerdemann, & Bülthoff, 2010, p. 104).

To figure out and analyze the procedure of shaping moral emotions in fairy tales the tool of discursive strategy is employed. A discursive strategy is a cognitive and lingual phenomenon in the way it manages to incur contextually stipulated social stereotypes through a set of language means (Фролова, 2006, p. 208).

In the analyzed English fairy tales rewritten by Joseph Jacobs, two strategies for shaping moral emotions have been discovered: the strategy of condemnation and the strategy of ridicule. Both of these strategies are deployed in communicative situations which include at least two actors at a specific moment of their interaction and the ensuing attitudinal judgment of the behaviour of one of them. Let us look at the examples:

(1) *As he drew near to the wood where he had left his wife, he heard a parrot on a tree calling out his name: "Mr. Vinegar, you foolish man, you blockhead, you simpleton; you went to the fair, and laid out all your money in buying a cow. Not content with that, you changed it for bagpipes, on which you could not play, and which were not worth one-tenth of the money* (Jacobs, 2005, p. 25).

In this excerpt, the strategy of condemnation conveys other-directed humiliation in a range of parallel syntactic constructions. The addressee becomes an object of disapproval and criticism. The disgrace as a target response triggers self-conscious emotions (shame, embarrassment, guilt) aimed at policing actions or behaviours deemed unacceptable, inappropriate, or unreasonable.

The strategy of ridicule works in a similar fashion. However, the consequence of the discursive act might change depending on the recognition of the strategy. Here we have the next fairy tale fragment:

(2) *"Moon's tumbled into the pond, and we can't rake her out anyhow!" So the gentleman burst out a laughing, and told them to look up into the sky, and that it was only the shadow in the water. But they wouldn't listen to him, and abused him shamefully, and he got away as quick as he could* (Jacobs, 2005, p. 14).

The main character of the fairy tale who planned to ridicule the situation experienced shame, fear, and confusion himself when the stupid audience made a difference by acting angrily and aggressively. In this case, the flexibility of the discursive strategy is visible while the perlocutionary effect proves constitutive in meaning construction.

The analysis of the given instances demonstrates the general algorithm for the study of discursive strategies in shaping moral emotions in author's fairy tales. The method applied to English fairy tales is universal and can be used to study non-English fairy tales as well.

## REFERENCES

- Миркович, І. Л. (2017). Англомовний казковий дискурс у контексті лінгвокультури. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 31(2), 86–89.
- Фролова, І. (2009). Дискурсивна стратегія як когнітивно-комунікативний феномен. *Культура народів Причорномор'я*, 82, 207–209.

- Bagasheva-Koleva, M. (2013). Emotional Language in Fairy Tales. A contrastive analysis of the expressive means used in fairy tales in English, Russian and Bulgarian. *Времената отлитат, написаното остава (сборник посветен на доц. д-р Ани Леви)*. Нов български университет, 52–60.
- Jacobs, J. (2005). *English fairy tales collected by Joseph Jacobs*. A Pennsylvania State Electronic Classics Series Publication.
- Volkova, E. P., Mohler, B., Meurers, D., Gerdemann, D., & Bülhoff, H. H. (2010). Emotional perception of fairy tales: achieving agreement in emotion annotation of text. *Proceedings of the NAACL HLT 2010 Workshop on Computational Approaches to Analysis and Generation of Emotion in Text*, 98–106.

## **DAS KONZEPT UND DIE BESONDERHEITEN DES JUGENDWORTSCHATZES (STUDENTENSLANG)**

**Synchuk D. M.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Bilous O. M.**

*Doktorin, Professor*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Die Begriffe “Jugendwortschatz” und “Studentenslang” stehen in Zusammenhang mit den Studien der Lexikologie und Soziolinguistik. Sie beschreiben Wörter, Ausdrücke und Redewendungen, die typisch für die Jugendkultur und das studentische Umfeld sind. Der Jugendwortschatz wird von jungen Menschen verwendet, um ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Gruppe zu unterstreichen.

Studentenslang ist eine Reihe von informellen Ausdrücken, Phrasen und Wörtern, die von Studenten im täglichen Leben und in der Kommunikation verwendet werden. Dieser Slang kann neue Ausdrücke und Konnotationen gängiger Wörter enthalten, die für das studentische Publikum eine besondere Bedeutung haben, manchmal mit Bezug auf bestimmte Situationen oder Geschichten.

Diese Konzepte werden sowohl von ukrainischen als auch von deutschen Forschern berücksichtigt. Die Arbeit von I. M. Miroshnyk (2013) untersucht zum Beispiel den Jugendwortschatz als wichtigen Bestandteil des soziolinguistischen Porträts der Gesellschaft. Der Autor untersucht das Konzept des Jugendwortschatzes, beschreibt die Besonderheiten seiner Verwendung und seine Rolle bei der Gestaltung der Jugendkultur. Insbesondere weist der Autor darauf hin, dass der Jugendwortschatz ein wichtiges Instrument ist, um die Identität und soziale Zugehörigkeit junger Menschen auszudrücken (S. 85–88).

Die Jugendsprache hat ihre Eigenheiten, die sie von der Sprache anderer sozialer Gruppen unterscheiden. In dem Artikel “Studentenslang als soziolinguistisches Phänomen” untersucht der Autor M. O. Luchenko (2011) die Besonderheiten der Jugendsprache im Kontext des studentischen Umfelds. Der Autor ist der Ansicht,

dass der Studentenslang ein wichtiges soziolinguistisches Phänomen ist, das nicht nur die Besonderheiten der Jugendkultur, sondern auch sozioökonomische und politische Veränderungen in der Gesellschaft widerspiegelt. Eine der Besonderheiten der Jugendsprache, auf die der Autor aufmerksam macht, ist die Verwendung von Abkürzungen und Akronymen (s. 152–156).

In dem Artikel „Linguistische Merkmale des Jugendslangs“ untersucht der Autor V. O. Klymenko (2008) die sprachlichen Merkmale des Jugendslangs, der ein wesentlicher Bestandteil der Jugendkultur ist. Einer der Hauptaspekte, auf den der Autor aufmerksam macht, ist die Verwendung eigener Sprachformen durch Jugendliche, die nicht immer den allgemein anerkannten Normen der Literatursprache entsprechen. Der Autor stellt auch fest, dass der Jugendslang in der Sprache von Frauen und Männern seine Eigenheiten hat. Insbesondere verwenden Männer mehr Vulgarismen und Obszönitäten, während Frauen mehr emotional gefärbte Wörter und Ausdrücke verwenden (s. 20–22).

Die Besonderheiten des Jugendwortschatzes sind: informeller Charakter; Kurze und Abkürzungen; Neologismen (neu geschaffene oder aus anderen Sprachen entlehnte Wörter); Begriffe aus dem Internet; internationale Wörter (aus anderen Sprachen, einschließlich dem Englischen, entlehnte Wörter, die ohne Übersetzung verwendet werden); Ausdruckskraft (Wörter und Ausdrücke, die eine emotionale Färbung haben); regionale Varianten.

Einige Beispiele für den Jugendwortschatz sind: *“Chillen”* – entspannen, nichts tun; *“Crush”* – jemand, in den man verliebt ist oder eine Schwärmerei hat; *“Gonn dir”* – sich etwas gönnen, sich belohnen; *“Yolo”* – “You only live once”, man lebt nur einmal; *“Fly sein”* – gut aussehen oder cool sein; *“Gammeln”* – faulenzen oder nichts tun; *“Lauft bei dir”* – gut gemacht, Glückwunsch; *“Hater”* – jemand, der Hass oder negative Kommentare verbreitet; *“Swag”* – eine Art von Stil oder Attitude; *“Smombie”* – ein Mensch, der ständig auf sein Smartphone starrt.

Die Untersuchung des Jugendwortschatzes ermöglicht ein besseres Verständnis der kulturellen Besonderheiten der Jugendkultur und des studentischen Umfelds und hilft bei der Entwicklung wirksamer Methoden für den Sprachunterricht und die Kommunikation mit jungen Menschen. Der Jugendwortschatz in der Sprache junger Menschen spielt eine wichtige Rolle bei der Selbstdarstellung und der Identifikation mit einer bestimmten sozialen Gruppe. Die Verwendung von spezifischem Vokabular hilft jungen Menschen zu zeigen, dass sie zu einer bestimmten kulturellen und sozialen Gruppe gehören, stärkt ihre Beziehungen zu Gleichaltrigen und trägt zur Bildung ihrer eigenen Identität bei.

## LITERATUR

- Miroshnyk, I. M. (2013). Der Jugendwortschatz als Bestandteil des soziolinguistischen Portrats der Gesellschaft. *Bulletin der Nationalen Universität Chmelnyzkyj*, 6, 85–88.
- Kachala, I. V. (2013). Der Wortschatz des Jugendjargons als eine Manifestation der sozialen Identität. *Wissenschaftliche Mitteilungen der Staatlichen Pädagogischen Universität Berdjansk*, 10, 101–105.

- Klymenko, W. O. (2008). Linguistische Merkmale des Jugendjargons. *Jugend und Markt, 1*, 20–22.
- Luchenko, M. O. (2011). Studentenslang als soziolinguistisches Phänomen. *Wissenschaftliche Mitteilungen der Staatlichen Pädagogischen Universität Winnyzja Mykhailo Kotsiubynskyi. Reihe: Philologische Wissenschaften, 9*, 152–156.

**TYPES OF PHRASEOLOGICAL UNITS  
OF CONTEMPORARY AMERICAN FICTIONAL DISCOURSE  
AND FEATURES OF THEIR TRANSLATION INTO UKRAINIAN**

**Tomin A. V.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Ivanenko K. V.**

*Kyiv National Linguistic University*

During the existence of each language, it accumulates a large number of great and well-aimed expressions that are firmly fixed in people's speech. Phraseology is a set of fixed expressions that have an independent meaning. Phraseological phrases are a source of unexpected puns, jokes and non-trivial images. (Корунець, 2005, c. 177]

Many foreign linguists have addressed the issue of using phraseological units in fictional discourse: White, J. G; Aikhenvald, A. Y; Logan P. S; Sailer M. and so on. As a rule, English phraseological units are divided according to semantic features, origin and structure. For example, M. Sailer classifies phraseological units in terms of the concepts they express, such as: sun, month, day, animal, wind, etc. (Sailer, 2017, c. 58).

When learning a language, mastering phraseology also contributes to the formation of sociocultural competence, since most phraseological units reflect the long history of English culture.

The relevance of the study is due to the importance of studying, understanding, and using phraseological units in our speech, as well as its translation into our language.

The object of the study is the phraseological units of modern contemporary discourse, that are used in fictional discourse. The subject of the research is the methods and techniques of rendering the phraseological units of fictional discourse from English into Ukrainian.

In our work, we will touch upon one of the works of Richard Rodriguez "Ojala" and analyze the phraseological units in it, as well as options for their translation into Ukrainian

In modern English, imaginative language units include phrases with a figurative meaning. In turn, figurative phraseological units are divided into parts that have a figurative meaning in general and combinations with individual figurative components. (Sailer, 2017, c. 97).

In addition, we will also present the following types of phraseological units (Ющук, 2012, c. 84):

1. Phraseological fusion, when the integral meaning of the saying does not depend in any way on the meaning of the individual words included in it: The woman says out loud, not to me, not to anyone – a thought balloon.

2. Phraseological units, motivated by the figurative meaning of the words included in it: An increasing numbers of Muslims declare war in their hearts.

3. Phraseological combination, motivated by the direct meaning of words: A few yards from my departure gate.

Needless to say, that an analysis of material shows that Richard Rodriguez resorts to the use of phraseological units in his works of various types, some of which will be discussed further.

Translation of phraseological units, especially figurative ones, presents significant difficulties. We will consider a number of methods for translating phraseological units and analyze their application in practice.

1. Choosing of equivalent.

The action of the terrorists was a human action, conceived in error – a benighted act – Вчинок терористів – людський вчинок, породжений помилкою, – темне діяння.

2. Choosing of analogue

The power the young have over the old is the spirit of an age – Влада, яку молоді мають над старими, – дух часу.

3. Descriptive translation

We understand what they are saying, young men writhing on gurneys – Ми розуміємо, що вони кажуть, ці молоді хлопці, які звиваються від болю на ношах.

4. Lexical translation

Lexical translation or replacement is resorted to when in the source language the concept is denoted by a phraseological unit, and in the translating language by a lexeme:

But we knew they were people, they were not cinders or the leaves of calendars – але ми знали, що то люди, а не попіл і не зірвані аркуші календаря.

5. Contextual translation

Contextual translation is the selection of a phraseological unit of contextual correspondence, logically related to it and different from vocabulary: I want to taste their curses on my tongue – Хочу смакувати їхні прокльони на своєму язичку.

6. Antonymic translation

I was directed to accompany another officer to a no man's room for a second scrutiny – Зі ще одним службовцем мене відправили до безлюдної кімнати на повторний обшук.

7. Total reorganastion Total reorganastion is used in cases where the meaning of a phraseological unit cannot be determined based on semantics:

We of the congregation could not see that with our minds' eyes – Усі ми, члени релігійної спільноти, не могли відчути це своїм нутром.

Finally, phraseology is a complex phenomenon that requires special attention of translator. We singled out the 7 methods of reproducing phraseological unit.



The main criterion for choosing a translation method should be the degree of equivalence of the translated sentence.

Furthermore, more works by Richard Rodriguez and other ways of translating phraseological units may be considered in future research.

### LITERATURE

Ющук, І. П. (2012). Практикум з правопису і граматики української мови. Освіта.

Sailer, M. (2017). *Phraseology and multiword expressions*. Language Science Press.

Корунець, І. В. (2008). *Вступ до перекладознавства*. Нова Книга.

Баранцев К. (2005). *Англо-український фразеологічний словник*. 2-ге вид. Т-во “Знання” України.

Річард, Р. (2018). *Ojala : есей (7-ме вид.)*. Всесвіт.

## LEXICAL AND GRAMMATICAL FEATURES OF INTERNET COMMUNICATION

**Tsiura O.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Shutova M. O.**

*Doctor of Linguistics*

*Kyiv National Linguistic University*

We live in the era of digital technologies and age of the Internet. The Internet plays a very important role in human life. We cannot imagine studying or working without its use. Therefore, we can safely say that the Internet has taken over the world. With the help of the Internet, we can communicate with people all over the world, run a business, or work remotely.

The Internet is a widespread concept around the world. It has many common meanings, for example, the Oxford Dictionary defines the word “Internet” as an international computer network that connects other networks and computers, allowing people to exchange information around the world (Britannica, 2021).

The emergence of Internet communication and its development has affected not only the connections between people in society, but also the economy, business, education and science, medicine and logistics. For example, a doctor can make an appointment with a patient and prescribe the right treatment via web chat.

Statistics for 2021 show that 4.7 billion people in the world currently use social media as their primary means of communication and 5.3 billion people are Internet users. Communication on the Internet has made people’s lives much easier. The lexical items used in online communication have also undergone certain changes: shortening of words, use of slang, shortening of expressions, grammatical forms, etc. (Statista, 2022).

The Internet is a huge communications facility which consists of a world-wide network of computer networks deployed to communicate information. A “content

provider” uploads his or her data, usually in the form of a website, to a host server. The content is then forwarded to a destination computer (the end user). End users and content providers can connect to the Internet with a modem under contract with an Internet Service Provider (Crystal, 2006).

The lexical and grammatical features of Internet communication include a wide range of expressive means used in written and spoken language on the Internet. These features may include the use of abbreviations, acronyms, emoticons, slang and jargon, English words and expressions, spelling and punctuation errors, virtual assistants, voice messages, social networks, and others.

One of the main features of Internet communication is the use of abbreviations and acronyms that save time and space in written and spoken language. For example, the abbreviation “LOL” means “laugh out loud” and “BRB” means “be right back”.

Another feature is the use of English words and expressions, which reflects the influence of American culture on the speech of Internet users. For example, the word “okay” can be written in different ways: “ok”, “k”, “kk”, “kay”.

One more feature is the use of emoticons, which help to express the emotions and mood of communication participants. Emoticons can be standard, such as:) (smiling face), or created by the user, for example, emojis (Tagg, 2012)

The use of slang and jargon is another feature of Internet communication. Slang and jargon can be understandable. Writing formal and informal emails online has different lexical and grammatical features. In addition, the addressee should try to write as simply and clearly as possible, and not make the letter longer than necessary. For an official letter, the header is an important nuance, consisting of your address and date. The return address should be written in the upper right corner of the letter (Thurlow & Mroczek, 2011).

In writing an informal letter, the rules of structure are preserved, but as for the lexical composition and grammatical structures, the use of abbreviations of grammatical tenses is allowed, and the use of abbreviations is permitted (Baron, 2008).

Thus, the lexical and grammatical features of Internet communication are an integral part of modern language practice. They arise from the need to save time and space, but also reflect the influence of American cultural and technological development on the language. The use of abbreviations, acronyms, emojis, slang, and jargon has become the norm in online communication and has its own rules of usage and interpretation. These speech characteristics are reflected in text messages, emails, social media and other forms of online communication accordingly.

In addition, these speech features can influence language development and change writing standards. On the one hand, they allow users to communicate and express themselves more effectively, and on the other hand, they lead to distortions of language rules and standards.

In general, the study of lexical and grammatical features of Internet communication is an important aspect of language analysis that can help in understanding and evaluating current language trends and changes.

## REFERENCES

- Crystal, D. (2006). *Language and the Internet*. Cambridge University Press.  
<https://www.cambridge.org/core/books/language-and-the-internet/7A48C1BE95C7C26E67AA32992F8B6C28>
- Baron, N. S. (2008). *Always on: Language in an online and mobile world*. Oxford University Press.  
<https://global.oup.com/academic/product/always-on-9780195313055?cc=us&lang=en&>
- Thurlow, C., & Mroczek, K. (Eds.). (2011). *Digital Discourse: Language in the New Media*. Oxford University Press.  
<https://global.oup.com/academic/product/digital-discourse-9780199795437?cc=us&lang=en&>
- Tagg, C. (2012). "Tweeting at the Altar: An Analysis of Twitter Use in a New Zealand Marriage Equality Campaign." *Journal of Communication Inquiry* 36(3): 273–290.  
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0196859912448891>
- Britannica, "Internet. Computer network."  
<https://www.britannica.com/technology/Internet>
- Oxford dictionary online.  
<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/internet?q=internet>
- Statista. (2022). Number of internet and social media users worldwide as of July 2022.  
<https://fr.statista.com/statistiques/1350675/nombre-utilisateurs-internet-reseaux-sociaux-monde/>

## ÜBERSETZUNG VON PHRASEOLOGISCHEN EINHEITEN MIT SOMATISCHER KOMPONETE: LINGUOKULTUROLOGISCHER ASPEKT

**Usatenko D. R.**

*Nationale linguistische Universität Kyjiw*

**Petrotschuk O. W.**

*Doktor, Dozentin*

*Nationale linguistische Universität Kyjiw*

Phraseologische Somatismen sind bildhafte Repräsentanten nationaler und kultureller Stereotypen eines Volkes, die sich auf der Grundlage langjähriger sozialer Erfahrung herausbilden und von der ethnischen Zugehörigkeit und dem geistigen Gesicht des Volkes zeugen. Sie bestehen aus Wörtern, die zusammen eine phraseologische Einheit bilden, die eine spezifische Bedeutung hat, die nicht immer verstanden werden kann, wenn man nur die einzelnen Komponenten des Wortes kennt. Phraseologische Somatismen haben ihre eigenen nationalen und kulturellen Eigenheiten, so dass die Übersetzung phraseologischer Somatismen für Übersetzer eine schwierige Aufgabe darstellen kann.

Die Wissenschaftler unterscheiden zwei Hauptarten der Übersetzung stabiler Phrasen: phraseologische und nicht phraseologische (Влахов, 1980):

Phraseologisches Äquivalent. Hierbei handelt es sich um die Verwendung der entsprechenden Phraseologie in der Zielsprache, da sie nicht nur die Übertragung der Bedeutung, sondern auch die Wiedergabe der Bildhaftigkeit und Ausdruckskraft des deutschen Ausdrucks gewährleistet. (*böse Zunge, Giftzunge* – злий язик; *der Fisch fängt am Kopf an zu stinken* – риба починає смердіти з голови; *einen klaren Kopf haben* – мати ясну голову). Es gibt auch Teiläquivalente (*die Furcht hat tausend Augen* – страх має великі очі).

Phraseologische Analogien. Es gibt nur wenige Phrasen, die in ihrer Bedeutung übereinstimmen, daher sollte der Übersetzer eine Phrase verwenden, die in ihrer Bedeutung ähnlich ist, aber auf einem anderen Bild basiert: *Man müsste viel Brei haben, allen Leuten den Mund zu verstopfen* – До кожного рота не приставиш ворота; *etwas an den Fingern heranzahlen* – знати щось як свої п'ять пальців).

Wörtliche Übersetzung. Manchmal versucht ein Übersetzer, bei der Übersetzung einer Ausdrücke, für die es in der Muttersprache weder ein Äquivalent noch eine Analogie gibt, die Bildhaftigkeit des Originals zu erhalten, und greift auf die wörtliche Übersetzung zurück. Diese Methode kann verwendet werden, wenn die wörtliche Wiedergabe zu einem Ausdruck führt, dessen Bildsprache vom ukrainischen Leser leicht wahrgenommen werden kann und nicht den Eindruck erweckt, dass er nicht mit den allgemein üblichen Normen der ukrainischen Sprache übereinstimmt (*Hitzkopf* – вітряна голова; *den Kopf in den Sand stecken* – ховати голову в пісок; *über die/über beide Ohren verliebt sein* – закохатися по вуха; *aus dem Finger saugen* – висмоктати з пальця; *auf der Bärenhaut liegen* – бити байдики). Obwohl wörtlicher Übersetzung auf ein nicht ausreichend hohes Übersetzungsniveau hindeutet, stellt R. P. Soriwtschak (1989) fest, dass diese Technik recht bedeutsam ist, weil sie die gesamte nationale Besonderheit der Phraseologie bewahrt und die Denkweise einer anderen ethnischen Gruppe veranschaulicht, weil der Leser ständig das Gefühl haben sollte, ein fremdsprachiges Werk zu lesen, in dem die Besonderheiten einer anderen Kultur, die Realitäten eines anderen Lebens präsent sind (с. 82).

Deskriptive Übersetzung. Wenn eine deutsche Phraseologie keine Entsprechung oder Analogie in der Muttersprache hat und eine wörtliche Übersetzung zu einem unverständlichen Wortsinn führen könnte, sollte der Übersetzer auf die Übertragung von Bildern verzichten und eine beschreibende Übersetzung verwenden – mit einer Erklärung der Bedeutung der phraseologischen Einheit durch eine freie Wortkombination (*Grütze im Kopf haben* – бути розумним, догадливим; *Unsinn (Unfug) im Kopf haben* – бути дурним) (Влахов, 1980).

Kontextuelle Substitution in der Übersetzung bedeuten, dass der Übersetzer versucht, eine ukrainische Phraseologie zu finden, die zwar nicht der Bedeutung der deutschen Phraseologie entspricht, aber deren Bedeutung in einem bestimmten Kontext mit ausreichender Genauigkeit vermittelt. (*jemandem auf den Zahn fühlen* – випробувати на зуб, дізнатися правду; *ein Auge zudrücken* – закрити на це очі, прощати/ігнорувати порушення правил; *sich in den Finger schneiden* – прогавити свій шанс).

Es gibt also folgende Möglichkeiten, phraseologische Einheiten zu übersetzen: Übersetzung durch phraseologisches Äquivalent, phraseologische Analogie, beschreibende Übersetzung, kontextuelle Substitution und wörtliche Übersetzung. Die Wahl einer bestimmten Übersetzungsmethode hängt also von vielen Merkmalen der phraseologischen Einheiten ab, auch von kulturellen Merkmalen. Bei der Übersetzung muss der Übersetzer die Bedeutung, die Klarheit und die Ausdruckskraft der phraseologischen Einheiten erkennen und wiedergeben können, damit die nationale und kulturelle Besonderheit der phraseologischen Einheiten nicht verloren geht, da jede von ihnen ein kulturelles Bild der Welt zum Ausdruck bringt.

### LITERATUR

- Влахов, С. И. (1980). *Непереводимое в переводе. Международные отношения*.  
Зорівчак, Р. П. (1989). *Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія*  
(на матеріалі перекладів творів української літератури англійською  
мовою). Вид-во Львів.  
Duden. (1992). *Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Wörterbuch  
der deutschen Idiomatik*. Dudenverlag.

## GENERAL CHARACTERISTICS OF ECHO QUESTIONS

**Usik A. I.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Volkova L. M.**

*CSc. (Philology), Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

The criterion for distinguishing echo questions and questions-questions is the mandatory presence of the previous context (replica-stimulus) for the questions. Features of the implementation of the reaction (compared to the expected answer) to the question-request in structural, semantic and pragmatic aspects require further comprehensive research.

According to the type of the expected answer, three main classes of questions are distinguished:

1) General questions that require an affirmative or negative answer, for example, “*Did you yourself descend from the train at Vincovci?*” “*Yes, Monsieur*” (Doyle, 1993).

2) Special ones, which involve choosing an answer from an open set, for example,

“*When did you enter the room?*” “*It was about half-past four*”. “*How high was it?*” “*About 4ft. high*” (Doyle, 1993).

3) Alternative ones, the answer to which is chosen from one, two or more alternatives available in the question, for example,

“*Will that be cash or charge?*” “*Cash*” (Doyle, 1993).

In their turn, general questions according to the form (inversion of the auxiliary verb and subject) are divided into inverted and non-inverted (which are also called narrative or confirmatory). Interrogative questions and general non-inverted (affirmative) questions are characterized by a similar structure, but differ in the context of use. Confirmation questions can be used at the beginning of a conversation between two people and do not necessarily have to be a reaction to what has already been discussed. According to language researchers, the confirmatory question refers to previous data, which the speaker could obtain in various ways, and the purpose of the cross-examination question is to confirm the correctness of the perception of the statement that immediately precedes it. Situations (Doyle, 1993, Doyle, 1998) contain examples of confirmatory (affirmative and negative) questions and interrogative questions, respectively.

*Arbuthnot's name, age, home address and exact military standing were all ascertained. He proceeded: "It is that you come home from India on what is called the leave – what we can call en permission?" Colonel Arbuthnot, uninterested in what a pack of foreigners called anything, replied with true British brevity, "Yes" "But you do not come home on the P. & O. boat"*

*"No" (Doyle, 1993).*

In the example provided below – the situation of questioning a witness confirmatory questions are used to clarify the information already possessed by the detective (Poirot). Their form determines the choice of the answer and does not require details from the interlocutor.

*The manager said, "I'm so sorry, Miss Evans. Obviously there's been a mistake. "No, no", Dana said quickly. "I was shoplifting." She held out her hands. "You can arrest me." (Doyle, 1993).*

*The manager smiled. "I wouldn't dream of it. You can keep the dress, Miss Evans, with our compliments. We're flattered that you like it".*

*Dana stared at him unbelievably. "You're not going to arrest me?"*

*His smile widened. "I'll tell you what. I'll trade you the dress for an autograph. We're big fans of yours" (Doyle, 1993).*

In the situation provided above the question presents a cross-examination ("You're not going to arrest me?") and is connected with the previous replicas of the dialogue as formally (repetition of the lexeme *arrest*), as well as in content: it is used by the speaker (journalist reporter Dana, who simulated the theft of a dress in a clothing store in order to get to the police station and thus get rid of her pursuers who are waiting for her at the exit from the store) to check the correctness of the inference from what the interlocutor said (the Roma manager, who was called to the scene by the store employees). In addition to the request for information, the question-interrogation expresses Dana's mistrust (stared unbelievably) as it seems to her that there are all grounds for arrest, and she needs to correctly assess the situation. Also worthy of attention is the manager's answer, which does not contain an explicit expression of his position *Yes* or *No*, and instead begins with a somewhat evasive remark "I'll tell you what," to propose a compromise solution to the problem and satisfy both sides of the conflict (Gladush, 2005).

Summing up, the criterion for distinguishing these types of questions and questions-questions is the mandatory presence of the previous context (replica-stimulus) for questions-questions. The peculiarities of the implementation of the reaction (compared with the expected answer) to the question-interrogation in structural, semantic and pragmatic aspects require further comprehensive research.

### REFERNCESS

- Doyle, A. C. (1998). *The Best of Sherlock Holmes*. Wordsworth Editions Limited.  
Doyle, A. C. (1993). *The Case-Book of Sherlock Holmes*. Wordsworth Editions Limited.  
Gladush, N. F. (2005). *Pragmatic aspects of the utterance and discourse*. Vyd. Tsentr KNLU.

## LA INFLUENCIA DE LOS FACTORES SOCIOCULTURALES EN LA APARICIÓN DE NEOLOGISMOS

**Ustymchuk D. P.**

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

**Sudorzhenko G. P.**

*Candidata a doctora en Filología*

*Universidad Nacional Lingüística de Kyiv*

La lengua está en constante evolución. Todos los días sucede el proceso de conocer el mundo, la aparición de nuevos conceptos, cambios en la vida pública, progreso en ciencias y tecnologías. Esto requiere nuevas palabras para proporcionar a los hablantes.

En cuanto al término “neologismo”, significa una palabra nueva o combinación de palabras que pueden ser nuevas tanto según la forma como según el contenido. El estudio de neologismos permite describir nuevos procesos y fenómenos de idiomas, métodos de creación y características de uso, también explorar su estructura y semántica, clasificar nuevas palabras e investigar su influencia en el lenguaje y el cambio a lo que se refieren.

Recientemente, el rápido desarrollo de las tecnologías y el progreso científico en general la humanidad se identifica con radicales cambios sociales.

Observando la historia de una palabra, podemos rastrear la vida y la historia del hombre, la sociedad y hasta la humanidad y sus conexiones con culturas nacionales tradicionales. El desarrollo constante y continuo del vocabulario, su cambio cuantitativo y cualitativo se intensifican en períodos en que ocurren cambios en el sistema político, económico, cultural del país.

La orientación social de los neologismos es que, apareciendo en la lengua, denotan nuevos conceptos que surgen como resultado del desarrollo de la ciencia y las tecnologías, las nuevas condiciones de vida, pero sobre todo relaciones sociales y cambios culturales y políticos.



El primer factor es cultural, uno de los más populares porque cubre casi todas las esferas de la vida social de la humanidad. Es sabido que una de las principales fuentes de enriquecimiento del idioma español es el préstamo léxico de otros idiomas, especialmente en el ámbito cultural. El préstamo es el resultado de la interacción de diferentes personas en diferentes niveles (Castillo, 2002).

Un claro ejemplo de una fuente extralimitada de neologismos es el campo de la tecnología de la información. Hay una gran cantidad de neologismos informáticos y de Internet, que se distribuyen ampliamente en el idioma general.

Por ejemplo, la palabra *Internet* también sirvió como modelo para tales comunes innovaciones como *intranet*, *extranet*, *evernet* (RAE, 2001).

El segundo factor es social. El uso activo de neologismos en el léxico de uno acerca mucho a las personas de todo el mundo, porque si surge un concepto, debe aparecer su designación, lo que será claro para todos. Los neologismos parecen indicar los fenómenos de las tendencias de moda. Por ejemplo: la palabra *sayo* que indicaba una prenda de vestir holgada sin botones que cubría el cuerpo hasta la rodilla, pero hoy ha convertido en la palabra coloquial que significa cualquier vestido con la que se cubre el cuerpo.

El tercer factor es político. La vida política del mundo siempre ha sido, es y será el tema más popular para las conversaciones en todo el mundo. Es por eso que con esfera política, de numerosos discursos de políticos, de sus declaraciones en las redes sociales y durante las negociaciones comerciales los neologismos son activos llegar a “uso amplio” casi a diario. Entre los neologismos políticos más comunes se encuentra la palabra *franquista*, una persona que sigue la política española del dictador franco (ibid.).

La vida de los neologismos depende de muchos factores, sobre todo de la práctica social, de la necesidad de esta palabra para denotar los conceptos relevantes. Teniendo en cuenta las investigaciones existentes en el campo de la neología, se puede ver que el tema sigue siendo y seguirá siendo actual en el futuro, porque los idiomas del mundo se reponen constantemente con nuevas palabras en varias áreas.

Los neologismos están asociados prácticamente con todas las áreas de la sociedad moderna. Sirven para marcar los conceptos en tales áreas como el derecho, las tecnologías innovadoras, los medios de comunicación, la economía, la medicina, la moda, etc.

Vale la pena señalar que en el siglo XXI, el vocabulario de neologismos se distribuye activamente entre los medios de comunicación. Esto se debe al hecho de que los periodistas reaccionan rápidamente a los cambios que tienen lugar en la vida e influyen directamente en el surgimiento de nuevos conceptos que se utilizan activamente en el lenguaje de las publicaciones.

Recientemente, hoy en día, el inglés tiene una gran influencia en la lengua española. Los lingüistas españoles, científicos, periodistas, figuras públicas tales como F. Lázaro Carreter, A. Grijelmo, F. Rodríguez Adrados, F. Savater y otros señalan que existe crisis general de la cultura verbal en la sociedad española. Por lo tanto, se ve la tendencia de crear sus propios neologismos, un sinónimo de inglés, por ejemplo: *web* – *red*, *download* – *descargar*, *trash* – *basura*, *videogame* – *videojuego*, *computador* – *ordenador*, *search* – *buscador*, etc.

El estudio de neologismos debe pasarse a través del prisma de varias teorías científicas tales como estilísticas, lexicográficas, históricas y psicolingüísticas y necesitan un estudio profundo, detallado y argumentado para identificar cambios y tendencias en el desarrollo posterior de neologismos en la lengua española. Apelar al estudio de este tipo permitirá demostrar formas de funcionamiento de los neologismos y modos de su traducción en varias fuentes con énfasis en los aspectos específicos de la neologización de unidades lingüísticas en el proceso de comunicación.

## REFERENCIAS

- Castillo, M. N. (2002). *El préstamo léxico y su adaptación: un problema lingüístico y cultural*. Onomázein.  
Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española*. Espasa.

## VERBAL REPRESENTATION OF THE CONCEPT SUPERNATURAL IN HORROR FICTION (A CASE STUDY OF STEPHEN KING'S "IT")

**Vasylenko I. Y.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Kyrychenko I. S.**

*CSc. (Candidate of Philology), Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

One of the goals of numerous studies in the area of cognitive linguistics is to investigate how people organise their knowledge. According to Evans (2007) “the fundamental unit of knowledge central to categorization and conceptualization” is a concept (p. 31). Its multifaceted nature gives rise to a large number of interpretations. One of them is that a concept is a certain organised unit of memory that contains a body of verbal and non-verbal knowledge about an object acquired through the interaction of consciousness mental functions with the unconscious (Селіванова, 2011, p. 292).

A concept combines the national specificity of the world and the person’s individual experience. Dynamism and creativity, replenishment with new knowledge, non-isolation, conventionality, and vagueness are characteristics of a concept (Селіванова, 2011, p. 297).

The word “nature” implies something normal and expected, such as the physical world that surrounds us. Whereas “supernatural” means something beyond or above the natural; it is used to refer to any manifestation or event that cannot be explained rationally by the laws of science. Supernatural is “a comprehensive term that can be applied to any kind of story that in some way makes use of ghosts, ghouls, spectres, apparitions, poltergeists, good and evil spirits and things that go bump in the night; not to mention magic, witchcraft, marvels, talismans, the eerie atmosphere and the presence of the uncanny” (Cuddon, 2013, p. 695). It is all that does not fit in the everyday world. What distinguishes a simple fairy tale story from a supernatural story is the attitude of the characters towards the monsters

they encounter. In a fairy tale, supernatural beings are part of the ordinary world. Instead, in a supernatural story, people treat the monsters they encounter as abnormal, as violations of the natural order.

Stephen King's novel *IT* is an illuminating example of how people conceive of supernatural at different ages of their lives. It, as a supernatural being, has no permanent shape. The creature is an alien itself. Because it is a shape-shifter as well, it has no specific name. The monster has got an infinite variety of shapes because it transforms to adapt to each child's individual consciousness: "*I'd be afraid to look behind me because the clown might be there... or the werewolf... or Ben's mummy... or my bird*" (King, p. 286). It is difficult for humans to perceive the unusual, so supernatural beings choose the most understandable representation. They select their form based on what people are familiar with, and they use familiar voices: "*She told them about the voices. About recognizing Ronnie Grogan's voice. She knew Ronnie was dead, but it was her voice all the same*" (King, p. 260).

The approach of a supernatural being is preceded by omens. In the novel, this role is played by the smell. Throughout the novel, the smell of death and rot is always associated with the arrival of It: "*And yet under it all was the smell of flood and decomposing leaves and dark stormdrain shadows. That smell was wet and rotten. The cellar-smell*" (King, p. 18).

Supernatural beings come from places unknown to the human world. Their origins are often associated with places like oceans, deep caves, and outer space. They exist in dungeons, and sewers: "*How much of us was left behind here? he thought with sudden rising terror. How much of us never left the drains and the sewers where It lived . . . and where It fed?*" (King, p. 308) or "*Keep away from the sewers and drains,*" Bill said quietly. "*Keep away from empty places and deserted places. Stay out of trainyards. But most of all, stay away from the sewers and the drains*" (King, p. 373).

The majority of the population is unaware of supernatural manifestations. No one is interested in finding the real cause of a series of tragic events, aside from the main characters who managed to escape a paranormal encounter: "*But we all know that doesn't really cut it with the way the world is today. The communication web is there, and at some point the story should have broken nationally. But it didn't. And I think the reason is just this: It doesn't want it to*" (King, p. 316). This could be explained by the assumption that the specific location is under It's control. The city itself becomes part of the supernatural being: "*It was Derry,*" Don Hagarty said. "*It was this town*" (King, p. 32). Due to the localised nature of the monster, supernatural events do not go beyond a specific location.

Supernatural beings only appear if someone believes in their existence. The source of power for It is belief: "*...food may be life, but the source of power is faith, not food. And who is more capable of a total act of faith than a child?*" (King, p. 558).

The supernatural is not always active, it has periods of activity and hibernation. "*Often visited by ghosts or spirits, as in the pipes under the sink; to appear or recur often, as every twenty-five, twenty-six, or twenty-seven years...*" (King, p. 317). There might be a triggering event that awakens the creature: "*But if such*

*a sacrifice is needed to end each cycle, it seems that some similar event is needed to set each cycle in motion” (King, p. 402).*

Nowadays the concept is a common and significant term in modern linguistics. It is an idea or thought usually associated with something in the objective, natural world. The concept of the SUPERNATURAL means something beyond the natural way of the world, it is used to refer to any event or being that cannot be explained by the laws of science. The analysis of Stephen King’s novel “IT” revealed that the components of the concept of SUPERNATURAL are the presence of a creature as alien to humans that can change its shape, the presence of a mystery and unknown, the cyclical appearance of something beyond natural, the localisation of paranormal events.

## REFERENCES

- Селіванова, О. О. (2011). *Лінгвістична енциклопедія*. Довкілля-К.  
Cuddon, J.A. (2013). *A Dictionary of Literary Terms and Literary Theory*. Wiley-Blackwell.  
Evans, V. (2007). *A Glossary of Cognitive Linguistics*. Edinburgh University Press.  
King, S. (1986). *IT*. Hodder & Stoughton.

## LINGUISTIC AND METHODOLOGICAL COMPETENCES OF FUTURE HIGH SCHOOL TEACHERS

**Vlasiuk A. V.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Parfenova L. V.**

*Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

Linguistic and methodological competencies reveal the close connection between the implementation of the future teacher’s competence approach in the educational process. The educational orientation specialisation of a young teacher predetermines the professional training of a teacher to focus on the process of learning outcomes.

The linguistic and methodological competence of a high school teacher is defined as a subject component of his/her professional competence, which consists of the ability to organize the process of developing language and speech competence in pupils at a high scientific and methodological level, taking into account psychological and educational specifics, using various forms of organizing the educational process and constantly improving oneself, and to organize the process of developing language and speech competence in pupils in a qualitative way. The linguistic and methodological competence of a modern primary school teacher is a complex characteristic of his/her personality, various components of which a student acquires from the first years of studying at a university, and consists of three groups of components: basic (psychological, pedagogical and linguistic), core (methodological and information technology) and superstructure (diagnostic) (Bihych, 2005).

The derivative nature of the phenomenon of linguistic and methodological culture in relation to linguistic and methodological competence is in the formation of each of these components of the future teacher's linguistic and methodological competence, the socio-cultural orientation of the specialist's training should be qualitatively realized and, as a result, an integral education should emerge that will ensure not only high-quality linguistic and methodological activity of the future teacher with the use of acquired competencies, but also creative, innovative linguistic and methodological activity characterized by linguistic and methodological competency (Hryn'ova, 2001).

Thus, the formation of the linguistic component necessarily involves the expansion of knowledge, improvement of skills and formation of aspirations of applicants for language etiquette, language aesthetics, etc.; psychological and pedagogical – on the forms and norms of multi-level pedagogical communication; methodological – on the peculiarities of the formation of the culture of speech of junior schoolchildren of different ages, their motivation to learn their native language; information and communication – on the information and technological culture of applicants; diagnostic – on the culture of linguistic and methodological measurements (Palshkova, 2009).

In conclusion, I'd like to point out that each component of linguistic and methodological competence plays an important role in the formation of the linguistic and methodological culture of the future high school teacher, and all together, interacting and complementing, they form the professional personality of the future teacher, become the key to the success of his or her professional activity.

## **LITERATUR**

- Bigich, O. B. (2005). Theoretical foundations of the formation of methodological competence of the future primary school foreign language teacher.
- Hryn'ova, V. P. (2001). Formation of pedagogical culture of the future teacher (theoretical and methodological aspects).
- Palshkova, I. O. (2009). Formation of professional and pedagogical culture of the future primary school teacher: A practice-oriented approach.

## **AKTUALISIERUNG PHRASEOLOGISCHER SEMANTIK IN MODERNEN DEUTSCHEN LIEDERN: KULTUROLOGISCHER ASPEKT**

**Vodianko M. V.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Petrotschuk O. W.**

*Doktor, Dozentin*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Liedtext enthält definitiv eine literarische Komponente, die isoliert vom Kontext des Songs nicht sinnvoll erforscht werden kann. Darauf aufbauend lässt sich sagen, dass Lyrik als eigenständige Textsorte verstanden werden kann, die ausschließlich durch ihre Präsenz im Mediennetzwerk realisiert wird. Sie

funktionieren mit Musik als verbale Texte oder Gesänge. Daher kann der Status von Lyrik als Literatur nur im Zusammenhang mit Musik diskutiert werden.

Viele Wissenschaftler behaupten, dass sich die Etymologie des Begriffs "Lyrik" auf ein Werk in Versform bezieht, das von einer Leier begleitet wird. Die Verbindung von Text und Musik erzeugt den hybriden Status des Popsongs, der wiederum analytische Probleme für die Literaturwissenschaft aufwirft, da sie auf dem Selbstverständnis einer rein philologischen Disziplin beruht. Gerade die Hybridität macht Musik jedoch zu einem besonders attraktiven Studiengegenstand für kulturwissenschaftliche Erweiterungen der Philologie.

Was die Arten von Textmodifikationen betrifft, so gibt es die folgenden Arten: Semantische (Bedeutungsveränderung) und formale Veränderungen von Phraseologischen Einheiten. Die beiden Modifikationsarten können sich gegenseitig beeinflussen. Die deutsche Sprache kennt *syntaktische Modifikationen*, nämlich Erweiterung, lexikalische Substitution, Koordination und Verdichtung und *semantische Modifikationen*, nämlich ein Wechsel von einer negativen zu einer positiven Konnotation und umgekehrt (Pfeiffer, 2018).

Was die Änderungen betrifft, die während der Modifikation auftreten, kann man eine Reihe zufälliger Änderungen festlegen:

- 1) morphologische oder syntaktische Veränderung einzelner Komponenten;
- 2) Ersetzen von Komponenten durch Wörter, die innerhalb der Phraseologie dieselbe Position einnehmen können;
- 3) Erweiterung, d.h. Hinzufügen neuer Bestandteile zum Text;
- 4) Reduktion, was bedeutet, dass eine Komponente oder einige Komponenten einer Phraseologie weggelassen werden;
- 5) Kombination der oben genannten Typen.

Phraseologismen sind "besondere" lexikalische Ausdrucksmittel, bei denen Merkmale gegenüber freien Wortgruppen als Mehrteiligkeit, Stabilität und übertragene Bedeutung bezeichnet werden, die besondere Eindeutigkeit oder semantischen Mehrwert haben können, beispielsweise für eine besonders ausdrucksstarke Semantik sorgen können. (Elspaß, 1996).

Es gibt zwei große Untergruppen in der strukturellen Phraseologie, nämlich feste Phrasen und tropische Formeln. Verfestigte Formulierungen sind Formulierungen, die Teil eines Satzes sind, sich aber auf den Text beziehen müssen. Zusätzlich zu all dem sind formale Modifikationen für Phraseologismen möglich, d.h. Modifikationen treten nur in Form von zufälligen Variationen auf, nicht in regulären. Dies drückt sich auf verschiedene Weise aus (Pfeiffer, 2017):

- 1) formale Modifikation ohne semantische Modifikation: Das heißt, Modifikationen wirken sich auf den lexikalischen Gebrauch und die morpho-syntaktische Struktur der Phraseologie aus;
- 2) semantische Modifikation ohne formale Modifikation: Das heißt, die äußere Form bleibt unverändert, und die Modifikation zielt nur auf die Bedeutung ab.

## LITERATUR

Pfeiffer, C. (2018). *Zur Identifikation modifizierter Phraseme in Texten: ein Vorschlag über die analytische Praxis.*

Elsaß, S. (1996). *Phraseologie in der politischen Rede*.

<https://www.academia.edu/30328215/>

Pfeiffer, C. (2017). *Okkasionalität: Zur Operationalisierung eines zentralen definitorischen Merkmals phraseologischer Modifikationen*.

## **SOCJOLEKT MŁODZIEŻOWY W JĘZYKACH POLSKIM I UKRAIŃSKIM: FUNKCJONOWANIE ORAZ POSTAWA SPOŁECZEŃSTWA**

**Vodopian H. V.**

*Narodowy Uniwersytet Lingwistyczny w Kijowie*

**Minenkova N. E.**

*Kandydat nauk historycznych, profesor nadzwyczajny*

*Narodowy Uniwersytet Lingwistyczny w Kijowie*

We współczesnym świecie olbrzymi wpływ na mowy ma język angielski. Jednocześnie każdy język zachowują osobliwości w rozwoju które wyznaczają różnicę w funkcjonowaniu nowej warstwy słownictwa czyli neologizmów. W tym studium badawczym określimy specyfikę funkcjonowania socjolektów młodzieżowych w językach polskim i ukraińskim oraz postawy społeczeństwa do nowych zasobów leksykalnych.

Mimo, że języki ukraiński i polski są spokrewnione oraz blisko związane kontekstem historycznym, na współczesnym etapie każdy z języków ma swoje odrębne wyzwania i postrzeganie społeczne. Język polski stanem na dzisiaj nie jest zagrożony, powszechnie się rozwija i otrzymuje należne wsparcie ze strony państwa. W przypadku ukraińskiego zaś ostro występuje pytanie przetrwania języka i kultury. Duży wpływ na ukraińską codzienność ma również kontekst bilingwizmu, czyli dwujęzyczności większości mieszkańców Ukrainy.

Warto odnotować, że mówcy języka polskiego są przyzwyczajeni do dualizmu pomiędzy mową wzorcową oraz codzienną (użytkową), który jest ważny w polskiej rzeczywistości i stanowi kluczowy aspekt komunikacji. Mimo że, mowa wzorcowa występuje ideałem dążenia w języku polskim, mowa użytkowa jest również postrzegana jako norma i nie jest uważana za błędną. Te realia językowe wpływają na to, jak Polacy odbierają socjolekt młodzieżowy. Wówczas w Ukrainie najwięcej uwagi poświęca się walce z obcymi (rosyjskimi) wpływami, albowiem mowa wzorcowa ukraińska jest najczęściej konfrontowana z językiem rosyjskim, z którego się bierze wiele wyrazów, łamiących system języka ukraińskiego pod względem fonetycznym, morfologicznym, a czasem nawet semantycznym, zmieniając znaczenia już istniejących ukraińskich słów na takie, co dorównują rosyjskim odpowiednikom. Gdy główne pytanie dla użytkowników języka polskiego polega na poprawności, w języku ukraińskim zmaga się o użycie wyrazów rodzimych zamiast narzuconych obcych rosyjskich. Taka sytuacja jest również z używaniem socjolektów młodzieżowych, razem z rosyjskimi ukraińskie wyrazy socjolektowe czasem są używane z niechęcią i traktowane



negatywnie, wrogo, ponieważ są uznawane za wpływy rosyjskie. Zmieniają się źródła slangu, co raz częściej są używane pożyczki z angielskiego, co przybliży slang ukraiński do socjolektów młodzieży innych narodów i jest to dominująca tendencja. Pragnieniem Ukraińców do pozbycia się rosyjskich wpływów rezonują choćby wyrazy, stworzone w rodzimym systemie językowym. Na przykład, słowo *зроз* (skrót od *зрозуміло* – zrozumiale) jak alternatywa rosyjskiemu *пон*, co wcześniej było powszechnie używane, w tym również przez młodzież, mówiącą po ukraińsku. Również w podobny sposób powstał wyraz *вподобайка* (wpodobajka – zamiennik do angielskiego “like”), które szybko znalazło uznanie wśród młodzieży.

Mimo tego, że język ukraiński posiada ogromny potencjał słowotwórczy, a w społeczeństwie ukraińskim, zwłaszcza wśród młodzieży, istnieje zapotrzebowanie na tworzenie nowych, rodzimych wyrazów, gwara młodzieżowa nie jest dostatecznie wykorzystana, na co wskazuje choćby brak ukierunkowania tego potencjału przez Komisję Narodową z pytań języka lub Ministerstwo Kultury. Zwróćmy natomiast uwagę na wymiar, w którym slang młodzieżowy jest wspierany w Polsce przez Wydawnictwo Naukowe PWN, przy pomocy Uniwersytetu Warszawskiego. Co roku w Polsce odbywa się plebiscyt, którego celem jest wyznaczenie młodzieżowego słowa roku. To pozwala rozpowszechnić znajomość slangu wśród obywateli, zapoznać ludność z ciekawymi wyrazami i pokazać, że zmiany w języku są normą rzeczywistości (Młodzieżowe słowo roku). Dla głębszego zapoznania się z gwarą młodzieżową istnieją liczne słowniki, w tym online, z których najbardziej uznanym jest *Miejski słownik slangu i mowy potocznej* (Słownik slangu). W Ukrainie także istnieją różne drukowane słowniki slangu, do których dostęp online, niestety, jest najczęściej ograniczony. Największym online słownikiem slangu jest *Myslovo* (Словник сленгу), który, podobnie do *Miejskiego*, wprowadza możliwość redagowania dla wszystkich chętnych. Warto zwrócić uwagę na to, że *Myslovo* prowadzi własne głosowanie na słowo roku, jednakże taki plebiscyt nie zyskuje żadnego wsparcia ze strony uniwersytetów lub ministerstwa tak, jak w Polsce, gdzie co roku w głosowaniu bierze udział ogromna ilość ludzi, a dzięki uwidacznianiu poprzez środki masowego przekazu w telewizji oraz internecie owe wydarzenie przyciąga uwagę całego kraju.

Wnioskując warto zaznaczyć, iż wykorzystanie polskiego doświadczenia w popularyzacji języka i przenoszenie go na ukraińskie tory mogłoby ukazać się w zrealizowaniu potencjału socjolektów ukraińskich i dalszego rozwoju języka. Efektywniejsze stosowanie mediów pozwoliłoby skupić uwagę młodzieży, zebrać ich energię i skierować na wzbogacenie, urozmaicenie, i z tym wznowienie aktywnego rozwoju języka ukraińskiego po latach zakazów, asymilacji i ograniczeń.

## LITERATURA

Młodzieżowe słowo roku. *У Словник języка польского PWN.*

<https://sjp.pwn.pl/mlodziejowe-slowo-roku/202298;1.html>.

*Słownik slangu.* <https://www.miejski.pl/>.

*Словник сленгу.* <https://myslovo.com/>.

## **DAS KONZEPT DES ZWECKS DER KOMMUNIKATION, ÄQUIVALENZ UND NACHTÄQUIVALENZ IN DER LINGUISTIK**

**Volivetska D. Y.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Sereda N. A.**

*Doktorin, Dozentin*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Der Begriff "Kommunikation" ist sehr weit gefasst. Es wird in den unterschiedlichsten Bereichen der menschlichen Tätigkeit aktiv eingesetzt: in der Linguistik, in der Biologie, in den technischen Wissenschaften: Physik, Elektronik usw. Für seine Interpretation gibt es mehrere Ansätze. Im weiteren Sinne wird "Kommunikation" als Informationsaustausch zwischen Personen/Gegenständen/Domänen in Form eines gemeinsamen Symbolsystems verstanden. Beim mechanistischen Ansatz ist dies ein einseitiger Prozess der Codierung und Übertragung von Informationen von der Quelle und des Empfangs von Informationen durch den Empfänger der Nachricht. Beim Aktivitätsansatz handelt es sich um eine gemeinsame Aktivität von Kommunikationsteilnehmern (Kommunikanten), bei der mit ihnen eine gemeinsame Sicht auf die Dinge und Handlungen entwickelt wird.

In der modernen Übersetzungswissenschaft gibt es unterschiedliche Ansätze zur Definition von Äquivalenz. Die Theorie der Äquivalenzniveaus von V. N. Komissarov kann derzeit als die am weitesten verbreitete bezeichnet werden, wonach im Übersetzungsprozess Äquivalenzbeziehungen zwischen den entsprechenden Ebenen des Originals und der Übersetzung hergestellt werden. Die Original- und Übersetzungseinheiten können auf allen vorhandenen Ebenen oder nur auf einigen von ihnen äquivalent sein. Das ultimative Ziel der Übersetzung ist laut Komissarov, eine maximale Äquivalenz auf jeder Ebene herzustellen.

Der Begriff "Äquivalenz" spiegelt die semantische Nähe des Ausgangstextes mit seiner Übersetzung wider und wurde eingeführt, weil zwischen ihnen die Gleichheit oder vollständige Ähnlichkeit nicht erreicht werden kann. Die Entstehung eines solchen Begriffs als Äquivalent ist noch umstritten.

Zum Beispiel V. Willis geht davon aus, dass dieser Begriff aus der Mathematik stammt und eine eindeutige Übereinstimmung zwischen den Elementen zweier Mengen bezeichnet. Während H. Yeger glaubt, dass der Begriff aus der Logik stammt, weil Logik eine notwendige theoretische Prämisse für die zweisprachige Übersetzung ist. Laut dem Forscher B. Ilek wurde Äquivalent als Begriff zuerst in Bezug auf Übersetzungen von A. V. Fedorov, später von J. Catford verwendet, also aus der Linguistik.

V. N. Komissarov bietet die folgende Definition dieses Konzepts an: Äquivalenz ist "*die größtmögliche sprachliche Nähe des übersetzten Textes zum Originaltext*".

M. P. Kocherhan versteht nicht mehr als 6-7% der Gesamtzahl aktiv verwendeter Wörter durch nicht äquivalentes Vokabular (Bybik, 2011, s. 171–172). Er stellt fest, dass die Nicht-Äquivalenz nur in Bezug auf eine bestimmte (andere) Sprache betrachtet werden sollte, da es nicht ungewöhnlich ist, dass ein

Wort in einer Sprache in Bezug auf eine andere nicht-äquivalent ist, aber in vielen anderen Sprachen direkte Entsprechungen hat.

R. P. Zorivchak vergleicht nicht-äquivalentes Vokabular mit Realitäten, die ihrer Meinung nach mono- und polysemantische Einheiten sind, deren lexikalische Hauptbedeutung einen traditionell festgelegten Komplex ethnokultureller Informationen enthält, die der objektiven Realität der empfangenden Sprache fremd sind (Gurko, 2020, s. 58).

S. Vlahov und S. Florin umfassen Realismen, Begriffe, Ausrufe und Onomatopoesien, Exotismen, Abkürzungen, Adressen, Abweichungen von der literarischen Norm, Eigennamen, Phraseologieeinheiten sowie tatsächlich äquivalentes Vokabular.

L. S. Barkhudarov bezieht sich auf ein solches Vokabular als Wörter und stabile Phrasen, die weder vollständige noch teilweise Äquivalente von Einheiten einer anderen Sprache haben, und teilt es in drei Gruppen ein:

Eigennamen (im weiteren Sinne – Eigennamen); sogenannte Realien (Wörter, die Objekte, Konzepte, Situationen bezeichnen, die für die praktische Erfahrung von Menschen, die eine andere Sprache sprechen, nicht charakteristisch sind – Objekte der materiellen und spirituellen Kultur).

#### **LITERATUR**

- Bybik, S. (2011). *Unterscheidungsmerkmale des umgangssprachlichen und alltäglichen Stils der Literatursprache Ukrainische Sprache*, 4, 22–31, 193.
- Bybik, S. *Stil Konversationsnorm und umgangssprachlicher Wortschatz*
- Bybik, S. (2011). *Wort Kultur*. Ausgabe 74. 59–65.
- Gurko, O. V. (2020). *Die wichtigsten Arten der Übersetzung englischer antonymischer Einheiten ins Ukrainische (auf der Grundlage von Massenmedien)* Aktuelle Frage der Geisteswissenschaften. Ausgabe 27, 35–39.
- Zhulavska, O. O., Nazarenko, O. V. (2017). *Übersetzung: theoretische und praktische Aspekte: ein Lehrbuch*. Sumy: Sumy State University, 133.

### **DIE PRAGMATISCHE BEDEUTUNG VON IDIOMEN MIT DER KOMPONENTE GOTT IN SÄKULAREN PUBLIKATIONEN DES DEUTSCHSPRACHIGEN MEDIENRAUMS**

**Wowk M. W.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Gamsjuk M. W.**

*Professor*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Pragmatik ist die Lehre vom sprachlichen Handeln, die allgemein gesagt die Beziehungen untersucht, die zwischen sprachlichen Äußerungen, dem jeweiligen Äußerungskontext sowie den verfolgten Zielen bestehen (Liedtke, 2016).

Die pragmatische Bedeutung ist ein wichtiger Teil der allgemeinen Bedeutung des Idioms und hat einen gewissen Einfluss auf den Informationsempfänger.

Pragmatisch aufgeladene Idiome können dank ihrer Expressivität eine Regulationsfunktion erfüllen, die darin besteht, dass der Sprecher (bewusst oder unbewusst) versucht, den Adressaten zu beeinflussen, um das gesetzte Ziel zu erreichen. Die Idiome mit der Komponente Gott sind Ausdrücke, die sich auf die Vorstellung eines höheren Wesens beziehen. Diese Idiome werden häufig in der Alltagssprache verwendet. Auch finden sie sich in verschiedenen Publikationen des deutschen Medienraums.

Die Idiome, die die Komponente Gott enthalten, sind im deutschen Medienraum sehr verbreitet und werden oft verwendet, um bestimmte Situationen oder Ereignisse zu beschreiben oder um auszudrücken, was man denkt oder fühlt. Diese Idiome haben oft eine tiefere Bedeutung, die sich auf religiöse Überzeugungen oder Vorstellungen beziehen kann.

Die wichtigsten Methoden zur Beschreibung der Bedeutung eines Idioms sind Denotation und Konnotation. Denotation bezieht sich auf die wörtliche Bedeutung der Bestandteile des Idioms. Es drückt die Beziehung der Ausdruckseinheit zu Objekten, Phänomenen und Situationen der Realität aus. Die denotative Bedeutung umfasst die Einstellung einer Person zum Bezeichneten. Wir können etwas als nützlich oder schädlich, gut oder schlecht wahrnehmen. Konnotation gibt Idiome eine ausdrucksvolle Bedeutung. Der Begriff "Konnotation" bedeutet die emotional angespannte Einstellung des Markenbenutzers zu dem genannten Objekt. Es ist auch eine Einordnung des entsprechenden Zeichens in das Normensystem einer bestimmten gesellschaftlichen Ebene des Sprachgebrauchs (Schippan, 1992).

Die **säkularen** Publikationen sind Medien, die sich mit weltlichen Themen und Fragestellungen beschäftigen, die sich mit säkularen oder weltlichen Themen befassen und sich nicht auf religiöse oder spirituelle Themen konzentrieren. Das umfasst ein breites Spektrum von Themen wie Wissenschaft, Politik, Geschichte, Philosophie, Kunst, Literatur und Populärkultur. Beispiele für säkulare Publikationen können Zeitschriften und Zeitungen wie "Die Zeit", "Der Spiegel", "Wann&Wo" und "Die Welt" sein. Die säkularen Publikationen spiegeln einen Trend in der modernen Gesellschaft wider, bei dem sich viele Menschen von traditionellen religiösen Institutionen abwenden und sich für säkulare Themen und Diskurse interessieren. Säkulare Publikationen bieten Lesern eine Plattform für eine breitere Perspektive auf die Welt und fördern eine kritische und rationale Auseinandersetzung mit aktuellen Themen und Entwicklungen.

In säkularen Publikationen finden sich Idiome mit der Komponente Gott oft in Schlagzeilen und Interviews. z. B. Der Schlagzeile des Artikels "Leben wie Gott in Frankreich" (Wann&Wo, 2019). Im denotativen Sinne bedeutet dieses Idiom "ein sorgenfreies Leben im Überfluss". Der konnotative Sinn dieses Idiom ergibt sich aus dem Inhalt dieses Artikels. Der Artikel handelt von der Abhaltung eines provenzalischen Jahrmarkts, daher hat dieses Idiom hier keine direkte Bedeutung, sondern vermittelt dem Leser die Atmosphäre Frankreichs.

Das Interview wird meist in Alltagssprache geführt, daher findet man diese Idiome dort oft. z.B. Die Zeitung "Die Zeit" führte ein Interview mit der

ehemaligen deutschen Bundeskanzlerin Angela Merkel, in dem sie über ihren neuen Lebensabschnitt sprach. Während des Interviews wurden Idiome mit der Gotteskomponente verwendet. Der Journalist fragt “Würden Sie sagen, dass Sie *von der Natur oder dem lieben Gott* mit einer gewissen Furchtlosigkeit *gesegnet worden sind?*” und Angela Merkel antwortet “*Gottvertrauen*, würde ich sagen, oder Optimismus, ja” (Die Zeit, 2022). Die Idiome “*von der Natur oder dem lieben Gott segnen*” und “*Gottvertrauen*” haben einen denotativen Sinn “die Schöpfung Gottes zu vertrauen”. Der konnotative Sinn dieser Idiome ist “sich auf Gottes Willen verlassen”, dh zu glauben, dass alles so gelaufen ist, wie Gott es wollte.

Die säkularen Publikationen sind Medien, die sich mit weltlichen Themen und Fragestellungen beschäftigen, ohne dabei “primär auf religiöse oder spirituelle Aspekte einzugehen. Die Idiome können mit der Komponente Gott nicht nur als Ausdrücke der Alltagssprache betrachtet werden, sondern auch als wichtige Elemente bei der Bildung von Werten, Überzeugungen und Einstellungen in einer Kultur. Das ist ihre pragmatische Bedeutung.

## LITERATUR

- Liedtke, F. (2016). *Moderne Pragmatik.Grundbegriffe und Methoden*. Narr Francke Attempto
- Schippan, Th. (1992). *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache*. Niemeyer
- Wann & Wo. (2019). *Leben wie Gott in Frankreich*.  
<https://www.wannundwo.at/report/2019/04/26/leben-wie-gott-in-frankreich.wawo>
- Die, Zeit. (2022). *Hatten Sie gedacht, ich komme mit Pferdeschwanz?*  
[https://www.zeit.de/2022/51/angela-merkel-russland-fluechtlingskrise-bundeskanzler?utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fwww.bing.com%2F](https://www.zeit.de/2022/51/angela-merkel-russland-fluechtlingskrise-bundeskanzler?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.bing.com%2F)

## **POLITISCHE REDEN (ERKLÄRUNGEN, AUFRUFE) UBEN DEN RUSSISCH-UKRAINISCHEN KRIEG: PRAGMATISCHE UND TRANSLATORISCHE ANALYSEN**

**Yakubovska K. I.**

*Nationale Linguistische Universilal Kyjiw*

**Bilous O. M.**

*Professor*

*Nationale Linguisliche Universilal Kyjiw*

Der Begriff der politischen Kommunikation ist sehr vielseitig und neigt zu standiger Bereicherung und Erweiterung. Tatsächlich handelt es sich um einen Prozess der Übermittlung und des Austauschs politischer Informationen, die die öffentliche Meinung bilden und zu bestimmten Handlungen anregen.

In der Arbeit von L. Powell und J. Cowart gibt es ein sehr treffendes Zitat von J. Corcoron, der sagt, dass Politiker Informationen verwenden, “nicht um

Informationen zu übermitteln, sondern um sie zu verbergen oder zu verzerren, während es Informationen an Struktur, Kohärenz und Klarheit mangelt von Ideen”.

Politische Aktivität ist ein sehr wichtiger Bestandteil unserer Gesellschaft und bestimmt das Niveau des Landes in der internationalen Arena. Politiker stehen vor einer schwierigen Aufgabe: Informationen zu vermitteln und ihr Land bestmöglich zu präsentieren. Was ist dafür notwendig? Natürlich eine gute Rede. Fast alle politischen Reden sind hochgradig journalistisch, weil sie bestimmte Ansichten, Meinungen, Überzeugungen, Bekräftigungen von Ideen, Befürwortungen von Positionen enthalten. Für eine politische Figur ist es sehr wichtig, kreativ zu sein und die Kunst der Rede zu besitzen. Es ist eine echte Herausforderung, in Ihrer Rede den Ausschluss anderer Meinungen erfolgreich zu verbergen und Ihre eigene zu verteidigen. Nicht nur der Sprecher, sondern auch die Rede selbst hat einen großen Einfluss auf die Wahrnehmung des Publikums.

Komposition (lat. compositio – “Komposition, Komposition”) ist die Anordnung aller Textteile in einer regelmässigen, inhaltlich motivierten und gestalterischen Form. Dadurch kann das Publikum das präsentierte Material besser verstehen und aufnehmen. Üblicherweise gliedert sich der Aufbau einer Rede in drei Teile:

- Einführung;
- Hauptteil;
- Ende.

Die Einleitung ist der wichtigste Teil einer politischen Rede, denn davon hängt die weitere Rede des Redners ab. Es ist sehr wichtig, das Publikum zu interessieren, Aufmerksamkeit zu erregen. Ein weiterer Grund sind die Besonderheiten unseres Gedächtnisses, Ende des 19. Jahrhunderts hat der deutsche Psychologe H. Ebbinghaus führte ein solches Konzept wie den “Randeffekt” ein, der darauf beruht, dass die stärksten Argumente, die wichtigsten Informationen, am Anfang und am Ende der Nachricht stehen, also besser in Erinnerung bleiben als die darin enthaltenen.

T. Nagorska unterscheidet folgende Arten von Einführungsstellen:

1) Einleitung mit einem Grub an die Zuhörer (den Zuhörer ansprechen, sich an die Zuhörer wenden, Freude beim Ansprechen ausdrücken): “Sehr geehrter Herr Ministerpräsident, Guten Tag, Meine Damen und Herren, ich freue mich, heute den Präsidenten der Demokratischen Republik Kongo, Herrn Tshisekedi, hier bei uns ganz herzlich zu grüßen, sehr geehrter, lieber Herr Bundesminister Müller”; “Sehr geehrter Herr Präsident! Liebe Kolleginnen und Kollegen!”, “Sehr geehrte Frau Präsidentin! Meine sehr geehrten Damen und Herren!”. “Herr Präsident! Liebe Kolleginnen und Kollegen! Sehr verehrte Gäste auf der Tribüne!”, “Frau Präsidentin! Liebe Kolleginnen und Kollegen! Vor allem liebe Kollegen von der FDP!”.

2) Einführung bestimmt durch die Struktur der Rede (Bildung der Hauptposition, Definition des Zwecks, Berichterstattung über relevante Nachrichten, normalerweise handelt es sich um Reden, die anlässlich eines feierlichen Ereignisses stattfinden, das von großer Bedeutung für die Entwicklung ist Staat): “Im Bewusstsein dieses Jubiläums ist es mir ein besonderes Anliegen,

die Freundschaft zwischen Polen und Deutschland auch in Zukunft weiter zu stärken.“; “Wir alle wünschen uns eine Welt frei von Gewalt, von Terror und von Misbrauch“; “Kinder sind unsere Zukunft, Investitionen in Kinder sind unsere Zukunft – darin herrscht Einmütigkeit in unserem Land“. “Deswegen investiert dieses Land zähralf Milliarden in familienbezogene Leistungen.“. “Ich glaube, am Ende dieser Debatte können wir alle sehen, dass wir alle hier im Parlament große Erwartungen an die bevorstehende EU-Ratspräsidentschaft Deutschlands im zweiten Halbjahr 2020 haben.“

3) Durch die kommunikative Situation bedingte Einleitung (Bezug auf das entstandene Ereignis, den Ort oder die Situation, die die persönliche Sicht des Sprechers auf diese hervorhebt): “In Tanganyika und Kasai hat das eher mit bewaffneten Aktivisten zu tun, im Gegensatz zu Nord- und Sud-Kivu und Ituri, wo es noch mehr Gewalt gibt und wo wir noch mehr tun müssen; in diesen Tagen jährt sich der Fall des Eisernen Vorhangs zum 30. Mal; wir erinnern uns, dass wir einmal zusammen mit Frankreich eine Wahlvorbereitungsmission geschriftet haben“; “Heute ist ein wichtiger Tag für die soziale Sicherheit und den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Deutschland“. “Die Zusage von 2016, von den griechischen Inseln immer wieder Kontingente zu oderkehren, wurde nicht vertragsgemaß. Das ist Teil dieses Problems der heutigen Tage.“

## LITERATUR

- Esser, F., & Pfetsch, B. (2003). *Politische Kommunikation im internationalen Vergleich: Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven*. Westdeutscher Verlag.
- Grabber, D. (1993). *Mass Media and American Politics*. CQ Press.
- Konig, J. (2011). *Über die Wirkungsmacht der Rede. Strategienpolitischer Eloquenz in Literatur und Alltag*, V&R Unipress.
- Плотницька, І. М., Левченко, О. П., & Кудрявцева З. Ф. та ін. (2011). *Ораторське мистецтво*. НАДУ.

## THE POWER OF BRAINSTORMING

**Zhuk Z. S.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Babash G. A.**

*Kyiv National Linguistic University*

Brainstorming strategy is one of the most important strategies in provoking creativity and solving problems in the educational, commercial, industrial and political fields. Brainstorming originated from an advertising executive named Alex F. Osborne, and dates back to around 1939. Frustrated with his employees' inability to generate creative new ideas, Osborne began developing new methods for problem solving that focused on a team-based approach to work. He began hosting group-thinking sessions, and discovered that this approach led to a significant boost in the quality and quantity of new ideas. Osborne coined these



group meetings “brainstorm” sessions, and wrote about the technique in later publications.

Brainstorming means the use of brain to the active problem solving and the brainstorming session aims to develop creative solutions to problems (Jarwan, 2005). On the other hand, creative thinking is known as a compound mental activity aiming to direct a strong desire to look for solutions or reaching original solutions that were not known before (Jarwan, 2008). Hoing (2001) defined it as the multiple thinking that includes the breaking up of old ideas, making new connections, enlarging the limits of knowledge and the onset of wonderful ideas.

Brainstorming combines a relaxed, informal approach to problem solving with lateral thinking. It encourages people to come up with thoughts and ideas that can, at first, seem a bit crazy. Some of these ideas can be crafted into original, creative solutions to a problem, while others can spark even more ideas. This helps to get people unstuck by “jolting” them out of their normal ways of thinking.

Therefore, during brainstorming sessions, people should avoid criticizing or rewarding ideas. You’re trying to open up possibilities and break down incorrect assumptions about the problem’s limits. Judgment and analysis at this stage stunts idea generation and limit creativity. Evaluate ideas at the end of the session – this is the time to explore solutions further, using conventional approaches.

While brainstorming has evolved over the years, Osborne’s four underlying principles are a great set of guidelines when running your own sessions. These principles include:

- 1) quantity over quality – the idea is that quantity will eventually breed quality as ideas are refined, merged, and developed further;

- 2) withhold criticism – team members should be free to introduce any and all ideas that come into their heads;

- 3) welcome the crazy ideas – encouraging your team members to think outside of the box opens the door to new and innovative techniques that may be ticket for success;

- 4) combine, refine, and improve ideas – build on ideas, and draw connections between different suggestions to further the problem solving process.

Brainstorming allows people to think more freely, without fear of judgment, encourages open and ongoing collaboration to solve problems and generate innovative ideas, helps teams generate a large number of ideas quickly, which can be refined and merged to create the ideal solution, allows teams to reach conclusions by consensus, leading to a more well-rounded and better informed path forward, helps team members feel more comfortable bouncing ideas off one another, even outside of a structured session, introduces different perspectives, and opens the door to out-of-the-box innovations, helps team members get ideas out of their heads and into the world, where they can be expanded upon, refined, and put into action, great for team building. No one person has ownership over the results, enabling an absolute team effort.

There are a lot of different ways to brainstorm. Regardless of the tools, brainstorming is an awesome step in the creative process. Brainstorming gives birth to order and clarity. It takes things beyond the early conceptual stew. If

nothing else, brainstorming gets you past the “blank page”. It’s OK to start with almost anything. Brainstorming is easy to do and can help almost any creative effort get off the ground.

In summary, the core advantages of brainstorming are its ability to unlock creativity by collaboration. It’s the perfect technique to use for coming together as a team, and can help to generate exciting new ideas that can take your business to a new level.

## REFERENCES

- Abdelnor, K. (2004). *Studies and researches in Psychology and Thinking and creativity education*. Juhena Publishers.
- Abu Jado, S., & Nwfal, M. (2007). *Teaching Thinking: Theory and Practice*. Al-masera Publishers.
- Al-abadi, Z. (2008). *The Effect of an Educational Program based on problem solving model on developing creative thinking skills among gifted disabled students*. PhD Dissertation. Arabic Amman Graduate Studies University.
- Al-asar, S. (2000). *Creativity in problem solving*. Dar Qeba Publishers.

## PHRASEOLOGIE ALS BESTANDTEIL DER SPEZIELLEN SPRACHE DES MILITÄRISCHEN BEREICHS

**Ziborieva M. V.**

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

**Gamsjuk M. W.**

*Dr. habil, Professor*

*Nationale Linguistische Universität Kyjiw*

Die militärische Sphäre ist ein historisch gewachsenes integrales Teilsystem der Gesellschaft. Sie ist eine der ältesten Sphären menschlicher Aktivität, die darauf abzielt, die Eigenschaften, Beziehungen, Muster und Gesetze der Phänomene, Prozesse und Objekte von Kriegen und militärischen Angelegenheiten zu verstehen.

Der militärische Bereich zeichnet sich durch ein eigenes militärisches Vokabular aus, das ein komplexes System darstellt, das Begriffe umfasst, die sowohl mit dem Alltag der Militärs als auch mit ihren unmittelbaren Aufgaben im Dienst zusammenhängen. Darüber hinaus ist der militärische Wortschatz eng mit der Alltagssprache verflochten, militärische Begriffe tauchen immer häufiger im Wortschatz des Sprechers auf, weshalb eine Systematisierung, Klassifizierung und Erforschung der Entstehungs- und Verbreitungsprozesse sinnvoll und notwendig ist. Das militärische Vokabular umfasst Begriffe, Professionalismen und Fachjargons.

Die militärische Phraseologie wird hauptsächlich in der mündlichen Rede des Militärs verwendet und bildet verschiedene soziale und funktionale Wortklassen, die aufgrund ihrer funktionalen Merkmale aus heterogenen lexikalischen Einheiten bestehen. Ein charakteristisches Merkmal des militärischen Wortschatzes ist das

Vorhandensein von emotional gefärbten euphemistischen Wörtern und Phrasen, die auf der semantischen Kombination verschiedener Bedeutungen eines Wortes oder verschiedener Wörter (Phrasen), die gleich oder ähnlich klingen, in einem Kontext beruhen (Мельник, Юрковська, 2021). Zu den emotional gefärbten Einheiten des militärischen Wortschatzes gehören Militärjargon, Jargon und Argotismen.

Es werden Verbkombinationen mit Verben gebildet, die eine überwiegend abstrakte Bedeutung haben (*stehen, stellen, bringen, setzen, kommen*). Solche Verben bilden in Verbindung mit Substantiven, die oft vom Verb abgeleitet sind, eine untrennbare lexikalische Einheit, die entweder mit einem Substantiv und einem Verb oder mit einem Verb allein übersetzt wird. Zum Beispiel: *in Bewegung setzen* – “приводити в рух, пускати в хід”; *zur Anwendung kommen* – “знаходити застосування”; *zur Verfügung stehen* – “бути в розпорядженні”; *Dienst leisten* – “нести службу, служити”. Die Beispiele zeigen, dass Verben in Verbindung mit Substantiven ihre Grundbedeutung verlieren und dass das Wesen einer phraseologischen Wendung hauptsächlich durch die Bedeutung des Substantivs bestimmt wird. Zum Beispiel: *Minensperren sollen die Bewegungen des Feindes behindern, verlangsamen oder zum Stillstand bringen*. “Мінні загородження призначені для того, щоб ускладнити, сповільнити або зупинити пересування ворога”. Es ist zu beachten, dass Verbphrasen in einem unabhängigen Satz oft aufgeteilt werden und einen Rahmen aus einem Verb und einem Substantiv bilden; das Verb steht am Anfang des Satzes und das Substantiv am Ende. Bei der Übersetzung sollten diese unterschiedlichen Elemente der Rahmenstruktur miteinander kombiniert werden. Zum Beispiel: *Das neue Flugzeug findet in erster Linie im taktischen Bereich Verwendung*. – “Новий літак використовується в першу чергу для вирішення тактичних завдань” (Чепурна, Лисенко, 2015).

Die moderne deutsche Sprache verfügt über eine relativ große Anzahl von phraseologischen Einheiten, die die Entwicklung der militärischen Ausrüstung und des Militärwesens in Europa und Deutschland über viele Jahrhunderte hinweg widerspiegeln. Mit dem Aufkommen des blanker Waffen und der Feuerwaffen begannen sich phraseologische Einheiten mit konstituierenden Komponenten zu bilden.

Phraseologische Einheiten im Zusammenhang mit blanken Waffen: *zum Schwert greifen* – “взятися за меч”; *etw. mit dem Schwerte teilen* – “вирішувати будь-що силою”; *zwischen zwei Schwerten stehen* – “перебувати між двома небезпеками; між двома вогнями”; *jmdm. den Dolch auf die Brust setzen* – “брати когось за горло”; *ein Dolchstoß in den Riicken* – “ніж (удар ножом) в спину; зрадницький удар (зазвичай завдає той, від кого це не чекають)”; *den Degen ziehen, ziicken* “оголити шпагу; приготуватися до бою”; *den Spieß gegen jmdn. kehren* – “направляти свою зброю проти когось”; *Die Klinge* – “клинок, лезо холодної зброї”; *eine scharfe Klinge fihren*– “говорити в різкому тоні; бути небезпечним противником”.

Phraseologie im Zusammenhang mit Schusswaffen: *das (sein) Pulver trocken halten* “розм. тримати порох сухим (бути в бойовій готовності)”; *kein Pulver*

*riechen können* “розм. бути боязким (про солдатів) (букв, не переносити запаху пороху)”; *jmdn., etw. aufs Korn nehmen* “розм. брати на мушку когось; прицілюватися”; *mit der Lunte am Pulverfaß spielen* – “грати з вогнем; готуватися до війни (букв, грати з фітилем біля порохової бочки)”; *hochgehen wie eine Rakete* – “виходити з себе, розхвилюватися (букв, піднятися вгору як ракета)”.

So spiegelt sich die jahrhundertealte Geschichte des Militärwesens in den sprachlichen Einheiten der deutschen Sprache wider. Der militärische Wortschatz spielt eine wichtige Rolle bei der Bildung der modernen deutschen Sprache und ist ein komplexes System, dessen Komponenten sich getrennt voneinander entwickeln und sich gegenseitig beeinflussen. Die Namen verschiedener Arten von Waffen, die im Land der studierten Sprache hergestellt oder weit verbreitet sind, die Geschichte der Entwicklung militärischer Angelegenheiten sind Teil des Hintergrundwissens des Landes.

## LITERATUR

- Мельник, П. П. & Юрковська, М. М. (2021). Особливості функціонування німецьких військових термінів та їх переклад українською мовою. <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/11258/11148>.
- Чепурна, З. В. & Лисенко, Г. Л. (2015). Особливості функціонування німецьких військових термінів та їх переклад українською мовою. <https://core.ac.uk/download/pdf/32258767.pdf>.

## FUNCTIONAL CHANGE OF WORDS IN PRESENT DAY ENGLISH

**Zozulia K. S.**

*Kyiv National Linguistic University*

**Chkhetiani T. D.**

*CSc. (Candidate of Philology), Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

The problem of functioning of the language as a dynamic system is not connected with the problem of functioning of language units in the broadcast stream. As is known, any system is not a rigid organization. There are always transitory cases in it, and any classification of its elements suggests both nuclear and peripheral cases.

The topic of the study of functional changes in the words of the English language is rather actual. This is because English is constantly changing and developing, and words that are normally used in their usual meaning can change and get new meaning.

The appearance of a new word, in general, is the result of the struggle of two tendencies – the development of language and its preservation. For more adequate reflection, reproduction and consolidation of new ideas and concepts, language in general and vocabulary in particular have to be rebuilt, supplemented with new components. The English word is flexible enough in the functional aspect, that is

able to change functional characteristics alongside invariant form. The synthetic use of the English word, its syntagmatic potential is closely related to its semantics and define its lexico-grammatical characteristics (Bauer & Leech, 2019).

Transformation is the process of encoding a new word without adding any input element. The basic forms of the initial word and the derivative are the same. The new words, built in this manner, will be immediately perceived because of the unexpected meaning. Writers, who want to achieve sensational, unexpected use of words, are a natural device for those who use words.

The analysis of theoretical material showed that none of the classes of words in modern English have as many terminological marks as the class of lexically labeled units. The paradigms of this phenomenon include: blending, hybridization, telescoping, contrast, speech casting, and lexical growth. This shows the multifaceted approaches to studying the problem and the ambiguity of defining this phenomenon (Kovbasco, 2022).

The English language is constantly developing, and one of the ways in which it does so is through functional changes of words. Here are some examples of functional changes that have occurred in present-day English due to conversion (Lee, 2018):

1. Nouns becoming verbs: in present-day English, it is common for nouns to be used as verbs. For example, the noun “*google*” has become a verb meaning to search for something online using the Google search engine. Another example is the noun “*text*” which has become a verb meaning to send a text message.

2. Verbs becoming nouns: verbs can also become nouns in present-day English. For instance, the verb “*to email*” has given rise to the noun “*email*” which refers to a message sent electronically.

3. Adjectives becoming nouns: adjectives can also take on the role of nouns in present-day English. For example, the adjective “*green*” can be used as a noun to refer to a person who is environmentally conscious or to refer to the political party that advocates for environmental protection.

4. Nouns becoming adjectives: nouns can also become adjectives in present-day English. For instance, the noun “*friend*” can be used as an adjective to describe a type of relationship, as in “*friendship bracelet*” or “*friendship card*”.

5. Adjectives becoming verbs: adjectives can also be used as verbs in present-day English. For example, the adjective “*parental*” can be used as a verb to describe the act of parenting. Overall, these functional changes in present-day English allow for greater flexibility and creativity in language use.

Functional changes of words refer to the process in which words change their meaning or usage over time. Here are some of the latest functional changes of words in English (Mair, 2019):

1) “*Vaccine*” – previously used mostly in a medical context, this word has become a common term for vaccines against COVID-19 due to the ongoing pandemic.

2) “*Cancel*” – previously used for canceling or calling off events, this word is now commonly used to describe the removal of public figures from their positions due to their behavior or statements.

3) “Zoom” – previously used to describe speed or magnification, this word has become a popular term for videoconferencing and online meetings.

4) “Selfie” – this word is a recent addition to the English language and describes a photograph taken by a person of themselves, typically using a smartphone or other device.

5) “Meme” – previously used to describe an idea passed from person to person, this word is now commonly used to describe viral images or videos that are rapidly shared online.

These changes in the English language reflect the evolution of language and society, and some of these words may become standard terms in the future.

## REFERENCES

- Bauer, L., & Leech, G. (2019). *Change and variation in English grammar: Recent developments*. Cambridge University Press, 25-30.
- Kovbasco, Y. (2022). *Functional translocation: Empirical research of locative-temporal consignees, spitters and consignees in English IX-XXI centuries (Master's thesis)*. Prykarpattia National University named after V. Stefanyka.
- Lee, D. W. (2018). *Functional Change in Early English (Master's thesis)*. Columbia University dissertation.
- Mair, C. (2019). *The changing grammar of English: A computational analysis. (2<sup>nd</sup> edition)*. Cambridge University Press.

# МЕТОДИКА НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ. ПЕДАГОГІКА

---

---

## СПЕЦИФІКА СПРИЙНЯТТЯ ГРАМАТИЧНИХ СТРУКТУР У ПРОЦЕСІ ЧИТАННЯ

**Білавчук А. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Черниш В. В.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Вивчення іноземної мови (ІМ) передбачає оволодіння комунікативними вміннями, які формуються на базі мовних знань і навичок. Мовна компетентність складна за своєю структурою та об'єднує лексичну, граматичну, фонологічну та орфографічну компетентності. Компетентність розуміємо як бездоганне знання та володіння своєю справою, розуміння зв'язків, процесів та явищ, наявних методів та засобів для досягнення поставлених цілей.

Формування у студентів необхідних умінь неможливе без оволодіння мовним матеріалом різних видів. Важливо зазначити, що лише знання мовного матеріалу є недостатнім для досягнення практичної мети навчання ІМ.

Важливим компонентом оволодіння ІМ завжди була і залишається граматична компетентність, адже вона є обов'язковою складовою як усного, так і писемного мовлення. Під граматичною компетентністю (ГК) розуміємо уміння людини висловлюватися граматично коректно як усно, так і письмово, а також розуміти граматичні структури, використані іншими мовцями. Лише правильне використання граматичних форм та конструкцій уможливило ефективне спілкування. Отже, практичного володіння ІМ неможливо досягнути оминаючи опанування граматичних структур цієї мови.

Знання граматики можна досягти шляхом вивчення сукупності спеціальних теоретичних видань, але для оволодіння ГК цього недостатньо. Лише практичне застосування відповідних правил та конструкцій у певних ситуаціях означає їх повне засвоєння.

Для формування ГК доцільно використовувати певну систему вправ, яка передбачає послідовність та складність. Така система має враховувати взаємодію різних видів мовленнєвої діяльності.

Методика навчання ІМ передбачає проведення практичних занять у такий спосіб, щоб протягом одного заняття були поєднані всі іншомовні компетентності. Вивчення граматики у студентів асоціюється насамперед із заучування правил та схем, які з плином часу забуваються. Саме тому ефективне навчання граматики у закладах вищої освіти спрямоване на



автоматизацію навичок вживання граматичних знань в усному та писемному мовленні, переважно у більш професійно-орієнтованому середовищі.

Актуальною залишається проблема моніторингу та автоматизації граматичних навичок, що зумовлює потребу у розробці дієвих методів та способі організації освітнього процесу. Систематичне повторення вивченої раніше інформації та перевірка рівня її засвоєння є невід'ємними частинами оволодіння граматичними навичками. На нашу думку, одним з найефективніших прийомів є використання читання на всіх етапах навчання граматики.

Варто зазначити, що сприйняття і переробка граматичної інформації в процесі читання має свої особливості. Говоріння, наприклад, передбачає пошук в пам'яті та підбір потрібних у заданій комунікативній ситуації граматичних структур. Читання, в свою чергу, активує процес сприйняття вже готових конструкцій у тексті. Головне завдання – розпізнавання та правильне співвіднесення структур з граматичним значенням, а також загальне розуміння тексту, яке передбачає застосування також лексичних знань.

Деякі вчені розділяють граматику на активну та пасивну. Пасивна граматики використовується саме в процесі читання, адже провідна роль надається процесу вивчення функції та значення елемента, враховуючи його форму. Під час ознайомлення із текстом студенти насамперед розпізнають графічну форму та розуміють зміст, що в ній виражений. Усвідомленню читання притаманний автоматизм перцептивної обробки матеріалу, а також здатність адекватного вирішення змістових завдань, що можуть виникати в ході мовленнєвої діяльності.

Етапи навчання граматики під час читання повинні повторювати цей процес. Ознайомлення із граматичним явищем повинно починатися із описання його форми та ознак та продовжуватися розкриттям його змісту. Головне завдання вправ полягає у покращенні автоматизації впізнавання ознак та їх співвідношенні з правильним значенням. Увага студентів має бути зосереджена на формі та ознаках аналізованої структури. Отже, вправи мають бути спрямовані на сприймання та розпізнавання граматичних явищ, а також на формування стереотипів для передбачення цих граматичних явищ у тексті.

Роботу з текстом, який містить певні граматичні явища, можна починати лише тоді, коли студенти будуть здатні розпізнавати та диференціювати необхідні граматичні структури в спеціальних вправах, в окремих реченнях, тобто коли будуть сформовані автоматизовані навички впізнавання. Практика з читанням текстів допомагає студентам виробити вміння мимовільного впізнавання граматичної структури, яка вивчається або вивчалась до цього.

Читання вголос допомагає краще закріпити матеріал, адже рецептивні навички краще опанувати шляхом відтворення мовного матеріалу. У такий спосіб студенти здогадуються про граматичні явища, які будуть зустрічатися під час подальшого читання тексту. Це, в свою чергу, допомагає сформуванню вміння за початком речення передбачити його закінчення.

Можемо зробити висновок, що формування ГК у студентів є невід'ємним складником вміння сприймати та розуміти думки інших людей та вміння висловлювати власні ідеї та почуття як в усній, так і у письмових формах.

Постійний моніторинг та автоматизація граматичних навичок є актуальним питанням протягом всього навчального процесу.

Формування граматичної навички, яка лежить в основі ГК, вимагає автоматизації граматичних знань і вмій. Читання відіграє важливу роль у розвитку рецептивної граматичної навички, що передбачає мимовільне розпізнання графічної форми граматичного явища. Рецептивна граматична навичка створює підґрунтя для подальшого формування репродуктивної граматичної навички, яка робить можливим успішну іншомовну комунікацію студентів у різних професійних та життєвих ситуаціях.

## **ПРОБЛЕМИ СТВОРЕННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ**

**Бовтуненко А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Коваль Т. І.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Корпоративні інформаційні системи (КІС) стали невід'ємною складовою сучасного бізнесу діяльності організації. З одного боку, вони допомагають автоматизувати та оптимізувати бізнес процеси, підвищують продуктивність та ефективність роботи співробітників. З іншого боку, процес створення та впровадження корпоративних інформаційних систем може бути складним та вимагати значних витрат часу та коштів. До того ж, існує ризик неуспішного впровадження, який може призвести до втрати даних, погіршення якості роботи та втрати конкурентоспроможності організації. У цьому контексті, проблеми створення та впровадження корпоративних інформаційних систем є актуальними та потребують детального вивчення та аналізу (Гужва, 2001).

Корпоративні інформаційна система – це інформаційна система, яка підтримує автоматизацію функцій управління на підприємстві (в корпорації) і постачає інформацію для прийняття управлінських рішень. У ній реалізована управлінська ідеологія, яка об'єднує бізнес-стратегію підприємства і прогресивні інформаційні технології (Вікіпедія, 2022).

Однією з основних проблем створення та впровадження КІС є величезний обсяг інформації, якій потрібно обробляти та зберігати, що може призвести до зниження продуктивності системи. Іншою проблемою є відсутність стандартів та нормативних документів, щодо розробки та впровадження КІС яка призводить до відмінностей у рішеннях, використання різних підходів та форматів обміну даними між різними системами.

Також, проблемними є питання забезпечення безпеки даних, особливо при передачі їх між різними підрозділами та компаніями, а також питання доступу до даних та контролю за їх використанням.

При розробці та впровадження КІС важливо врахувати потреби користувачів, їх звички роботи з інформацією, а також розвивати систему з можливістю її подальшого розширення та модифікації.

Підготовка персоналу є важливим етапом впровадження корпоративної інформаційної системи. Працівники повинні бути навчені використовувати систему, щоб вона працювала ефективно. (Корпоративні інформаційні системи, 2022).

Для оцінки ефективності впровадження корпоративної інформаційної системи необхідно визначити конкретні цілі, які вона повинна досягти на підприємстві.

Аналіз ефективності впровадження КІС може включати оцінку впливу на підвищення продуктивності роботи працівників, зниження витрат на зберігання даних та підвищення якості прийняття рішень.

Оцінка ефективності впровадження КІС може залежати від культури організації та готовності персоналу до впровадження нових технологій.

Інноваційні технології у створенні та впровадженні КІС відіграють важливу роль у забезпеченні ефективної діяльності підприємств.

Використання інноваційних підходів у розробці та впровадженні КІС дозволяє підприємствам підвищити ефективність своєї діяльності, зменшити витрати і збільшити прибуток.

Впровадження інноваційних підходів включає в себе використання новітніх технологій, методів та стратегій у створенні та впровадженні корпоративних інформаційних систем.

Розробка інноваційних КІС вимагає наявності висококваліфікованих спеціалістів зі знанням сучасних технологій та інноваційних рішень.

Інноваційні КІС можуть бути створені з використанням відкритих технологій та програмного забезпечення, що знижує витрати на розробку та впровадження системи.

Інноваційні підходи включають у себе використання штучного інтелекту, хмарних технологій та інших сучасних рішень для підвищення ефективності корпоративних інформаційних систем (Березовська, 2021).

Отже, створення та впровадження КІС включають низку складних технічних, організаційних та людських проблем, які можуть суттєво вплинути на результативність та ефективність використання цих систем. Розуміння цих проблем та здійснення відповідних заходів для їх запобігання є важливим завданням для успішного впровадження корпоративної інформаційної системи на підприємстві.

## **ЛІТЕРАТУРА**

Гужва, В. М. (2001). Інформаційні системи і технології на підприємствах. Навчальний посібник. КНЕУ.

Вікіпедія, (2022). Корпоративна інформаційна система.

<https://uk.wikipedia.org/wiki>

Корпоративні інформаційні системи (2022).

[https://pidru4niki.com/74260/informatika/korporativni\\_informatsiyni\\_sistemi](https://pidru4niki.com/74260/informatika/korporativni_informatsiyni_sistemi)

Березовська, Л. О. (2021). Інноваційне підприємництво. Конспект лекцій для самостійної роботи студентів повного терміну денної форми навчання освітнього ступеня “Бакалавр” зі спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. НУБіП України.  
[https://elearn.nubip.edu.ua/pluginfile.php/722698/mod\\_resource/content/1/%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%20%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9%20%D0%86%D0%9D%D0%9D%D0%9E%D0%A6.%20%D0%9F-%D0%92%D0%9E.pdf](https://elearn.nubip.edu.ua/pluginfile.php/722698/mod_resource/content/1/%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%20%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9%20%D0%86%D0%9D%D0%9D%D0%9E%D0%A6.%20%D0%9F-%D0%92%D0%9E.pdf)

## **ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ АНГЛІЙСЬКОМОВНОЇ ЛІНГВОСОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ДІАЛОГІЧНОМУ МОВЛЕННІ У СТУДЕНТІВ-РОМАНІСТІВ**

**Буднікова Г. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Черниш В. В.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Рівень вимог до сучасної освіти зумовлений тим рівнем, який світовий ринок праці потребує від майбутнього спеціаліста. Прагнення до володіння англійською мовою є ключовою ціллю більшості фахівців, до вивчення якої мотивують такі чинники, як підвищення заробітної плати, налагодження безпосередньої комунікації з іноземними партнерами, бажання займати керівні посади та інше. Основною метою сучасної професійної освіти майбутніх студентів-романістів є підготовка висококваліфікованого фахівця, компетентного, здатного готового до постійного саморозвитку й особистісного зростання. Важливо зазначити, що сучасний філолог має бути міжкультурним провідником та забезпечувати реалізацію діалогу культур.

Формування конкурентоспроможного фахівця, безперечно, відбувається під час навчального процесу у стінах ЗВО, але несформованість лінгвосоціокультурної компетентності (ЛСКК) унеможлиблює всебічний розвиток майбутнього філолога. Також варто пам'ятати, що ЛСКК пронизує всі мовленнєві компетентності та неможливо цілісно сформувати комунікативну компетентність без розвитку ЛСКК.

ЛСКК це “цілісна система знань, умінь та навичок, необхідних для досягнення ефективності міжкультурного спілкування, охоплює лінгвальний та екстралінгвальний чинники комунікативної взаємодії, акцентує увагу на контрасті мов і культур різних народів, на розвиток певних особистісних якостей, які допомагають реалізовувати міжкультурне спілкування” (Кардашова, 2017).

Божко зазначає, що вивчення іноземної мови тісно пов'язано з ознайомленням з досвідом іншої культури, життям і менталітетом її

мешканців, національно-культурними властивостями країни, а процес навчання у ЗВО необхідно організовувати таким чином, щоб англійська мова вивчалась як “феномен національної культури, як мовна модель світу цього народу й цієї культури” (Божко, 2019).

Якщо слідувати зазначеному вище, студент буде підготовленим до міжкультурної комунікації, що передбачає взаєморозуміння між співрозмовниками, адекватну інтеракцію та, в загальних рисах, буде готовим до різних ситуацій у спілкуванні.

Англійська, як і будь-яка інша мова, постійно розвивається і щодня різні сфери життєдіяльності наповнюються її новими лексичними одиницями. Беручи до уваги, наприклад, ідіоматичні лексичні одиниці, студент може зіштовхнутися з нерозумінням висловлювання. Дослівний переклад не часто може допомогти зрозуміти значення виразу. Так, англійська ідіома “*to be on one's toes*” українському студенту може стати зрозумілою, адже в українській існує схожий вираз “ходити навшпильки”, тобто “на пальцях”, щоб бути тихим та непоміченим. Та якщо взяти до прикладу вираз “*a good egg*” (еквівалент – “присмна людина”), дослівний переклад не допоможе зрозуміти його значення. Це доводить важливість та актуальність формування ЛСКК.

Як було зазначено, ЛСКК важлива для успішної комунікації та адекватного міжкультурного порозуміння співрозмовників. Звертаючи на це увагу, при навчанні говоріння як виду мовленнєвої діяльності, викладач зобов'язаний враховувати аспекти ЛСКК. Загальновідомо, що говоріння є усним продуктивним видом мовленнєвої діяльності, за допомогою якого відбувається усне іншомовне спілкування в діалогічній і в монологічній формі. Процес говоріння завжди вмотивований та має певні цілі; предметом говоріння є думки самого мовця, а його продуктом – виступає саме висловлювання у діалогічній та/або монологічній формі. Результатом на повідомлення завжди є вербальна або невербальна реакція співрозмовника.

Формування англійськомовної компетентності в говорінні майбутніх філологів-романістів вимагає набуття не лише мовних знань, але й ЛСКК. У процесі навчання майбутніх фахівців вона утворюється у формування мовленнєвих навичок і розвиток комунікативних умінь іншомовного говоріння, які стають основою успішного міжособистісного й міжкультурного спілкування (Коробейнікова, 2018). Формування англійськомовної компетентності в діалогічному мовленні майбутніх філологів мають певні соціокультурні, когнітивні, розвивальні, виховні, освітні та професійні цілі та зумовлюється володінням низкою спеціальних і загальних компетентностей (Коробейнікова, 2018).

Отже, сьогочасні реалії ринку праці спонукають до підготовки всебічно розвинених фахівців філологічних спеціальностей. Аналіз сучасних досліджень свідчить, що формування англійськомовної ЛСКК в діалогічному мовленні у студентів-романістів – невіддільний аспект становлення майбутнього спеціаліста, який буде готовий взаємодіяти і сприяти діалогові культур.

## ЛІТЕРАТУРА

- Божко, Н. В. (2019). Теоретичні засади розвитку лінгвосоціокультурної компетентності майбутніх учителів іноземної мови. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*.  
<https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series5.2019.71.04>
- Кардашова, Н. В. (2017). Роль лінгвосоціокультурної компетентності у фаховій підготовці майбутніх учителів іноземної мови. *Молодий вчений*, 45(5), 365.
- Коробейнікова, Т. І. (2018). Комп'ютерна технологія формування у майбутніх перекладачів англомовної компетентності в діалогічному мовленні. *Вісник київського національного лінгвістичного університету. Серія Педагогіка та Психологія*, (29), 105–112.

## ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

**Власенко Т. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*  
Науковий керівник: **Бесклінська О. П.**  
*Кандидат фізико-математичних наук, доцент*  
*Київський національний лінгвістичний університет*

Електронний маркетинг є доволі актуальним у наш час. Кількість користувачів інтернетом весь час зростає. Наразі, більше половини населення нашої планети має доступ до мережі. Тому, електронний маркетинг є дієвим та актуальним інструментом для просування продуктів та послуг у цифровому просторі.

Електронний маркетинг, е-маркетинг, також інтернет-маркетинг – ведення маркетингу на основі електронних технологій. Практично це стосується інтернет-технологій, завдяки яким організації збільшують продажі: електронної комерції наприклад та традиційної комерції, яка використовує засоби Інтернет, як допоміжну технологію. Якщо маркетинг – це залучення і утримання клієнтів, то інтернет-маркетинг – залучення й утримання клієнтів в Інтернеті (Електронний маркетинг, 2023).

Електронний маркетинг значно знижує витрати компаній на рекламу та збільшує ефективність маркетингових компаній. Окрім цього, маркетинг в інтернеті весь час еволюціонує та покращується, тому ця тема завжди є актуальною та невід'ємною частиною сучасного бізнесу.

Метою дослідження було знайомство з теоретичним обґрунтуванням значення електронного маркетингу, дослідження його проблем та перспектив. Було розглянуто застосування електронного маркетингу (Ринейська, 2015), його види (Капінус) та методи моделювання, а також, оптимізацію електронної пошти та електронний етикет. Ще, досліджено переваги інтернет-маркетингу (Електронний маркетинг. Навіщо він потрібний могому бізнесу) та розглянуто, що таке програмне забезпечення для електронного маркетингу.

Дослідження електронного маркетингу стикається з кількома проблемами, а саме:

- Обмежена кількість доступних даних щодо аналізу та дослідження інтернет маркетингу.

- Швидкий розвиток технологій може ускладнити вивчення та дослідження електронного маркетингу. Адже наявні методи можуть бути застарілими, а нові повністю не вивчені.

- Несприятливі умови для вивчення інтернет-маркетингу, такі як: несприятлива економічна ситуація, зміни про захист персональних даних або ж зміни у поведінці та вподобань споживачів.

Також, щоб не стикатись із проблемами у сфері інтернет-маркетингу не варто розсилати спам. Це є неефективна стратегія електронного маркетингу, оскільки вона не призведе до збільшення продажів чи сприятливої впізнаваності бренду та може зруйнувати репутацію вашої компанії.

Однією з важливих проблем також вважається покупка готових списків розсилки. Потрібно створити список розсилки з людьми, які щиро цікавляться компанією. Купівля вже чинного списку розсилки – погана ідея з багатьох причин, але в основному тому, що він може надати некваліфікованих людей, які з меншою ймовірністю виявлятимуть ширий інтерес до бренду і з більшою ймовірністю відмовляться від листів або навіть повідомлять про них, як спам (Ринейська, 2015).

Інтернет-маркетинг – це практика використання всіх аспектів традиційного інтернет-маркетингу для продажу товару або послуги клієнтам і управління відносинами з ними. Застосування інтернет-маркетингу дозволяє істотно розширити діяльність компанії, вивести бізнес з локального ринку на міжнародний простір. Його інструменти є менш витратними, ніж просування за допомогою традиційних маркетингових методів. Основними перевагами інтернет-маркетингу вважаються інтерактивність, можливість максимально точного таргетингу, можливість після клікового аналізу, що призводить до максимального збільшення таких показників, як конверсія сайту та ROI онлайн-реклами.

Отже, для компанії інтернет-маркетинг став необхідним інструментом для ведення бізнесу, засобом зниження витрат і кращого задоволення потреб споживачів. Споживачі, і собі, отримали нове джерело інформації про товари та послуги, нові способи задоволення своїх потреб через можливість взаємодії з більш широким колом компаній та новий ефективний засіб комунікації як з компаніями, так і між собою. Інтернет довів свою високу ефективність як засобу комунікації, а також високий потенціал світового електронного ринку, побудованого на його основі. Досвід компаній, які намагаються використовувати Інтернет як доповнення до свого традиційного (офлайнного) бізнесу підтвердив важливість і необхідність врахування та використання всього наявного досвіду у веденні комерційної діяльності та використанні принципів маркетингу у своїй діяльності. З виникненням специфічного напрямку – інтернет-маркетингу, актуально створення теоретичних засад здійснення віртуальної



маркетингової діяльності та розробки практичних рекомендацій щодо її здійснення (Литовченко, 2011).

## ЛІТЕРАТУРА

- Електронний маркетинг.* (2023). Взято з [https://uk.wikipedia.org/wiki/Електронний\\_маркетинг](https://uk.wikipedia.org/wiki/Електронний_маркетинг). *Навіщо він потрібний мому бізнесу.* (без дати). <https://azbyka.com.ua/uk/chto-takoe-elektronnyj-marketing1>
- Капінус. (без дати). *Види електронного маркетингу в діяльності підприємств харчової промисловості.*  
[http://www.rusnauka.com/18\\_ADEN\\_2012/Economics/6\\_113472.doc.htm](http://www.rusnauka.com/18_ADEN_2012/Economics/6_113472.doc.htm)
- Литовченко, І. Л. (2011). *Інтернет-маркетинг.* Навчальний посібник. Центр учбової літератури.
- Ринейська, Л. (2015). *Міжнародний досвід застосування інтернет-маркетингу.*  
[www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3895#](http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3895#)

## ЕТАПИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ У НАВЧАННІ АНГЛІЙСЬКОГО МОНОЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ

**Гарнік І. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*  
Науковий керівник: **Ніколаєва С. Ю.**  
*Доктор педагогічних наук, професор*  
*Київський національний лінгвістичний університет*

Одним із завдань сучасної системи освіти України є формування і розвиток у студентів ключових компетентностей. Відповідно до потреб суспільства постає запит на особистостей, які здатні самостійно приймати рішення, нестандартно мислити, розвиватися упродовж усього життя і злагоджено працювати для досягнення спільного результату. Динамічні зміни у світі спрямовують освітній процес на формування таких особистостей через створення навчальних проблемно-дослідницьких ситуацій і практичних завдань. Сучасні педагоги все частіше звертаються до особистісно-орієнтованих технологій навчання іноземних мов, серед яких значне місце належить і проєктній технології.

Проблематика реалізації проєктної технології в навчанні іноземних мов відображена в роботах багатьох зарубіжних учених, зокрема: Fried-Booth D. L., Gaer S., Hutchinson T., Smith M. A., Stoller F. L., Vidal N., Willis D., Willis J. Серед вітчизняних дослідників можна виділити: Арванітопуло Е. Г., Буйницьку О. П., Елькіна М. В., Зазуліну Л. В., Косович О. В., Устименко О. М. та ін.

Сутність освітньої проєктної технології полягає в тому, що її основу складає навчально-дослідницька діяльність студентів, пов'язана з розв'язанням певної проблеми, та оволодіння ними способами навчально-пізнавальної діяльності (Устименко, 2016, с. 3).

Найскладнішим у впровадженні проектної діяльності в освітній процес є організація і планування діяльності студентів. Задля подальшого використання на практиці проектної технології у навчанні англійського монологічного мовлення (АММ) майбутніх учителів ми вважаємо за потрібне охарактеризувати етапи реалізації такої проектної діяльності. Будь-який проєкт у своїй структурі має низку етапів. Зокрема, ми орієнтуємося на наступні етапи проектної діяльності студентів (Арванітопуло, 2006, с. 4): підготовчий, виконавчий, презентаційний і підсумковий.

Проектна діяльність розпочинається з підготовчого етапу, на якому студенти разом з викладачем обирають тему майбутнього дослідження з навчання АММ. Згодом викладач готує і проводить вступний мотивувальний захід презентації проблемної ситуації, під час якого визначається мета проєкту та його часові межі, чітко формулюється проблемно-дослідницьке питання, озвучується проєктне завдання і узгоджується кінцевий проєктний продукт. Наприклад, у навчанні англійського монологічного мовлення форматом вступного мотивувального заходу може стати показ відеоролика з його подальшим жвавим обговоренням. Під час такого заходу також окреслюється план виконання навчального проєкту, визначаються критерії оцінювання проектної діяльності. Етап завершується формуванням невеликих проєктних груп, у яких студенти обговорюють завдання для досягнення поставленої мети проєкту.

На виконавчому етапі студенти у своїх групах шукають, опрацьовують, збирають і систематизують необхідну інформацію у вигляді ментальної мапи, таблиці, схеми тощо для виконання проєктного завдання з навчання АММ. Студенти готують невеликий звіт в усній формі про результати зробленої ними роботи, що забезпечує поточний контроль виконання проєкту. На цьому етапі студенти працюють самостійно, а викладач виступає лише у ролі фасилітатора освітнього процесу, він може радити літературу або надавати різні опори для укладання звітів, але право вибору користуватися ними чи не користуватися залишається за студентами.

На презентаційному етапі студенти продовжують працювати у своїх групах, вони визначають, яким чином найкраще представити оброблену інформацію і уточнюють роль кожного учасника у підготовці і презентації кінцевого продукту. Викладач надає студентам різноманітні навчальні підказки та пам'ятки-інструкції для ефективного та успішного представлення кінцевого продукту проєктування. Після ретельної підготовки студенти публічно презентують кінцеві продукти, наприклад, у навчанні АММ це буде усна доповідь.

На підсумковому етапі робиться загальний висновок щодо виконання проектної роботи. Студенти не тільки обмінюються думками стосовно успішної реалізації проєктів, але й акцентують увагу на тому, які аспекти проєкту можна удосконалити під час подальшої проектної діяльності. Викладач також проводить підсумковий контроль, він оцінює діяльність студентів під час тривалої роботи над проєктом з навчання АММ, а також кінцевий продукт і його презентацію.

Отже, охарактеризувавши етапи реалізації проектної технології у навчанні АММ майбутніх учителів, можемо дійти висновку, що проектна технологія дійсно має ряд переваг над традиційними підходами до навчання. Виконання проектів не тільки сприяє розвитку іншомовних компетентностей студентів, але й одночасно залучає їх до дослідницької діяльності задля досягнення практичного результату. Крім того, студенти розвивають свою творчість і креативність, організаторські здібності, навички самоосвіти та самоконтролю, уміння працювати в команді тощо.

## ЛІТЕРАТУРА

- Арванітопуло, Е. Г. (2006). *Проектна робота з англійської мови учнів старшої школи*. Ленвіт.
- Устименко, О. М. (2016). Дидактичні характеристики проектної технології навчання іноземних мов і культур. Сучасна наука в мережі *Internet: матеріали XII* міжнародної наукової інтернет-конференції, 38–50. <https://int-konf.org/ru/2016/suchasna-nauka-v-merezhi-internet-16-18-02-2016/1212-kandidat-pedagogichnikh-nauk-dotsent-ustimenko-o-m-didaktichni-kharakteristiki-proektnoji-tekhnologiji-navchannya-inozemnikh-mov-i-kultur>.

## РЕСУРСИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ІСПАНСЬКОМОВНОЇ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ: ВПРАВИ Й ЗАВДАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО БЛОГУ *PROFESORES DE ELE*

**Дмитрієва Є. П.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Бігич О. Б.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Інтернет дав поштовх для зростаючого сектору освіти. Цей новий вимір доступності та інтерактивності підвищив якість освітніх ресурсів. Відповідно, використання сучасних освітніх технологій революціонує традиційні методи викладання. В дистанційному або ж офлайн навчанні інтернет-ресурси, як-от професійні блоги, відкривають шляхи для обміну ресурсами та даними без перешкод.

Правильне використання професійних блогів може покращити якість освітніх ресурсів, воно одночасно дозволяє викладачам готувати ефективні заняття та надає студентам можливість розширити сферу навчання. Більше того, використання нових вправ та завдань допомагає викладачеві аналізувати індивідуальні потреби студента та адаптувати заняття відповідно до них.

Одним із прикладів професійного блогу, вправи якого викладач іспанської мови може використовувати на практичних заняттях є *Profesores*

de ELE. Блог має окремі розділи для викладачів, студентів, містить не тільки завдання та вправи різного формату, а й мовні курси для студентів або ж курси підвищення кваліфікації для викладачів.

Цікавою групою готових вправ і завдань є ті, які стосуються карнавалів, адже карнавали займають особливе місце майже в усіх культурах, вони представлені як культурні чи мистецькі події, які розвивають церемоніальний або ритуальний аспект і вимагають сприятливої атмосфери. В Іспанії карнавали щороку набувають масового та культурно-ціннісного значення не лише для іспанців, а й для туристів.

Отже, за цією тематикою в блозі представлено декілька груп завдань, розрахованих на рівні володіння мовою A1-A2 та B2. Вправи сприяють формуванню іспанськомовної лексичної компетентності у студентів, проте, якщо говорити про завдання для рівнів A1-A2, порядок завдань є не зовсім доречним.

Лексична компетентність – це здатність людини до коректного оформлення своїх висловлювань і розуміння мовлення інших, яка базується на складній і динамічній взаємодії відповідних навичок, знань і лексичної усвідомленості. Розвиток іспанськомовної лексичної компетентності передбачає не лише засвоєння певної кількості слів, а й оволодіння іншомовною комунікативною компетентністю.

Визначають три етапи формування іншомовної лексичної компетентності: 1) етап ознайомлення, семантизації лексичної одиниці, зняття труднощів розуміння, пояснення; 2) етап автоматизації дій з лексичними одиницями за допомогою різних вправ і завдань; 3) етап застосування, відтворення знань і навичок.

Тобто, лексична компетентність формується завдяки чіткому механізму ознайомлення, засвоєння та відтворення, натомість у вправах бачимо, що перша вправа-гра “Хто я?” навчає говорінню і передбачає використання тематичного вокабуляру, який представлений не перед завданням як певне зняття труднощів розуміння, а як активний словник у вправі номер 2. Також недоцільним є розпочинати вправу одразу із запитань студентів один одному, не надавши лексичної або граматичної опори, яка допоможе впевнено та правильно формулювати свої думки, засосовуючи потрібну лексику і граматичні структури.

У розділі завдань на рівні B1 – B2 представлені ресурси та вправи для занять, які є більше основою для розробки завдання, аніж повноцінною вправою для розвитку лексичної компетентності. Візьмемо, до прикладу, вправу номер 2, де продемонстровано пісню із тематичною лексикою, виділеною жирним шрифтом. Завдання студентів – замінити виділені слова на антоніми, потім прослухати пісню та перевірити правильність своїх відповідей. Слід виділити саме останній етап, оскільки він є етапом самоконтролю, самоперевірки і передбачає застосування аудіоматеріалу.

Преваги професійного блогу Profesores de ELE не обмежуються лише студентами, а й доступні викладачам, оскільки вони також масово використовують навчальні веб-ресурси. Професійні блоги та вправи і

завдання, подані в них пропонують абсолютно новий погляд на методику викладачів, які можуть далі використовувати ці методики на аудиторних онлайн та офлайн заняттях і таким чином розвивати іспанськомовну лексичну компетентність у студентів.

Проте, використовуючи завдання з професійних блогів для викладання іспанської мови як іноземної потрібно ретельно їх перевіряти, за необхідності доповнювати або модифікувати відповідно до методичних рекомендацій та запитів студентів. Також слід враховувати доцільність використання вправ за їх тематикою, складністю, а також метою заняття. Комбінуючи навчально методичний комплекс та сучасні технології викладач може досягти максимального результату під час викладання.

## ЛІТЕРАТУРА

- Bardovi-Harlig, K. & Salsbury, T. (2004). The organization of turns in the disagreements of L2 learners: A longitudinal perspective. En D. Boxer & A. D. Cohen (Eds.) *Studying speaking to inform second language learning*. (pp. 199–227). Clevedon: Multilingual Matters.
- Бігич, О. Б., Бориско, Н. Ф., Борецька, Г. Е. та ін. (2013). *Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика*. Ленвіт.
- Нагаєв В. М. (2007). *Методика викладання у вищій школі*. Центр учбової літератури.
- О. Б. Бігич, М. М. Волошинова, М. С. Глазунов та ін. (2014). *Сучасний студент у контексті особистісно-діяльнісного підходу: за результатами науково-методичних досліджень*. Вид. центр КНЛУ.
- Товканець, Г. В. (2011). *Університетська освіта*. Кондор.

## РОЛЬ І МІСЦЕ НАВЧАЛЬНО-СТРАТЕГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ПРОФЕСІЙНО-ОРІЄНТОВАНОМУ ГОВОРІННІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

**Каленська В. Л.**

*Київський національний лінгвістичний університет*  
Науковий керівник: **Черниш В. В.**  
*Доктор педагогічних наук, професор*  
*Київський національний лінгвістичний університет*

В умовах викликів сьогодення дедалі актуальнішим стає питання підготовки висококваліфікованих спеціалістів загалом, та успішних майбутніх учителів англійської мови (АМ) зокрема, які будуть конкурентоспроможними як на території України, так і закордоном. У результаті поширення COVID-19 та введення воєнного стану викладачі закладів вищої освіти (ЗВО) змушені шукати нові, більш ефективні методи формування іншомовної комунікативної компетентності (ІКК) у студентів.

Навчальні програми ЗВО України передбачають вивчення курсу методики навчання іноземних мов і культур майбутніми вчителями АМ, починаючи з другого року навчання. Водночас не присвячується достатньо часу формуванню компетентності в англійськомовному професійно-орієнтованому говорінні (ПОГ), яка надає змогу студентам опанувати необхідні вміння для виступів на науково-практичних конференціях, обміну думками щодо методики викладання з колегами, адаптації свого мовлення до знань учнів під час занять тощо.

Ми поділяємо думку науковиці В. В. Черниш, яка стверджує, що професійно-орієнтована англійськомовна компетентність у говорінні майбутніх учителів – це здатність педагога обирати вербальні й невербальні засоби комунікації адекватно до ситуації спілкування, якісно організовувати своє монологічне та діалогічне мовлення англійською мовою, спираючись на професійні мотиви та вміння в різних професійних ситуаціях (Черниш, 2015).

Навчально-стратегічна компетентність (НСтК) є основою формування ІКК загалом, та її складників зокрема. Саме НСтК дає змогу студентам набувати знання, формувати навички та розвивати вміння певної компетентності самостійно в разі браку безпосереднього зв'язку з викладачем, що значно прискорює опанування мовою та водночас робить цей процес більш ефективним та автономним. Варто зазначити, що володіння різними типами навчальних стратегій допомагає студентам адаптувати процес навчання до своїх потреб та можливостей, а комунікативні стратегії уможливають більш ефективне спілкування зі співрозмовником, допомагаючи компенсувати прогалини у знаннях та досягати поставленої перед собою комунікативної мети. Тому, формування НСтК загалом, та у ПОГ зокрема, у майбутніх учителів АМ є пріоритетним завданням для сучасних ЗВО.

Екстраполюючи визначення НСтК Ю. П. Гудими (2018), ми сформувавши свою власну дефініцію поняття навчально-стратегічної компетентності у професійно-орієнтованому говорінні майбутніх учителів, яка означає готовність та здатність мовця до усвідомленого, ефективного та самостійного навчання й керування процесом іншомовного монологічного та діалогічного говоріння у різних професійних ситуаціях, що передбачає добір та використання доречних стратегій для досягнення поставленої комунікативної мети.

Здебільшого методисти вважають, що ПОГ вчителів АМ охоплює два аспекти: адаптивний (говоріння вчителя під час безпосередньої взаємодії з учнями під час проведення уроків, позакласних та позашкільних заходів) та професійно-комунікативний (виступи на науково-практичних конференціях, участь у дискусіях та дебатах на професійну тематику, обговорення актуальних проблем методики навчання з іншими вчителями) рівні. Зазначені вище рівні потребуватимуть застосування різних навчальних та комунікативних стратегій, адже, наприклад, на адаптивному рівні вчителі здебільшого користуються вміннями діалогічного мовлення, тому метакогнітивні, когнітивні й соціальні стратегії будуть найбільш доречними. Хоча на професійно-комунікативному рівні більш значне місце будуть

займати компенсаторні стратегії та стратегії запам'ятовування, тому що основу складе підготовлене монологічне мовлення.

Проаналізувавши сучасні навчальні та робочі програми ЗВО, можна дійти висновку, що на формування НСтК в англійськомовному ПОГ не відводиться достатньо часу, хоча володіння досліджуваною компетентністю є однією з ключових цілей для студентів, майбутніх учителів АМ. Проведений аналіз підтверджує необхідність розробки методики формування НСтК в англійськомовному ПОГ майбутніх учителів, яка б відповідала вимогам чинних програм ЗВО України.

Отже, роль НСтК у формуванні будь-якого аспекту ІКК неможливо переоцінити, адже саме вона дає змогу студентам керувати власним процесом навчання, бути більш автономними та оволодівати АМ більш швидко та ефективно. Перспективу дослідження ми вбачаємо у вивченні наукових робіт методистів щодо проблеми формування НСтК в англійськомовному ПОГ майбутніх учителів АМ, аналізі теоретичних засад, а також у встановленні змісту та структурного складу цієї компетентності.

## ЛІТЕРАТУРА

- Гудима, Ю. П. (2018). Формування у майбутніх учителів англійської мови навчально-стратегічної компетентності в діалогічному мовленні. [Дис. канд. пед. наук, Київський національний лінгвістичний університет]. Репозитарій Київського національного лінгвістичного університету. <http://rep.knlu.kyiv.ua/xmlui/handle/7878787/169>
- Черниш, В. В. (2015). Теоретико-методичні засади формування у майбутніх учителів професійно орієнтованої англійської мовної компетенції в говорінні. [Дис. докт. пед. наук, Київський національний лінгвістичний університет].

## ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ З ВИКОРИСТАННЯМ ПРОЄКТНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

**Кириленко Н. Є.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Черниш В. В.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Актуальність дослідження проєктних технологій в цілому та психолого-педагогічних засад формування комунікативних компетентностей з використанням проєктних технологій у майбутніх учителів під час професійно орієнтованого навчання англійської мови зумовлена багатьма обставинами. Світ еволюціонує, змінюється, а разом із ним росте потреба



застосування новітнього процесу під час початку. Розвиток інформаційного суспільства веде запровадження істотних змін у використанні проєктних технологій, які були та до сих пір являються одним з корисних методів навчання.

Коротко характеризуючи позиції суб'єктів проєктної діяльності, Каламаж В. О. зазначає, що в організації проєктної діяльності під час вивчення іноземної мови потрібно орієнтуватися на просування студентів від позиції простого “Виконавця” до зайняття позиції “Управлінця” та “Експерта” і оволодіння системою управлінських навичок, які через участь у проєктній діяльності трансформуються в навички самоуправління (Каламаж, 2019).

У цьому контексті можна говорити про автономію студентів, яка досягається шляхом використання проєктних технологій для формування комунікативних компетентностей.

Також слід зазначити, що сформованість комунікативних компетентностей у майбутніх учителів під час здобуття освіти визначає якість підготовки студента педагогічного факультету. Комунікативні здібності розкриваються та розвиваються під час навчання студентів з використанням проєктних технологій, адже у майбутнього викладача при виконанні проєкта виникає бажання взаємодіяти, організовувати роботу і групи та підтримувати зв'язок з усіма учасниками групи.

Реалізація проєктної методики при формування комунікативних компетентностей у майбутніх учителів, дозволяє удосконалити навчальний процес, підвищити мотиваційний потенціал студентів, їхній рівень володіння іноземною мовою життя. Федорчук Е. І. вказує на те, що проєктні технології, як засіб навчання, спрямовані на навчання студента самостійно здобувати знання та застосовувати їх для розв'язання пізнавальних та практичних завдань; сприяє розвитку комунікативних здібностей; прищеплює уміння користуватися дослідницькими прийомами: збирати та аналізувати інформацію, висувати гіпотези, робити висновки (Федорчук, 2006).

Виконання проєкту під час навчання майбутніх учителів вимагає від студентів високого рівня самостійності і пізнавальної активності. Цей вид роботи сприяє розвитку умінь здійснення наукового пошуку і формуванню аналітичного мислення, поглибленню інтересу до певної предмету та майбутньої професії в цілому (Городиська, Пантюк, & Міляєва, 2014).

Ефективність застосування проєктних технологій у навчанні майбутніх вчителів для формування комунікативних компетентностей залежить від того, наскільки студенти будуть вмотивовані самостійно чи спільними зусиллями вирішити проблему, застосовувати необхідні знання, одержати реальний і відчутний результат. Вивчення психологічних особливостей студентського віку стає дуже важливим і необхідним явищем у сучасній психології вищої школи (Яворська, Камишнікова та ін., 2013).

## **ЛІТЕРАТУРА**

Городиська, В., Пантюк, М., & Міляєва, В. (2014). *Педагогіка та психологія вищої школи*. Редакційний відділ ДДПУ.

- Каламаж, В. О. (2019). *Психологічні чинники ефективності групової проектної діяльності студентів ЗВО у процесі вивчення іноземної мови*. [Дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: 19.00.01. Східноєвропейський нац. ун-т].
- Яворовська, Л. М., Камишнікова, Р. Ф., Поліванова, О. Є., Яновська, С. Г., & Куделко, С. М. (2013). *Психологічні особливості студентського віку*. ХНУ імені В. Н. Каразіна.
- Федорчук, Е. І. (2006). *Сучасні педагогічні технології*. АБЕТКА.

## ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА: ВИДИ ТА ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ

**Конівненко В. М.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Бесклінська О. П.**

*Кандидат фізико-математичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Ми живемо в час, коли реклама оточує нас всюди куди б ми не поглянули, її розвиток неупинний. Зараз існує таке поняття як інтернет-реклама. Завдяки рекламі в інтернеті ми можемо залучити нових потенційних клієнтів, знайти свою аудиторію та добре просувати свій продукт. І не менш важлива перевага інтернет-реклами змога аналізувати аудиторію.

Розглянемо основні види та засоби створення інтернет-реклами.

Контекстна реклама – це вид реклами в інтернеті, яка показується в момент коли клієнт у цьому зацікавлений, тобто ідеальна відповідь (пропозиція) на потребу (попит) потенційного клієнта (Що таке контекстна реклама?).

Контекстна реклама є найпопулярнішим і ефективним способом просування, оскільки рекламні оголошення прив'язані до певного контексту. Використанням контекстної реклами можна зацікавити клієнтів, яким уже нічого не потрібно пояснювати.

Для створення контекстної реклами в Україні використовують Google Ads – онлайн-реklamний сервіс, який дозволяє рекламодавцям конкурувати для відображення коротких рекламних текстів для вебкористувачів, частково ґрунтуючись на ключові слова, зумовлені рекламодавцями, що може зв'язати, вміст вебсторінок, що відображаються користувачам (Google Ads).

Наступний вид інтернет-реклами SEO-просування в пошукових системах. Пошукове просування (SEO-оптимізація) – це комплекс заходів, направлених на підвищення позицій сайту в результатах пошукової видачі. SEO-просування – це не реклама як така, але про нього не можна не згадати, оскільки їхні задачі та цілі збігаються – підвищити популярність інтернет-ресурсу і залучити користувачів на сайт (Види реклами в Інтернеті та особливості кожного з них)

SEO-просування має обов'язково входити в комплекс заходів для покращення просування продуктів і послуг, оскільки чим вища позиція

інтернет-магазину, тим вища до нього довіра. SEO-просування – це комплекс дій, які в залежності від цілі можуть змінюватися.

Пошукове-просування в Google складається з:

- технічний аудит сайту,
- аналіз конкурентів,
- збирання семантичного ядра,
- оптимізація структури сайту,
- технічна підтримка і контроль ресурсу,
- формування/розвиток посилального профілю,
- рекомендації щодо розвитку сайту,
- звіт про виконану роботу.

Але етапи SEO-просування залежать від конкуренції в тій чи іншій ніші, пошукового попиту та технічного стану сайту.

*Таргетована реклама в соціальних мережах* – це реклама, спеціально налаштована на певні аудиторії (користувачів соціальних мереж), яка може працювати на досягнення певних вимірних цілей (Таргетована реклама в соціальних мережах – як це працює?)

Таргетована реклама в соціальних мережах допомагає просуванню бізнесу, введенню нового продукту на ринок та підвищує впізнаванність бренду. Переваги такої реклами в тому, що тематичні оголошення показують лише цільовій аудиторії, яка буде зацікавлена у вашій пропозиції. Таргетована реклама в соціальних мережах – універсальний інструмент для просування практично у будь-яких сферах бізнесу. Особливо добре вона себе зарекомендувала у розкручуванні інтернет-магазинів, семінарів, коучів, громадських закладів, спортивних установ, організацій із б'юті-сфери та ін. Різні види таргетингу активно використовують блогери та лідери думок для просування своїх сайтів. Активно використовується таргетована реклама в різних соціальних мережах, таких як Instagram та Facebook.

Email-розсилка – це лист, відправлений певній групі одержувачів. Це ефективний інструмент маркетингу і засіб комунікації з клієнтами (Що таке email розсилка: визначення, відео, приклади). Розсилка відбувається автоматично за допомогою різних сервісів таких, як MailChimp, UniSender, Sendinblue, SendPulse, SendSay, BenchMark тощо. А для того, щоб створити видимість особистого спілкування у листах розставляють імена користувачів.

Отже, реклама в Інтернеті – це один з найбільш актуальних і ефективних способів просування практично будь-яких товарів і послуг. Існує багато видів Інтернет-реклами та засобів для її створення та поширення, що розрізняються по вартості і ефективності, які можуть забезпечити будь-якого продавця припливом клієнтів і збільшенням продажів. Але кожен з цих видів мають свої особливості, які потрібно враховувати для кращої ефективності.

## **ЛІТЕРАТУРА**

*Google Ads.* (2012).

[https://uk.wikipedia.org/wiki/Google\\_Ads](https://uk.wikipedia.org/wiki/Google_Ads)

- Види реклами в Інтернеті та особливості кожного з них.* (без дати).  
<https://ag.marketing/blog/vidy-reklamy-v-interneti/>
- Таргетована реклама в соціальних мережах – як це працює.* (без дати).  
<https://seomadeplace.com/uk/seomadeplace-blog/smm-uk/tarhetovana-reklama-soc-merezh/>
- Таргетована реклама в соціальних мережах – як це працює?* (2023).  
<https://seomadeplace.com/uk/seomadeplace-blog/smm-uk/tarhetovana-reklama-soc-merezh/>
- Що таке email розсилка: визначення, відео, приклади.* (без дати).  
<https://sendpulse.com/ua/support/glossary/email-campaign>
- Що таке контекстна реклама?* (2022).  
<https://www.legion-marketing.com.ua/sho-take-kontekstna-reklama/>

## **МОРАЛЬНО-ЦІННІСНА СФЕРА СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ В УМОВАХ УНІВЕРСИТЕТСЬКОЇ ОСВІТИ**

**Кулик В. П.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Волярська О. С.**

*Доктор педагогічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

У багатьох працях сучасних науковців питання цінностей інтерпретують як фундаментальну методологічну проблему педагогіки. Суттєве значення розуміння морально-ціннісної сфери зумовлене безпосередньо тим, що саме ціннісні орієнтири визначають шлях розвитку особистості та визначають її ставлення до навколишнього світу та самої себе.

Як відомо, проблеми ціннісних орієнтацій та в цілому морально-ціннісної сфери здобувають своєї найбільшої актуалізації під час переломних етапів у розвитку суспільства. Варто відзначити, що нові реалії українців неодмінно впливають на зміни в різних сферах життя. Щоденні події позначаються також на аспектах формування цінностей студентської молоді. Подібні перемини абсолютно перевертають звичні горизонти формування молоді людини, як особистості. За допомогою пізнавальних процесів, соціального життя та культури будуються життєві цінності. Система ціннісних орієнтацій у повній мірі може характеризувати особистість та її спрямованість.

Кожний етап розвитку суспільства тягне за собою реформацію формування специфічного набору і структури цінностей, що у свою чергу сприятимуть зміні соціальних норм, ідеалів та особистісним принципам життєдіяльності. Вікові особливості студентів роблять їх чутливими до будь-яких трансформацій суспільства. Університет відіграє дуже важливу роль у формуванні особистості та її ціннісних орієнтацій.

Мета дослідження полягає в розкритті особливостей формування ціннісних орієнтацій студентів в умовах університетської освіти.

Окремі аспекти дослідження формування цінностей студентської молоді було проаналізовано як у зарубіжних, так і в українських наукових працях, зокрема: академіком І. Бехом (2018) обґрунтовано та висвітлено методологічні підходи до формування цінностей; дослідницею І. Сопівник (2016) розглянуто ціннісний (аксіологічний) підхід у вихованні особистості; польським науковцем Я. Новак (Nowak, 2014) висвітлено значення інтернет-технологій у формуванні ціннісних орієнтацій особистості.

До недавнього питання євроінтеграції відіграло суттєво важливу роль у формуванні ціннісних орієнтирах студентської молоді, про це свідчать наукові статті. Особливу увагу цьому питанню приділяли Р. Вдовиченко та Н. Михальченко у своїй праці “Формування ціннісних орієнтацій студентської молоді через компетентнісний підхід у вихованні особистості”. Науковці наголошували, що “цілком очевидно є необхідність створити таку систему цінностей, яка стала б орієнтиром у вихованні молодого покоління. Важливим критерієм в цій системі є духовність людини, ...втільнення в її світоглядних орієнтаціях сподівань, прагнень, ідеалів, духу народу, нації, що визначає спрямованість особистісних потреб і зумовлює її провідний життєвий вибір” (Вдовиченко, Михальченко, 2019, с. 49).

Водночас на тлі подій від 24 лютого 2022 року, після початку повномасштабного вторгнення на територію України з боку російської федерації, ціннісні вектори молоді зазнали змін. Відтепер постійні соціальні виклики, з якими студентська молодь стикається щоденно, змістили значущість попередніх чинників. Цілком логічно, що всі до недавнього першочергові чинники нині молодь споглядає через призму війни. Такі трансформації супроводжуються низкою негативних тенденцій.

Оскільки студенти є сенситивною категорією суспільства і більшу частину свого часу проводять в умовах закладу освіти, важливим є розгляд ролі безпосередньо університету у формуванні ціннісних орієнтацій. З нашої точки зору, однією із виховних функцій закладу вищої освіти є, в повній мірі, розкриття сутності формування морально-ціннісної сфери студентської молоді.

Таким чином в умовах університетської освіти слід виокремити особливості виховання ціннісних орієнтацій майбутніх фахівців. Розуміння студентства як специфічної категорії дорослого населення, яка лише починає самостійно жити і набуває основи майбутньої професії, зумовлює значущість реалізації саме ціннісної взаємодії учасників освітнього процесу у вищій школі. Це вимагає від викладачів організації свідомого гуманістичного професійного спілкування зі студентами, починаючи від розвитку емоційно-ціннісних характеристик студента як молоді людини, до розвитку самоактуалізації та самовдосконалення.

Залишаються невирішеними проблеми формування морально-ціннісної сфери сучасної студентської молоді в умовах класичних університетів. Подальшого дослідження потребують питання розгляду форм і методів виховання ціннісного ставлення студентів до навчання у вищій школі і майбутньої професійної діяльності.

## ЛІТЕРАТУРА

- Бех, І. Д. (2018). Особистість на шляху до духовних цінностей: монографія. “Букрек”, 320 с.
- Вдовиченко, Р., Михальченко, Н. (2019). Формування ціннісних орієнтацій студентської молоді через компетентнісний підхід у вихованні особистості. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Педагогічні науки*, 211. 47–51.
- Сопівник, І. В. (2016). Ціннісний (аксіологічний) підхід у вихованні особистості. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія “Педагогіка, психологія, філософія”*, 239, 225–229.
- Nowak, J. (2014). *Machinima: grakomputerowajako mediumwspółtwórcze, Sztuki i polityka. Sztuki wizualne*, (red.) M. Jeziński, Ł. Wojtkowski, Wydawnictwo UMK, Toruń. 169–186.

## КРИТЕРІЇ ВІДБОРУ ВІДЕОРОЛІКІВ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ У МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ КОМПЕТЕНТНОСТІ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ АУДІЮВАННІ

**Кучіна А. Ю.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Ніколаєва С. Ю.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Формуванню англійськомовної компетентності в аудіюванні у майбутніх вчителів англійської мови в закладах вищої освіти приділяють багато уваги. Для того, щоб підвищити мотивацію у студентів, збільшити ефективність навчання та урізноманітнити навчальний матеріал дедалі частіше використовують автентичні відеоролики на заняттях. У даному дослідженні було уточнено особливості відбору автентичних відеороликів для формування у майбутніх учителів компетентності в англійськомовному аудіюванні.

Вже у ХХ ст. деякі вчені наголошували на важливості автентичного досвіду навчання. Вивченням цього питання займалася низка як українських, так і іноземних дослідників, наприклад, Тарнопольський О. Б., Кабанова М. Р., Климова О. В., Мунтян А. О., Фреда Мішан, Ларрі Вандергріфт та інші. Вони досліджували як особливості формування іншомовної компетентності в аудіюванні, так і використання автентичних відео- та аудіоматеріалів, їх особливостей, критеріїв відбору під час формування цієї мовленнєвої компетентності.

Штельмах О. В. (2013) зазначає, що відбір відеоматеріалу на заняттях має базуватися на наступних принципах: застосовуваний відеоматеріал має відповідати рівню знань студентів, відео має співвідноситися з програмним матеріалом з певної теми, новизна та актуальність інформації. Він також

наголошує, що викладачу слід визначити, що студенти вже знають з певної теми та яку інформацію їм хотілося б отримати (с. 104–109). Відповідно до цих критеріїв викладачам треба обрати відеоматеріали на заняття.

Обираючи необхідний автентичний матеріал з певної теми викладач бере до уваги також рівень володіння мовою студентами та їх здатність дискутувати на задану тему. Якщо автентичні матеріали надто складні, це може негативно відобразитися на мотивації студентів. Щоб автентичний матеріал застосовувався ефективно, викладач має навчитися відбирати його відповідно до цілей навчання. При відборі матеріалів для навчання аудіювання студентів вищих рівнів володіння англійською мовою слід віддавати перевагу автентичним матеріалам, що репрезентують розмовний стиль повсякденного спілкування, який використовується в реальних ситуаціях, адже вони створюють подібність природного мовного середовища (Мунтян, 2015).

Ознайомившись з вже проведеними дослідженнями та провівши власне, ми прийшли до висновку, що окрім вищенаведених критеріїв відбору, важливу роль відіграють також тривалість відео, швидкість мовлення мовців та відповідність відеоматеріалу академічному середовищу.

Тривалість будь-якого відео, яке викладач може використати на практичному занятті з англійської мови складає 5-25 хвилин. Викладач має чітко спланувати заняття так, аби довжина обраного відеоролику відповідала вимогам до типу конкретного заняття. Якщо відео занадто довге, варто дивитися його частинами та виконувати завдання до кожної окремої частини. Перегляд відео довше ніж 10 хв. втомить здобувачів освіти та приведе до зниження інтересу та розсіювання уваги.

Занадто швидкий темп мовлення ускладнить розуміння тексту, навіть якщо там будуть лише добре знайомі лексичні одиниці та граматичні структури. Відео з надто повільним темпом мовлення теж не варто використовувати. Занадто простий матеріал чи повільний темп може спричинити втрату інтересу студентів до роботи з ним. В межах даного критерію можна також виокремити діалекти та говір. Якщо мовець має специфічний акцент чи у його мовленні присутні регіональні діалекти, розуміння тексту студентом буде на значно нижчому рівні, ніж очікується.

Також слід звернути увагу на відповідність відеоматеріалу академічному середовищу. Коли викладач вибирає відео для роботи на занятті, бажано проконтролювати й наявність у ньому нецензурної лексики, провокативних питань чи ситуацій, що можуть викликати неадекватну реакцію у студентів, наприклад на політичну чи релігійну тему тощо.

Слід пам'ятати, що, плануючи роботу з автентичними відеоматеріалами, необхідно мати чітке уявлення не тільки про їх функціональні можливості, але й брати до уваги наскільки використання відеоматеріалів здатне сприяти досягненню конкретної мети окремого заняття.

Отже, нами були проаналізовані проведені дослідження з формування компетентності майбутніх учителів в аудіюванні з використанням автентичних відеороликів, а також уточнені критерії відбору автентичних



матеріалів для роботи з ними на занятті. Крім того, варто зазначити, що нехтування викладачем цими критеріями відбору може мати негативні результати під час перегляду й обговорення відеозаписів студентами, виконання до них завдань.

## ЛІТЕРАТУРА

- Мунтян, А. О. (2015). Використання автентичних письмових та аудіо/відеоматеріалів при навчанні іноземної мови. *Англістика та американістика: зб. наук. праць*, 12, 88–94.
- Штельмах, О. В. (2013). Відеоурок як метод розвитку комунікативної компетенції у студентів технічного вузу на заняттях іноземної мови. *Проблеми підготовки сучасного вчителя*, 8, 104–109.  
[http://nbuv.gov.ua/UJRN/ppsv\\_2013\\_8\(2\)\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ppsv_2013_8(2)_17).

## ЗАСОБИ ТЕАТРАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ В ПІДГОТОВЦІ ВЧИТЕЛЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

**Лаврик О. М.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Матвієнко О. В.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Нині в Україні відбуваються глибинні процеси переосмислення і усвідомлення національної ідентичності і важливості формування майбутнього покоління, більш свідомого і вільного, в своїх проявах, в своїх діях, в своїх намірах у створенні високорозвиненого суспільства. Перші, хто вносять суттєві зміни – це вчителі, які допомагають в становленні особистості. З огляду на це стрижнем професійної діяльності вчителя має бути не лише доброзичливе спілкування, а й педагогічна майстерність на рівні мистецтва, що забезпечується високим ступенем розвитку професійно-необхідних якостей, умінь та навичок. У світі іноземна мова стала невід’ємною частиною життя. Вона використовується в різних сферах діяльності, таких як туризм, бізнес, наука та технології. Тому важливо, щоб вчителі іноземних мов мали не тільки високу кваліфікацію та професійні знання, а й вміли застосовувати інноваційні методи та технології у своїй роботі. Одним із таких методів є театральна педагогіка.

Театральна педагогіка є ефективним засобом формування педагогічної майстерності вчителя, розвитку його педагогічної техніки (Зазюн, 2000). Театральна педагогіка сприяє формуванню творчих здібностей, креативності, винахідливості, фантазії, уяви; розвиває пам’ять, підвищує рівень уваги; формує вміння керувати емоціями, волею, почуттями; вчить досконало володіти власним психофізіологічним апаратом як інструментом впливу на людей.

Як відомо, педагогічна техніка поділяється на внутрішню (психічну) та зовнішню (фізичну). До зовнішньої техніки відносимо невербальні та вербальні засоби. Формуючи вербальну педагогічну техніку вчителя, необхідно широко задіювати засоби театральної педагогіки, зокрема, використовуючи техніку сценічного мовлення, образність виразу думки, імпрровізацію. Щодо невербальних засобів – це міміка, пластика, жести.

Театральна педагогіка – це методичний підхід, заснований на використанні театральних прийомів та елементів у процесі навчання (Зикова, 2017). Він допомагає студентам краще розуміти іноземну мову, розширювати свій словниковий запас та покращувати вимову. Крім того, театральна педагогіка допомагає розвивати комунікативні навички та творчий потенціал студентів.

Одним із найефективніших засобів театральної педагогіки є імпрровізації та рольові ігри. Ці вправи допомагають студентам навчитися використовувати мову в реальних ситуаціях, які можуть виникнути у повсякденному житті. Наприклад, імпрровізація (Machlin, 1992) може бути діалогом між продавцем і покупцем, а рольова гра – ситуацією, коли студенти грають роль пасажирів і бортпроводників на літаку.

Крім того, театральна педагогіка також включає використання різних видів драматичних ігор та вправ. Наприклад, студенти можуть відігравати ролі у театральних постановках іноземною мовою, що допомагає їм краще розуміти контекст та зміст висловлювань. Також вони можуть використовувати монологи та діалоги з п'єс для поліпшення своєї вимови та інтонації (Machlin, 1992).

Для ефективнішої роботи у рамках театральної педагогіки важливо створювати спеціальні умови. Для цього можуть використовуватися різні методи та засоби. Наприклад, створення спеціального театрального простору (Brook, 1993) з костюмами, реквізитом та декораціями може допомогти студентам ефективніше вжитися в роль та розуміти контекст. Також можна використовувати різні ігри та вправи, які допомагають студентам навчитися працювати в команді, бути більш відкритими та виразними.

Важливим аспектом театральної педагогіки є також робота з емоціями та почуттями студентів (Brook, 1993). Вона дозволяє їм краще розуміти та передавати не лише мовні, а й емоційні нюанси у висловлюваннях. Для цього можна використовувати різні техніки, такі як ігри на емоції, театр тіней та інші.

Однією з основних переваг театральної педагогіки є те, що вона допомагає студентам розвивати свою творчу особистість та покращувати свої навички виступу. У процесі навчання вони можуть виробляти сміливість і впевненість у собі, що допомагає їм краще долати повсякденні ситуації іноземною мовою.

Отже, використання засобів театральної педагогіки є важливим елементом у підготовці вчителя іноземної мови. Цей метод дозволяє студентам не лише покращувати свої мовні навички, а й розвивати творчий потенціал та впевненість у собі (Brook, 1993). Це допомагає студентам краще розуміти іноземну мову, розширювати словниковий запас та використовувати мову у

реальних ситуаціях. Тому використання театральної педагогіки у навчанні мов може бути ефективним та цікавим методом, який допомагає студентам досягати своїх цілей в ефективному вивченні мови.

### **ЛІТЕРАТУРА**

- Зикова, Н. А. (2017). Засоби театральної педагогіки в підготовці вчителя іноземної мови. *Науковий діалог*, 4(26).
- Зязюн, І. А. (2000). Педагогіка добра: ідеали і реалії.
- Brook, P. (1993). *The Open Door: Thoughts on Acting and Theatre*.
- Machlin, E. (1992). *Speech For The Stage*.

## **СТРАТЕГІЇ ОВОЛОДІННЯ МАЙБУТНІМИ ВЧИТЕЛЯМИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ГРАМАТИЧНОЮ КОМПЕТЕНТНІСТЮ**

**Левченко Н. Д.**

*Київський національний лінгвістичний університет*  
Науковий керівник: **Ніколаєва С. Ю.**  
*Доктор педагогічних наук, професор*  
*Київський національний лінгвістичний університет*

Актуальні реформи вітчизняної освіти і тенденції розвитку суспільства в напрямку глобалізації та євроінтеграції формують запит на компетентних учителів англійської мови як іноземної, що володіють міжкультурною англійськомовною комунікативною компетентністю, однією із складових якої є граматична компетентність.

У підручнику з навчання іноземних мов і культур граматична компетентність (ГК) розглядається як “здатність людини до коректного граматичного оформлення своїх усних і писемних висловлювань та розуміння граматичного оформлення мовлення інших, яка базується на складній і динамічній взаємодії відповідних навичок і знань та граматичної усвідомленості” (Методика навчання..., 2013, с. 95). Основними компонентами ГК виступають, таким чином, граматичні знання, граматичні навички і граматична усвідомленість. Такого визначення ГК додержуємося і ми у нашому дослідженні.

Як відомо, знання як компонент ГК поділяють на дві групи: лінгвістична (або аналітична, формальна) граматики, тобто науковий лінгвістичний опис системи правил певної мови, і педагогічна (або навчальна) граматики, яка являє собою перероблені правила лінгвістичної граматики, пристосовані для навчання мови. Оволодіння граматичними знаннями передбачає насамперед оволодіння правилами (описовими та інструкціями) іншомовної граматики, як інформацією про незнайомий або малознайомий матеріал, а також особливостями оперувати ними. Вважаємо, що такий погляд на граматичні знання має враховуватися для визначення стратегій оволодіння ГК англійської мови.

Граматичні навички поділяються методистами-науковцями на: 1) репродуктивні (навички говоріння і письма), 2) рецептивні (навички аудіювання й читання). Формування рецептивної граматичної навички передбачає виконання таких операцій: сприймання, розпізнавання, співвіднесення із значенням. Що ж до репродуктивної граматичної навички, то вона формується в результаті виконання таких операцій: вибір, оформлення за нормами мови, реалізація у мовленні (Методика навчання..., 2013, с. 234). Викладене дозволяє констатувати, що зазначені типи граматичної навички слід брати до уваги у процесі визначення стратегій оволодіння ГК.

І нарешті, граматична усвідомленість трактується науковцями як здатність людини розмірковувати над процесами формування своєї ГК, свідомо реєструвати й розпізнавати ГК в усному і писемному мовленні, їхні особливості та закономірності їхнього утворення і функціонування; знати свій “тип” мовця і “студента”, аналізувати граматичну сторону свого мовлення тощо (Методика навчання..., 2013, с. 240).

Дослідження науковців дозволяють зробити висновок про можливість врахування виокремлених складових ГК для конкретизації шукомих стратегій оволодіння ГК. Отже пропонуємо таку систему стратегій оволодіння студентами ГК англійської мови:

- Стратегії оволодіння граматичними знаннями.
- Стратегії оволодіння граматичними навичками.
- Стратегії оволодіння граматичною усвідомленістю.

У свою чергу, стратегії оволодіння граматичними знаннями поділяються на: стратегії оволодіння описовими правилами і правилами інструкціями; стратегії оволодіння зразками мовлення; стратегії оволодіння граматичними моделями; стратегії оволодіння граматичними схемами; стратегії оволодіння ілюстративними таблицями, стратегії оволодіння вербальною або зображальною когнітивною метафорою.

Стратегії оволодіння граматичними навичками включають:

- Стратегії оволодіння рецептивними граматичними навичками.
- Стратегії оволодіння репродуктивними граматичними навичками.

Стратегії оволодіння рецептивними граматичними навичками розпадаються на: стратегії сприймання граматичного явища, стратегії розпізнавання граматичного явища і стратегії співвіднесення граматичного явища із значенням. Стратегії оволодіння репродуктивними граматичними навичками охоплюють: стратегії оволодіння навичками вибору граматичного явища, стратегії оволодіння навичками оформлення граматичного явища за нормами мови тощо.

Стратегії оволодіння граматичною усвідомленістю охоплюють:

- Стратегії оволодіння рефлексією до феноменів мови і мовлення.
- Стратегії оволодіння рефлексією власних процесів учіння та оволодіння складовими ГК.

Ці стратегії включають: наприклад, стратегії оволодіння здатністю розмірковувати над процесами формування своєї ГК, стратегіями оволодіння здатністю свідомо реєструвати й розпізнавати граматичні структури тощо.

## ЛІТЕРАТУРА

Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика. (2013).  
С. Ю. Ніколаєвої (ред.). Ленвіт.

## ШКІЛЬНА ОСВІТА ДЛЯ РОЗВИТКУ ДЕМОКРАТИЧНОГО ГРОМАДЯНСТВА: ДОСВІД ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН

**Легков С. Ю.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Матвієнко О. В.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Шкільна освіта є важливою складовою для формування демократичного громадянства, адже вона допомагає молодим людям розуміти свої права та обов'язки, розвивати критичне мислення та ставитися до інших людей з повагою та толерантністю. Досвід європейських країн показує, що існують різні підходи до забезпечення якісної освіти для розвитку демократичного громадянства.

Один з таких підходів – це включення в навчальну програму предметів, які стосуються прав людини, громадянської освіти та соціальної відповідальності. Наприклад, в Німеччині, зокрема, існує предмет “Громадянська освіта”, який включає в себе вивчення прав та обов'язків громадян, принципів демократії та участі у виборах, а також розуміння різних культур та релігій.

Ще один підхід полягає у сприянні активній участі учнів у житті школи та громадськості. Наприклад, у Фінляндії в школах існує практика включення учнів до процесу планування та прийняття рішень щодо організації навчальної діяльності та шкільного життя. Це допомагає формувати в них навички участі у демократичних процесах та прийняття відповідальних рішень.

Також важливим елементом є підтримка розвитку критичного мислення та інформаційної грамотності. У Данії, наприклад, у школах проводяться уроки з критичного мислення, де учні вчаться аналізувати та оцінювати інформацію з різних джерел та розвивати вміння робити власні висновки й аргументувати свої думки. Це допомагає їм стати критичними споживачами інформації, здатними розрізняти факти від дезінформації та фейкових новин.

Крім того, досвід європейських країн показує, що для успішного розвитку демократичного громадянства важливо створювати сприятливе середовище у школі, яке підтримує різноманітність та відкритість. Наприклад, у Нідерландах школи ставлять перед собою завдання підтримки різних культур та мов, що допомагає учням розуміти та поважати інших людей.

Нарешті, ще один важливий елемент для розвитку демократичного громадянства в школах – це підтримка різноманітності учителів та шкільного персоналу. Різні люди мають різні погляди та досвід, і це може бути корисно для учнів, які навчаються в школі. Також важливо, щоб учителі та шкільний персонал

були готові працювати з учнями з різних культур та з різними потребами, та щоб вони були відкриті для навчання та зростання в цьому напрямку.

Усі ці елементи допомагають створити сприятливе середовище для розвитку демократичного громадянства в школах. Учні отримують необхідні знання та навички, щоб стати активними та відповідальними громадянами, які можуть впливати на своє оточення та приймати обґрунтовані рішення.

Можна додати, що демократичне громадянство також передбачає розвиток етичних та моральних цінностей в учнів, таких як повага до прав людини, рівність, справедливість та довіра. Учні повинні навчитися розуміти та поважати різних людей, незалежно від їхньої раси, етнічної приналежності, статі, віросповідання або сексуальної орієнтації.

Демократичне громадянство може бути відтворене в школі через проведення різноманітних заходів та проєктів, таких як дебати, вибори, інтерактивні уроки, культурні заходи та спортивні змагання. Ці заходи можуть сприяти розвитку навичок лідерства, комунікації та прийняття рішень.

Загалом, створення сприятливого середовища для розвитку демократичного громадянства у школі може допомогти виховувати активних громадян, які мають знання, навички та цінності, щоб бути ефективними учасниками громадського життя та допомагати вирішувати складні проблеми в своїй спільноті.

## ЛІТЕРАТУРА

- Arthur, J. (2003). Education for democratic citizenship in Europe: *New challenges. European Journal of Education, 38*(2), 155–166.
- Bron Jr, J. E., & Kerber, K. W. (2012). Teaching the social studies: History, geography, economics, and citizenship in the elementary school (5th ed.). Prentice Hall.
- Davies, L., Kerr, K., Peters, M. A., & Barker, R. (Eds.). (2005). Public intellectuals, radical democracy and social movements. *A book of interviews. A & C Black.*

## МОТИВАЦІЯ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ УЧНІВ ЗАКЛАДІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

**Лупійчук С. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Зеня Л. Я.**

*Доктор педагогічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Як відомо, до факторів ефективного навчання іноземних мов (ІМ) зараховують сприятливе для розвитку особистості школяра навчальне середовище, сучасні методи навчання і учіння, вмотивованість навчальної діяльності учнів.

Варто зазначити, що вітчизняними та зарубіжними дослідниками (М. С. Халько, Т. О. Докучина, Е. L. Deci, Z. Dörnyei, Й.-У. Мартенс, Ю. Куль, R. M. Ryan, Е. Ushioda та ін.) широко обговорюється проблема мотивації навчальної діяльності як одного із способів підвищення ефективності навчання учнів у закладах загальної середньої освіти. Однак, як свідчить аналіз наукових джерел, стратегії мотивування учнів до навчання є недостатньо дослідженими.

Метою цієї публікації є висвітлення сучасного стану дослідження проблеми мотивації навчальної діяльності учнів як одного з чинників підвищення ефективності навчання ІМ.

Науковці визначають мотивацію як рушійну силу, яка ініціює, спрямовує та підтримує поведінку для досягнення конкретної мети (Ryan & Deci, 2000). Мотивація навчальної діяльності являє собою складну конструкцію, структура і зміст якої обумовлюються особистими цілями учнів, їх інтересами, переконаннями та цінностями, а також освітнім середовищем, зокрема такими його складовими, як методи викладання та контекст навчання.

Попри те, що важливість мотивації у вивченні ІМ була визнана дослідниками та педагогами, питанню мотивації приділяється недостатньо уваги в практиці іншомовної освіти.

За даними наукових досліджень, присвячених вивченню взаємозв'язку між мотивацією та рівнем володіння учнями іншомовною міжкультурною комунікативною компетентністю, мотивація є ключовим чинником успіху (Dörnyei & Ushioda, 2013). Крім того, було виявлено, що учні, які є більш вмотивованими, мають тенденцію бути більш автономними, саморегульованими та залученими до діяльності з вивчення мови (Dörnyei & Ushioda, 2013).

Кількість досліджень, спрямованих на розвиток мотивації у вивченні ІМ, наразі незначна, що потребує подальших наукових розвідок в цьому напрямі. Важливо при цьому дослідити, як мотивація, як психологічна структура особистості, розвивається та змінюється з часом залежно від суспільного контексту і якими способами її можна розвивати та підтримувати у учнів впродовж усього процесу вивчення ІМ.

Заслуговують на увагу в цьому аспекті результати дослідження, проведеного Dörnyei Z. та Ushioda E. (2022), відповідно до яких визначено структуру мотивації вивчення мови та її значення для викладання ІМ та опанування її учнями. Дослідники пропонують осучаснені теоретичні засади для розуміння мотивації вивчення мови з огляду на складну і динамічну природу мотивації та залежність її формування від контекстуальних факторів. За даними науковців, більш тонке розуміння психологічних механізмів мотивації може сприяти розробці ефективних методів навчання мови та навчальних матеріалів, а останні, в свою чергу, розвитку мотивації та залученості учнів до навчального процесу. Науковці досліджують і розкривають також різноманітність та багатогранність природи мотивації у вивченні мови та необхідність її розуміння як цінного ресурсу для вчителів мови та дослідників.



Однією з проблем, яка потребує розв'язання, є також зниження рівня мотивації учнів до навчання у закладах загальної середньої освіти з часом (Dörnyei & Ushioda, 2013), що зумовлюється як внутрішніми, так і зовнішніми факторами.

Під час проходження педагогічної практики в Скандинавській гімназії м. Київ при спостереженні за навчальним процесом і активністю учнів 9-Б класу на уроках німецької мови було зафіксовано підвищення рівня їхньої мотивації до оволодіння німецькомовною міжкультурною комунікативною компетентністю з появою “нового вчителя” (студента-практиканта).

Безумовно факт тимчасової зміни вчителя та можливість презентувати себе перед неупередженим вчителем-практикантом позитивно вплинула на зацікавленість учнів у перший тиждень проходження педпрактики, проте вже впродовж другого тижня інтерес почав згасати. Отже, постійна заміна вчителів як спосіб мотивування підлітків до навчання є сумнівним, до того ж вплив цього фактору може зменшитися, якщо він стане регулярним. Тому важливо, щоб вчителі володіли ефективними мотиваційними стратегіями, які можуть забезпечити підтримання та посилення мотивації учнів до навчання.

Для розв'язання цієї проблеми вкрай важливо, щоб у змісті освітньо-професійних програм закладів вищої освіти з підготовки майбутніх учителів було б приділено більше уваги засобам ефективного мотивування учнів.

Одним із таких засобів, на нашу думку, може слугувати ознайомлення майбутніх вчителів вже на 1-2 курсах з теоретичними засадами мотивації як чинника підвищення ефективності навчання, а також з практичними стратегіями мотивування учнів з урахуванням вікових особливостей. Майбутніх учителів необхідно навчати не лише створювати позитивне та сприятливе навчальне середовище, яке опосередковано вмотивовує учнів до вивчення ІМ, але й мотиваційному аспекту як важливого структурному компоненту системи навчання.

Підсумовуючи вищезазначене, констатуємо, що мотивація є необхідним фактором ефективного вивчення ІМ учнями закладів загальної середньої освіти. Сучасний стан досліджень свідчить про те, що для повного розуміння мотиваційного аспекту мовної освіти необхідні подальші наукові розвідки.

## ЛІТЕРАТУРА

- Dörnyei, Z. & Ushioda, E. (2013). *Teaching and researching: motivation*. 2nd ed. Routledge.
- Martens, J.-U. (2013). *Kunst der Selbstmotivierung: neue Erkenntnisse der Motivationsforschung praktisch nutzen*. Kohlhammer, W., GmbH.
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2000). *Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being*. *American psychologist*, 68–78.
- Dörnyei, Z. & Ushioda, E. (2022). Second language motivation research: A tribute to the work of robert C. Gardner. *The language learning journal*, 50(3), 273–296.

## ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ВЧИТЕЛЯ-ФІЛОЛОГА: ДОСВІД АМЕРИКАНСЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ

**Малахова Г. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Матвієнко О. В.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Підготовка вчителя-філолога – важливий процес, спрямований на забезпечення освітою сучасного покоління. Наша країна прагне до найкращих досягнень у цьому напрямку, тому необхідно порівнювати свою систему освіти з такими системами в інших країнах. Розглянемо особливості освіти вчителів у США, що входять в число лідерів за якістю освіти.

Згідно з даними ООН, система освіти в США у 2023 році має індекс рівня освіти (Education Index) 0,903 при максимальному значенні 1. Багато студентів зі всього світу прагнуть отримати освіту саме у США. Американські університети займають найкращі місця серед університетів світу, серед котрих Massachusetts Institute of Technology (MIT), Harvard University, Stanford University. У студентів є багато практики, і тому вони зможуть працювати на базі здобутого досвіду.

**Університет Гранд-Каньйон може забезпечити студентів ступенем магістра; від студента необхідні мінімальні кваліфікаційні вимоги – випускник вищої школи або сертифікат GED. Університет має цікаві програми:** магістр педагогіки (дошкільна освіта, початкова освіта, планування навчальної програми – читання (середня освіта), мистецтво, виразне читання у початковій школі); *бакалавр* – початкова (англійська мова, математика), дошкільна та спеціальна освіта. До університетів, готових підготувати учителів-філологів також належать Університет Фенікса, університет Деврі, Південний Нью-Хемпширський університет, Північно-Центральний університет, Канзаський університет та інші. Після навчання упродовж 4–5 років більшість випускників отримують звання магістра гуманітарних наук в освіті або магістра точних наук в освіті. Протягом всього навчання викладачі використовують найкращі методики і матеріали, розповідають про свій досвід і надають можливість студентам висловлювати думки з приводу майбутньої професії.

Навчальна програма, що відповідає паралельній моделі підготовки майбутнього вчителя, містить чотири розділи: *загальноосвітні курси*, що є обов'язковими для всіх студентів і на вивчення яких відводиться 23 % навчального часу; *курс з психолого-педагогічних дисциплін*, де студенти вивчають комбінації загальних основ педагогіки, психології, шкільної гігієни та історії педагогіки, засвоєння яких доповнюється іншими видами педагогічної практики (25 % навчального часу); *курси за вибором студента*, що можуть бути обрані ним з циклу шкільних предметів (зазвичай 1–2). Студент вивчає їх більш поглиблено, тому на це відводиться більш ніж 30 % навчального часу. Якщо необхідно отримати ще більше знань, можна піти на *курси професійного спрямування*, на вивчення яких відводиться 10–12 % навчального часу.

У США також існує альтернативна модель, що надає можливість навчатися студентам за потрібною формою навчання: контрактне, ліцензійне та спеціальне навчання вчителів. Також існують шкільні центри з початкової педагогічної підготовки вчителів. Навчальні програми також передбачають підготовку випускників педагогічних університетів до оцінювання успішності учнів та використання технологічного підходу в навчальному процесі. Необхідно зазначити, що в університетах США навчальні програми передбачають проходження стажування. Цей етап надає студентам можливість отримати протягом навчання знання й мінімальний досвід.

Професія вчителя вимагає певних психологічних знань: студенти повинні вміти створювати особливий зв'язок зі своїми учнями, спостерігати як діти виглядають, зростають та навчаються упродовж року. Відповідальність вчителів початкових шкіл полягає в створенні навчального, комфортного середовища для дітей, де важливою складовою є взаємодія з батьками учнів.

У США уважно слідкують за потребами молодого покоління. Бюро статистики праці (Bureau of Labor Statistics (BLS)) заявило, що передбачається зростання кількості робочих місць у початковій школі на 12 % за період 2012–2022 років. Більшість навчальних програм для отримання ступеня бакалавра передбачає навчання упродовж чотирьох років і обов'язкову участь у навчальних стажуваннях. Студенти в США мають можливість отримати педагогічну освіту через дистанційне навчання. Велика кількість педагогічних коледжів і університетів пропонують онлайн-програми навчання, призначені для підготовки студентів, майбутніх вчителів. Освітні програми у режимі онлайн можна знайти на сайтах багатьох державних і приватних педагогічних навчальних закладів, що є доступними для майбутніх учителів. Деякі навчальні заклади (університети, коледжі) пропонують гібридну програму підготовки, що поєднує курси як дистанційного, так і очного навчання.

Проблема покращення навчання учнів початкової школи у США є предметом дискусій багатьох дослідників. За останнє десятиліття було досягнуто консенсусу серед експертів у галузі початкової освіти, більшість з яких підтримують ідею розроблення відповідних правил. Зокрема, національна асоціація освіти дітей молодшого віку (The National Association for the Education of Young Children, NAEYC) боролася за втілення цієї ідеї через політичні заяви та публікації.

## ЛІТЕРАТУРА

- Кошманова, Т. С. (2002). *Розвиток педагогічної освіти у США (1960–2000 рр.)* (Докторська дисертація). Інститут педагогіки і психології професійної освіти АПН України.
- Роман, Р. М. (1993). *Формування педагогічної майстерності майбутніх учителів у вищій школі США* (Докторська дисертація). Акад. пед. наук України, Ін-т педагогіки.
- Elementary School Teacher.  
<https://money.usnews.com/careers/best-jobs/elementary-school-teacher>

## НОВІТНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ВИХОВНОЇ РОБОТИ ЗІ СТУДЕНТАМИ

**Мацієвська Ю. Я.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Кудіна В. В.**

*Кандидат педагогічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Сучасне суспільство потребує соціальних та ініціативних особистостей, професіоналів і лідерів нової формації, які здатні ефективно функціонувати, адаптуватись до нових умов, постійно розвиватися та працювати на користь своєї держави. У зв'язку з цим вища школа має створювати максимально сприятливі умови та впроваджувати нові підходи до навчання та виховання майбутніх фахівців. Про їх необхідність наголошується у Національній стратегії розвитку освіти в Україні на період до 2032 року, Концепції національного-патріотичного виховання в системі освіти України до 2025, в Законах України “Про вищу освіту”, “Про освіту” та ін.

Однак багато закладів вищої освіти не приділяють належної уваги організації виховної роботи, обмежуючись проведенням масових заходів і виховних годин, які мають лише формальний вплив та не враховують потреби, інтереси та індивідуальні особливості студентів. При цьому, виховна робота часто виступає окремим елементом педагогічного впливу, натомість вона має бути органічно інтегрованою в освітній процес. Саме тому питання організації виховного процесу з закладах вищої освіти України знаходяться в центрі уваги держави і суспільства.

Загальновідомо, що виховання є одним з найважливіших, найсуттєвіших чинників цілісного процесу формування особистості (Кудіна, Соловей, Спіцин, 2007).

У Концепції виховання дітей та молоді у національній системі освіти відзначено, що заклади вищої освіти мають “здійснювати підготовку національної інтелігенції, сприяти оновленню і збагаченню інтелектуального генофонду нації, вихованню її духовної еліти, примножувати культурний потенціал, який забезпечить високу ефективність діяльності майбутніх спеціалістів” (Концепція, с. 247).

Відповідно, компетентнісний підхід до організації виховної роботи у закладах вищої освіти сьогодні набуває особливого значення. Він передбачає не лише зв'язок змісту та форм виховної роботи з майбутньою професією, а й органічне вкорінення виховного елементу у навчальну діяльність студентів, позаурочну роботу з іноземних мов чи навіть проєктну діяльність. Окрім того, зміст виховання має бути тісно пов'язаним із соціальним запитом, актуально значущими темами, нагальними потребами та інтересами студентів. Вища школа має створювати умови для діяльності різнорівневого самоврядування, можливості організації та залучення студентів до сучасних ініціатив і молодіжних проєктів. Глобальне впровадження цього підходу

може розв'язати багато сучасних проблем, зокрема зміцнити актуальність і потребу проведення виховної роботи та вмотивувати студентів до участі в її організації та самоврядуванні.

Окрім того, організація виховного процесу у закладах вищої освіти має бути цілісною та характеризуватися єдністю дій між усіма її структурними елементами. Під **системою виховної роботи** розуміємо єдність мети, змісту, принципів, форм організації, методів і засобів виховання, що забезпечують формування всебічно розвинутої особистості. Саме тому основним підходом до її організації залишається системний підхід (Кудіна, Соловей, Спіцин, 2007).

Потреба студентів у підтримці та допомозі під час адаптації до навчання у закладах вищої освіти, самовизначенні та самореалізації, виборі освітніх напрямів та підготовки до майбутньої професійної діяльності визначає важливість впровадження також гуманістичного та особистісно-орієнтованого підходів. Окрім зазначеного, вони забезпечують врахування індивідуальних особливостей студентів і створюють умови для ефективного особистісно-професійного розвитку здобувачів освіти (Шилін, 2021).

Разом із адаптацією організації виховної роботи до сучасних викликів і впровадженням актуальних підходів, слід звертати увагу на розвиток технологічного прогресу, визначаючи не лише відповідні, а й новітні методи, форми, форми організації та засоби проведення виховної роботи. Це не лише полегшить організацію, але й матиме мотиваційну функцію.

Окрім того, одним із найголовніших підходів до організації успішної виховної та самовиховної роботи в університеті є діяльнісний підхід (Виготський, 1982). Він полягає у залученні студентства до проведення виховних заходів і проєктів. У такому випадку вивчення інтересів і потреб студентів відбувається опосередковано та органічно, а викладач виступає ментором та фасилітатором, котрий контролює виховний вплив, діяльність і реакцію учасників, як майбутніх фахівців, але не долучається, або лише частково долучається до проведення відповідного заходу чи проєкту.

У підсумку варто зазначити, що історично сформовані базові підходи до організації виховної роботи у закладах вищої освіти будуть особливо ефективними і актуальними лише із постійною адаптацією до сучасних викликів, суспільних потреб, використанням новітніх технологій, форм, форм організації та засобів проведення, а також активного залучення студентської молоді до її організації.

## ЛІТЕРАТУРА

- Концепція виховання дітей та молоді у національній системі освіти (2009). *Молодь і закон: Збірник нормативних актів і документів з проблеми виховання студентської молоді*. ІЗМН.
- Виготський, Л. С. (1982). *Проблеми загальної психології*. Вища школа.
- Кудіна, В. В., Соловей, М. І., Спіцин, Є. С. (2007). *Педагогіка вищої школи*. Ленвіт.
- Шилін, В. В. (2021). *Виховна робота в технічному ЗВО: основні підходи сучасності*.

## **КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД ЯК МЕТОДОЛОГІЧНА ОСНОВА ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕДАГОГІЧНОЇ МАЙСТЕРНОСТІ ВИКЛАДАЧА ІНОЗЕМНОЇ МОВИ**

**Мельник В. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Зєня Л. Я.**

*Доктор педагогічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Інтеграція України у світовий освітній простір вимагає удосконалення національної системи вищої освіти з метою підготовки висококваліфікованого конкурентоспроможного викладача. Педагогічна майстерність сучасних викладачів обумовлюється цивілізаційними викликами та соціальним замовленням.

Проблема формування і розвитку педагогічної майстерності висвітлювалася у працях багатьох дослідників (Андрущенко В., Бех І., Зязюн І., Калугіна Т., Карпинська Л., Мадзігон В., Підласий І., Рибалко Л., Силадій І., Сущенко Л., Федюк Г. та ін.). Аналіз наукових джерел дозволяє говорити про цілісну систему формування і розвитку педагогічної майстерності викладачів закладів вищої освіти (ЗВО), складовими якої розглядається професійна підготовка в ЗВО, підвищення кваліфікації в структурі післядипломної освіти, стажування в ЗВО інших країн і участь в міжнародних освітніх проєктах, науково-дослідницька діяльність з публікаціями і участю в наукових конференціях, форумах тощо за результатами досліджень, опанування новітніх освітніх технологій і застосування їх у професійній діяльності.

Проте недостатньо дослідженою залишається педагогічна майстерність викладача іноземної мови (ІМ) у ЗВО.

Метою цієї публікації є висвітлення сучасного розуміння педагогічної майстерності викладачів іноземної мови у закладах вищої освіти.

Педагогічну майстерність будемо розглядати як комплекс властивостей особистості, що забезпечує самоорганізацію високого рівня професійної діяльності на рефлексивній основі (Зязюн, 1997, с. 30). Підвалиною педагогічної майстерності вважаємо, услід за авторами Енциклопедії освіти, професійну компетентність (Енциклопедія освіти, с. 643), яка забезпечує викладачеві виконання трудових функцій.

Тенденції оновлення вищої освіти вимагають уточнення трудових функцій сучасного викладача ІМ у ЗВО.

Методологічною основою визначення функцій сучасного викладача ІМ будемо розглядати компетентнісний підхід, за яким результатом підготовки майбутніх фахівців є формування професійної компетентності у єдності інтегральної, загальних і спеціальних (фахових, предметних) компетентностей.

До трудових функцій зараховується розроблення та оновлення програм навчальних дисциплін, підготовка навчальних і методичних матеріалів;

викладання, консультативна підтримка студентів; оцінювання результатів навчання; виконання дослідницьких / творчих проєктів, оприлюднення їх результатів та забезпечення авторських прав; участь у роботі кафедри, інших колегіальних органів, професійних об'єднань, організація освітніх та наукових заходів; керівництво науковою / творчою роботою студентів, аспірантів; розроблення та вдосконалення освітніх програм; здійснення наукової та фахової експертизи, консультування осіб, підприємств, установ, організацій (Професійний стандарт, 2021).

На зміст і реалізацію зазначених функцій впливають численні фактори розвитку сучасного суспільства. Науковці виділяють серед них такі, що зумовлені глобальними перетвореннями, які змінюють ціннісні орієнтири, спосіб життя, мислення, комунікування й бачення майбутнього. Зазначаються також і ті, що спричинені масштабними в умовах сьогодення форс-мажорними обставинами (всесвітня пандемія, спричинена COVID-19, війна в Україні). З огляду на процеси динамічного розвитку суспільства головними пріоритетами стають адаптивність, здатність постійно вчитися новому і актуальному, зорієнтованість системи освіти на цифровізацію, критичне мислення, креативність, діалогічність, уміння взаємодіяти в реальному та віртуальному суспільному просторі. Зазначені фактори орієнтують сучасну освіту на такі світові тренди як soft skills, персоналізація, диджиталізація, асинхронне і інтегроване навчання, здоров'язберігаючі технології, гейміфікація, сторітелінг, STEAM-освіта (Швардак, 2022).

Отже, для реалізації трудових функцій, зокрема навчання, з урахуванням процесів оновлення освіти має бути розширений спектр спеціальних (фахових, предметних) компетентностей викладача ІМ ЗВО. Потребує розв'язання також проблема визначення змісту професійної діяльності викладача ІМ, умінь та навичок як складових компетентностей, необхідних для її виконання в умовах сьогодення, що становить предмет наших подальших наукових розвідок.

## ЛІТЕРАТУРА

- Кремень, В. Г. (головний ред.). (2008). *Енциклопедія освіти*. Акад. пед. наук України, Юрінком Інтер, 1040.
- Педагогічна майстерність*. (1997). Підручник / І. А. Зязюн, Л. В. Крамушенко, І. Ф. Кривонос та ін.; За ред. І. А. Зязюна. Вища шк., 349.
- Професійний стандарт на групу професій "Викладачі закладів вищої освіти"* (Затверджено Наказом Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України 23.03.2021 № 610). <https://mon.gov.ua/ua/news/zatverdzheno-standart-na-grupu-profesij-vikladachi-zakladiv-vishoyi-osviti>
- Швардак, М. В. (2022). Основні тренди в умовах нової української школи. *Науковий часопис Національного педагогічного університету Педагогічні науки: реалії та перспективи*. Серія 05. 89'2022, 136–140. <https://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/39355>



# ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ У ПРОЦЕСІ ПРОДУКУВАННЯ ФРАНЦУЗЬКОМОВНОГО МОНОЛОГУ-МІРКУВАННЯ УЧНЯМИ 8 КЛАСУ

**Мищенко А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Майєр Н. В.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Монолог-міркування – один із функціонально смислових типів монологічного висловлювання, що передбачає опору на умовиводи як процес мислення. Задля отримання висновку, мовець доводить вихідну тезу чи судження, час від часу вживаючи різноманітні лексичні одиниці. Призначення одних – сприятлив'язності, насиченості мовлення, інших – запобігати трагічному темпу під час паузації. Продукуванню зв'язного інформативного монологу-міркуванню навчитися складно. Побудова монологічного висловлювання у реальному часі сприяє перевантаженню короткочасної робочої пам'яті (Clark, & Clark, 1977, с. 202) та, на відміну від письма, не передбачає можливості редагування продукованої інформації (Miller, & Weinert, 1998, с. 22). Мовець може бути зосередженим одночасно на кількох судженнях, потребувати додаткового часу на роздуми, витратити його на пригадування окремих рідкоживаних складних нових лексичних одиниць або хвилюватися (Duvall, Robbins, Graham, & Divett, 2014, с. 37), що має вплив на специфіку використання лексики у мовленнєвій діяльності. За умови відсутності відповідних умінь і навичок, це може стати причиною частої появи у мовленні заповнювачів пауз, повторів, самовиправлень, незавершених лексичних або граматичних конструкцій, анаколів. Враховуючи таку психологічну особливість підліткового віку як схильність до ризику, було вирішено з'ясувати специфіку вживання лексичних мовних засобів учнями 8 класу за статусними категоріями у монологі-міркуванні. Задля цього протягом педагогічної практики з французької мови у спеціалізованій школі №112 ім. Т. Г. Шевченка м. Києва з поглибленим вивченням іноземних мов з учнями 8 класу було проведено експериментальне дослідження. Експеримент здійснювався у два етапи. На першому етапі завданням було виявити розподіл учнів за соціальним статусом у колективі однокласників за допомогою соціометричного методу Дж. Морено. На другому – здійснити наукове спостереження, об'єктом якого було виконання учнями 8-А класу вправ на продукування монологу-розуму, а завданням – проаналізувати специфіку використання учнями мовних засобів. Вивчено зв'язок між показниками на основі отриманих експериментальних даних.

Завдяки соціометричному тесту Дж. Морено було виділено такі статусні категорії як зірки, популярні, малопопулярні та ізольовані. Однак, не кількість учнів, а частота вживання ними у монологі-міркуванні мовних лексичних

засобів як емоційно забарвлена лексика, займенники, синоніми, лексичні повтори, спільнокореневі слова, сполучники є важливою для дослідження.

За результатами кількісного аналізу з'ясовано, що учнями 8 класу найчастіше було вжито займенники, дієслова та іменники. Монологічне мовлення малопопулярних та ізольованих було менш розгорнутим, рідше було вжито особовий займенник першої особи однини, ніж у однаково невеликих за обсягом монологів зірок. За кількістю смислових одиниць і складністю семантичних конструкцій лідерами є популярні учні. Такі конструкції містили додаткові сполучники, емоційно-експресивну лексику виражену прислівниками та більшу кількість прикметників, аніж було зафіксовано у монологів-міркуваннях ізольованих учнів. Вживання спільнокорених слів у представників усіх категорій простежувалося однаково рідко.

Згідно із результатами якісного аналізу говоріння, непопулярні й ізольовані учні рідше вдаються до творчого використання мовних засобів. Монологи-міркування малопопулярних мали більш збережені експресивні та емоційні характеристики, проте, їм була притаманна наявність заповнювачів пауз та лексичних повторів, вживання однакових дієслів із досить високою частотою.

У результаті дослідження зв'язку між показниками даних виявлено, що багатшим є словниковий запас в учнів переважно високих статусних категорій. Використання великої кількості займенників учнями 8 класу може бути насамперед пов'язано із перевагою у поширеності використання простих синтаксичних конструкцій над складними. Частота вживання особового займенника першої особи однини може свідчити про наявність зосередженості на собі (Pennebaker, 2011). Показники частоти вживання учнями спільнокорених слів вказують на недостатність розвитку вмінь їх добирати.

Отже, можна виділити такі основні відмінності у вживанні лексики учнями високих та низьких статусних категорій: 1) монолог-міркування є однаково невеликим за обсягом у представників різних категорій, однак, різняться за наявністю складних і простих синтаксичних конструкцій, що пов'язано з особливостями використання учнями лексичних мовних одиниць, найуживаніші з яких – займенник першої особи однини, дієслова та іменники; 2) якісний аналіз дозволив з'ясувати, що учні низьких статусних категорій мають більшу кількість заповнювачів пауз та лексичних повторів.

## ЛІТЕРАТУРА

- Clark, H. N., & Clark E. V. (1977). *Psychology and language: An introduction to psycholinguistics*. Harcourt Brace Jovanovich.
- Miller, J., & Weinert, R. (1998). *Spontaneous spoken language: Syntax and discourse*. Clarendon Press.
- Duvall, E., Robbins, A., Graham, T., & Divett, S. (2014). Exploring filler words and their impact.  
<https://schwa.byu.edu/files/2014/12/F2014-Robbins.pdf>
- Pennebaker, J. W. (2011). Your use of pronouns reveals your personality.  
<https://hbr.org/2011/12/your-use-of-pronouns-reveals-your-personality>

## РОЛЬ КОРПОРАТИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

**Остапенко Ю. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Коваль Т. І.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

У сучасному світі люди розуміють концепцію про важливість та необхідність компетентного підходу до автоматизації інформаційних процесів на підприємствах та інших організаціях. Цей процес потребує використання різноманітної техніки та інформаційних технологій. Для вирішення такої проблеми на великих підприємствах часто запроваджують корпоративні інформаційні системи.

Корпоративна інформаційна система (КІС) – це інформаційна система, яка підтримує автоматизацію функцій управління на підприємстві (в корпорації) і постачає інформацію для прийняття управлінських рішень. У ній реалізована управлінська ідеологія, яка об'єднує бізнес-стратегію підприємства і прогресивні інформаційні технології. (Корпоративна інформаційна система, 2016).

Інтенсивний розвиток методів управління промисловими підприємствами розпочинається у першій половині ХХ ст. і пов'язаний насамперед з такими відомими постатями, як Ф. Тейлор, Г. Гантт та А. Файоль. Ф. Тейлор вважав, що управління – це справжня наука, яка спирається на точно визначені закони, правила і принципи. Головний внесок праць А. Файоля полягає в тому, що він уперше теоретично проаналізував управлінську діяльність і довів, що управління здійснюється шляхом реалізації функцій планування, організації, розпоряджень, координації та контролю. Ідея Гантта полягає в тому, що головним ресурсом планування є час, а підставою для прийняття управлінських рішень – відхилення між фактичним і запропонованим станом робіт. Початок третього тисячоліття ознаменував новий виток у розвитку інформаційних технологій. Характерною ознакою його є глобальна комп'ютеризація суспільства. Що стосується розвитку КІС, то в новому тисячолітті основу їхньої архітектури визначатиме нова методологія CSRP (Customer Synchronized Resource Planning) – планування ресурсів, синхронізоване із покупцем. (Становлення й етапи розвитку корпоративних інформаційних систем, 2023).

Сучасні КІС мають такі характерні особливості: масштабність, робота в неоднорідному обчислювальному середовищі та розподілені обчислення.

Масштабність. ІС повинна мати у своєму підпорядкуванні: сервери, операційні системи, системи комунікації, системи управління базами даних, та потребує зусиль спеціалістів з проектування і упровадження таких систем.

Робота в неоднорідному обчислювальному середовищі – це можливість роботи в мережах, до яких входять комп'ютери, що працюють під

управлінням різних операційних систем. При цьому має бути забезпечена взаємодія всіх операційних систем, які використовуються.

Розподілені обчислення. Це один із видів роботи в клієнт-серверній архітектурі, коли дані чи запити, які надходять з клієнтських машин розподіляються поміж кількома серверами, що збільшує пропускну здатність для користувача і дає можливість багатозадачної роботи. Це сприяє максимальному використанню обчислювальних ресурсів, зниженню витрат і підвищенню ефективності системи. Забезпечення розподіленої роботи – це обов'язкова вимога до інформаційних систем корпоративного рівня (Корпоративна інформаційна система, 2016).

Корпоративна ІС охоплює всі бізнес-функції і всі управлінські процеси корпорації. Призначені для автоматизації всіх функцій управління фірмою або корпорацією, що має територіальну роз'єднаність між підрозділами, філіями, відділеннями, офісами. Повноцінна КІС повинна забезпечити інформаційну прозорість підприємства, формувати єдиний інформаційний простір, який об'єднує інформаційні потоки, що йдуть від виробництва до нього, з даними фінансово-господарських служб і видавати необхідні повідомлення для всіх рівнів управління підприємства.

КІС надає користувачеві можливість вирішення таких глобальних задач: професійне керування витратами; надання повної інформації для стратегічного планування; реалізація оперативного управління підприємством; забезпечення гарантованої прибутковості підприємства за рахунок оптимізації та прискорення ряду процесів.

Існують багато видів КІС, в яких реалізовані такі сучасні концепції управління: ERP (Enterprise Resource Planning), MES (Manufacturing Execution System), CRM (Customer Relationship Management), WMS (Warehouse Management System), EAM (Enterprise Asset Management), HRM (Human Resource Management) тощо, які мають свої функції та особливості. Наприклад, системи типу CRM охоплюють управління взаємодії зі споживачами.

В умовах великих підприємств і корпорацій вона має бути ефективніша, оскільки забезпечує взаємодію масових і добре організованих процесів швидкодіючими засобами сучасних інформаційних і телекомунікаційних технологій високого науково-технічного рівня.

Сьогодні КІС в інфраструктурі бізнесу відіграють величезну роль, впливаючи на внутрішні процеси в компаніях. Вони змінили процеси їх взаємодії із зовнішнім середовищем, ставши маркетинговим інструментом і механізмом управління для отримання оптимальних результатів господарської діяльності.

## **ЛІТЕРАТУРА**

Корпоративна інформаційна система. (2016).

<https://studfile.net/preview/5285084/>

Становлення й етапи розвитку корпоративних інформаційних систем (2023).

Електронна бібліотека підручників онлайн.

<https://posibniki.com.ua/post-teoretichni-osnovi-pobudovi-korporativnih-informaciinih-sistem-rozdil>

## ХАРАКТЕРИСТИКА ІНТЕРАКТИВНИХ ЗАСТОСУНКІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ АУДИТИВНИХ УМІнь МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

**Пастернак В. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Черниш В. В.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Процес спілкування не можливий без вмінь аудіювання. Кожен учасник цього процесу по черзі виступає як мовцем, так і слухачем. У вчителя англійської мови мають бути розвиненими аудитивні вміння, як невід'ємного складника англійськомовної компетентності в аудіюванні та комунікативної компетентності в цілому. Для досягнення цієї мети в освітньому процесі використовуються різноманітні засоби навчання, зокрема автентичні інтерактивні застосунки. Схарактеризуємо окремі автентичні застосунки, як-от: *TED Talks*, *BBC News* та *BBC Learning English*.

Мобільний застосунок *TED Talks* є чудовим засобом вдосконалення вмінь аудіювання. Він надає широкий спектр інформативних, цікавих і надихаючих лекцій на різні теми – від науки й техніки до освіти, здоров'я та розваг. Ця різноманітність дозволяє студентам ознайомитися з різними лексичними, граматичними та фонетичними особливостями англійської мови. Програма також надає інтерактивні субтитри, що дає користувачам змогу одночасно слухати доповідача та за потреби читати про дубльований текст його доповіді. Ця функція дозволяє студентові краще сприйняти зміст лекції та розвинути свої мовленнєві навички й уміння розуміти на слух, зокрема розвивати інтонаційний та фонематичний слух, лексичні та граматичні навички, вміння розуміти головну ідею та тему повідомлення, виокремлювати факти, головні деталі, розрізняти та відрізняти головні деталі від другорядних тощо. Попри свої переваги, застосунок *TED Talks* має один помітний недолік. Деякі з запропонованих лекцій можуть бути занадто складними для розуміння, адже експерти під час мовлення часом заглиблюються у свою вузьку спеціалізацію, та використовують складну термінологію.

Застосунок *BBC Learning English* є ще одним інструментом для вдосконалення англійськомовних аудитивних умінь у студентів. Додаток містить широкий спектр навчальних матеріалів, що охоплює різні теми, зокрема новини, розваги, культуру тощо. Ця різноманітність допомагає студентам ознайомитися з численними лексичними та граматичними структурами, а також акцентами, з якими вони можуть зустрітись у реальних мовленнєвих ситуаціях. Додаток пропонує як аудіо-, так і відеоматеріали, що є надзвичайно корисними для студентів у формуванні аудитивних умінь. Переглядаючи та слухаючи матеріали, студенти можуть розвивати вміння сприймати та розуміти інформацію на слух, а також покращувати

власні мовленнєві навички й уміння англійської мови. Окрім того, тут також пропонуються інтерактивні вправи, зокрема вікторини та ігри, які можуть використовуватись як засіб самоконтролю. Говорячи про контроль успішності, варто зазначити, що застосунок дає можливість користувачам відстежувати свій прогрес у навчанні мови, що має позитивний вплив на мотивацію у її вивченні. Загалом додаток *BBC Learning English* є зручним для користувача та простим у навігації, що робить його доступним для студентів будь-якого рівня.

Застосунок *BBC News* є ще одним корисним автентичним додатком для вдосконалення аудитивних вмінь, оскільки пропонує широкий вибір англійськомовних аудіо- та відеорепортажів з усього світу. Додаток надає актуальні новини з різних куточків світу. Прослуховування новин – вдалий спосіб покращити вміння аудіювання, оскільки мова тут, як правило, є природною та автентичною. Новини охоплюють широкий спектр тем, що допомагає практикувати розуміння на слух у різних контекстах. Застосунок дозволяє слухати новини у різних режимах: в аудіо чи відеоформаті. Додаток також пропонує користувачу налаштувати сповіщення про екстрені новини, що допомагає практикувати аудіювання на регулярній основі. Постійна практика аудіювання є ключем до покращення аудитивних вмінь, і додаток *BBC News* допомагає виробити таку звичку.

Хоча застосунок *BBC News*, як додатковий засіб вдосконалення вмінь аудіювання, має численні переваги, є низка недоліків у використанні його як єдиного засобу для розвитку вмінь аудіювання:

1. Обмеженість матеріалів вмістом новин
2. Матеріал не завжди може бути цікавим для студентів
3. Відсутність можливості самостійно практикувати мовлення
4. Використання виключно стандартної англійської мови.

Таким чином, ми охарактеризували методичний потенціал автентичних інтерактивних застосунків *TED Talks*, *BBC News* та *BBC Learning English*. Серед переваг вказаних застосунків є різноманіття тематики, широкий вибір режиму роботи з матеріалом, а також автентичні та актуальні навчальні матеріали. З іншого боку, недоліками є неможливість самостійно практикувати мовлення (самостійно висловлювати свою думку щодо прослуханих повідомлень) та недостатня кількість передбачених вправ для роботи з прослуханим матеріалом. Однак, вказані недоліки можна усунути шляхом використання цих застосунків у поєднанні з іншими ресурсами, що надають ширший діапазон вправ та завдань для опрацювання прослуханого тексту, або ж шляхом розробки додаткового комплексу вправ для розвитку аудитивних вмінь майбутніх учителів англійської мови.

Перспективою дослідження ми вбачаємо у розробленні принципів відбору автентичних застосунків для формування у майбутніх учителів англійської мови адитивної компетентності в цілому та виокремленні критеріїв відбору аудіоповідомлень, що представлені в застосунках для розвитку англійськомовних аудитивних умінь зокрема.

## ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ТА МЕТОДИ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ

**Поліщук М. Л.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Коваль Т. І.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Розвиток нових інформаційних технологій і загальна комп'ютеризація призвели до того, що інформаційна безпека стає обов'язковою. Проблеми інформаційної безпеки України в сучасних умовах є надзвичайно актуальними і вимагають поглибленого вивчення.

Під інформаційною безпекою Б. А. Заплотинський (2017) розуміє захищеність інформації і підтримуючої інфраструктури від випадкових або преднавмисних впливів природного або штучного характеру, чреватих нанесенням шкоди власникам або користувачам інформації і підтримувальної інфраструктури (с. 9).

Серед загроз безпеки інформації є **випадкові**, чи **ненавмисні** загрози. Їх джерелом можуть бути вихід з ладу апаратних засобів, ненавмисні помилки в програмному забезпеченні і т. д. Однак найбільша увага приділяється **умисним** загрозам, які, на відміну від випадкових, переслідують мету нанесення шкоди керованій системі або користувачам. Це робиться нерідко заради отримання особистої вигоди. У своїх протиправних діях, спрямованих на оволодіння чужими даними, зловмисники прагнуть знайти такі джерела конфіденційної інформації, які б давали їм найбільш достовірну інформацію в максимальних обсягах з мінімальними витратами на її отримання (Кавун, Носов, & Манжай, 2008).

Забезпечення інформаційної безпеки здійснюється за допомогою різних способів, засобів і прийомів, які у сукупності й складають методи. Метод передбачає певну послідовність дій на підставі конкретного плану.

Виділяють декілька типів методів забезпечення інформаційної безпеки (Ліпкан, 2009):

- однорівневі методи будуються на підставі одного принципу управління інформаційною безпекою;

- багаторівневі методи будуються на основі декількох принципів управління інформаційною безпекою, кожний з яких слугує вирішення власного завдання. При цьому приватні технології не пов'язані між собою і спрямовані лише на конкретні чинники інформаційних загроз;

- комплексні методи – багаторівневі технології, які об'єднані у єдину систему координуючими функціями на організаційному рівні з метою забезпечення інформаційної безпеки, виходячи з аналізу сукупності чинників небезпеки, які мають семантичний зв'язок або генеруються з єдиного інформаційного центру інформаційного впливу;

- інтегровані високоінтелектуальні методи – багаторівневі, багатокomпонентні технології, які побудовані на підставі могутніх автоматизованих інтелектуальних засобів з організаційним управлінням.



Методи можуть значно змінюватися і варіюватися залежно від типу діяльності, в якій вони використовуються, а також сфери застосування. Важливими методами аналізу стану забезпечення інформаційної безпеки є методи описи і класифікації. У якості розповсюджених методів аналізу рівня забезпечення інформаційної безпеки використовуються методи дослідження причинних зв'язків. За допомогою даних методів виявляються причинні зв'язки між загрозами та небезпеками; здійснюється пошук причин, які стали джерелом і спричинили актуалізацію тих чи інших чинників небезпеки, а також розробляються заходи по їх нейтралізації. У числі даних методів причинних зв'язків можна назвати наступні: метод схожості, метод розбіжності, метод сполучення схожості і розбіжності, метод супроводжувальних змін, метод залишків (Методи забезпечення інформаційної безпеки, 2023).

Отже, забезпечення інформаційної безпеки є дуже важливим для підприємства, бо існують багато шкідливих програм та вірусів, які можуть нашкодити персональним даним. І щоб уникнути таких неприємних ситуацій, треба дотримуватися правил безпеки, які слугують для того щоб інформація залишалася цілісною, але навіть якщо ситуація з вірусом трапилася, треба знати методи, для вирішення, цих проблем.

#### **ЛІТЕРАТУРА**

- Ліпкан, В. А. (2009). *Національна безпека України*. КНТ.  
[https://pidru4niki.com/15950210/politologiya/metodi\\_zabezpechennya\\_informatsiynoyi\\_bezpeki](https://pidru4niki.com/15950210/politologiya/metodi_zabezpechennya_informatsiynoyi_bezpeki)
- Заплотинський, Б. А. (2017). *Основи інформаційної безпеки*. Конспект лекцій. КПВІП НУ “ОЮА”, кафедра інформаційно-аналітичної та інноваційної діяльності.
- Кавун, С. В., Носов, В. В., & Манжай, О. В. (2008). *Інформаційна безпека*. Ч. 2, Вид. ХНЕУ.
- Методи забезпечення інформаційної безпеки. (2023).  
[https://pidru4niki.com/16330826/politologiya/metodi\\_zabezpechennya\\_informatsiynoyi\\_bezpeki](https://pidru4niki.com/16330826/politologiya/metodi_zabezpechennya_informatsiynoyi_bezpeki)

### **ГОТОВНІСТЬ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ “СЕРЕДНЯ ОСВІТА” ДО АВТОНОМНОГО ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНОГО НАВЧАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ**

**Порховнюк М. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Ніколаєва С. Ю.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Актуальність проблеми автономного навчання зумовлена різкою зміною соціально-економічних відносин у суспільстві, стрімким розвитком сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, демократизацією та

реформацією освіти. Вільний доступ до Інтернет ресурсів та необмежених обсягів інформації поставив під сумнів авторитет та монополію закладів освіти на знання. Сьогодні будь-який заклад вищої освіти вважає за необхідне навчити студентів учитися, адже це дозволить їм продовжувати власну освіту протягом усього життя. Принцип безперервної освіти був запропонований на форумі ЮНЕСКО наприкінці ХХ ст. і зумовив необхідність запровадження в освітній процес автономного навчання. З оглядом на сказане ми реалізували анкетування студентів четвертого курсу спеціальності “Середня освіта” Київського національного лінгвістичного університету та Київського університету імені Бориса Грінченка, метою якого було дослідити різні сфери готовності студентів до автономного навчання англійської мови, а саме: “Бажання студентів брати на себе відповідальність”, “Готовність студентів до автономного навчання”, “Мотивація студентів до вивчення англійської мови” та “Здатність студентів до автономного навчання”.

За основу взято анкету дослідника Р. Сватеварчаркула (Swatevarcharkul, 2016). Для об’єктизації висновків результати анкетування у вищезазначених закладах освіти ми порівняли з результатами аналогічного анкетування, що проходило в педагогічних закладах вищої освіти Вінниці, Одеси, Мелітополя, Рівного та Ніжина.

У таблиці наведені результати анкетування. Не важко простежити, що протягом 7-и років зберігається позитивна тенденція до зростання готовності студентів до автономного професійно орієнтованого навчання англійської мови. Якщо в дослідженні 2015–2016 років середній показник готовності студентів до автономного професійно орієнтованого навчання англійської мови складав 3,16 (Дмітренко, 2021), то в 2022 році він зріс до 3,8 пунктів (див. табл.1). Таке підвищення інтересу та, головне, готовності студентів до автономного навчання свідчить про глобальні соціально-економічні зміни у студентському середовищі України.

Проведене анкетування дозволяє також проаналізувати проблеми студентів у процесі автономного професійно орієнтованого навчання англійської мови. До основних з них відносимо: визначення власних навчальних цілей, залежність від чітких інструкцій викладача та його безпосередньої підтримки, низький рівень сформованості навичок пошуку та відбору навчальних матеріалів.

Таким чином, на основі проведеного анкетування, аналізу та порівняння його результатів з відповідними анкетуваннями минулих років, можна беззаперечно стверджувати, що рівень готовності студентів спеціальності “Середня освіта” до автономного професійно орієнтованого навчання англійської мови зростає з кожним роком. Разом з тим наразі існують значні пробіли в реалізації автономного навчання англійської мови, насамперед у сформованості навичок роботи із навчальними матеріалами. Отже, зазначена проблема потребує, на наш погляд, подальшого вивчення.

Таблиця 1

**Результати анкетування рівня готовності студентів спеціальності  
“Середня освіта” до автономного професійно орієнтованого навчання  
англійської мови**

<b>Заклад вищої освіти</b>	<b>ЗВО Вінниці, Одеси, Мелітополя, Рівного (Дмітренко, 2021, с.40-57)</b>	<b>Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя (Khalymon &amp; Shevchenko, 2017)</b>	<b>КНЛУ, КНУіБГ</b>
<b>Кількість учасників</b>	100	45	32
<b>Роки проведення</b>	2015-2016	2017	2022
<b>Категорії оцінювання</b>	Ставлення студентів до тверджень із зазначених категорій (“5” – абсолютно позитивно, “0” – абсолютно негативно)		
<b>Бажання студентів брати на себе відповідальність</b>	3,28	3,51	3,8
<b>Готовність студентів до автономного навчання</b>	3,00	2,92	3,25
<b>Мотивація студентів до вивчення англійської мови</b>	3,22	3,97	3,95
<b>Здатність студентів до автономного навчання</b>	3,13	3,41	4,2
<b>Середній показник:</b>	3,16	3,45	3,8

### **ЛІТЕРАТУРА**

- Дмітренко, Н. Є. (2021). Методична система автономного навчання професійно орієнтованого англійського спілкування майбутніх учителів математики (Докторська дисертація). <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/1228?show=full>
- Khalymon, I., & Shevchenko, S. (2017). Readiness for learner autonomy of prospective teachers minoring in English. *Advanced education*, December, 4 (8), 65–71.
- Swatevarcharkul, R. (2008). *An investigation on readiness for learner autonomy, approaches to learning of tertiary students and the roles of English language teachers in enhancing learner autonomy in higher education: Research report*. <http://libdoc.dpu.ac.th/research/134463.pdf>

## АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ МАРКЕТИНГУ

**Проценко В. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Коваль Т. І.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Інформаційні системи маркетингу є невід'ємною складовою успішного бізнесу в сучасному світі. За допомогою цих систем компанії можуть ефективно спілкуватися зі своїми клієнтами, аналізувати їхні потреби та розробляти ефективні маркетингові стратегії. Однак, зростаюча складність та обсяг даних вимагають від компаній постійного аналізу та удосконалення маркетингових інформаційних систем (Кіпоренко, 2019).

Аналізуючи сучасні інформаційні системи маркетингу, можна виділити кілька основних підходів та технологій які використовуються в компаніях. Один з найпоширеніших підходів – використання соціальних мереж як інструменту маркетингу. Завдяки соціальним мережам, компанії можуть отримати великий обсяг інформації про своїх споживачів та їх поведінку, а також використовувати соціальні мережі як інструмент для залучення нових клієнтів та підтримки взаємодії з вже наявними. Компанії можуть використовувати різноманітні стратегії в соціальних мережах, такі як створення спеціальних акаунтів та груп, організація акцій та конкурсів, розміщення реклами та банерів.

Інформаційні системи маркетингу є комплексом програмних засобів, які дозволяють компаніям збирати, зберігати, обробляти та аналізувати дані про своїх клієнтів. Ці системи дозволяють компаніям ефективно виконувати такі завдання як взаємодія з клієнтами, підтримка зв'язку з ними, аналіз їхніх потреб та розробка ефективних маркетингових стратегій. (Маркетингова інформаційна система: визначення, переваги, функції, структура, 2023).

Сучасні інформаційні системи маркетингу можуть бути розподілені на кілька категорій. Перша категорія – це системи управління відносинами з клієнтами (Customer Relationship Management). Ці системи дозволяють компаніям збирати та аналізувати дані про своїх клієнтів з метою ефективної взаємодії з ними та розробки ефективних маркетингових стратегій. Друга категорія – це системи аналізу даних (Business intelligence). Ці системи дозволяють компаніям аналізувати великі об'єми даних та знаходити залежності.

Переваги використання маркетингових інформаційних систем в управлінні підприємством полягають у тому, що вони дозволяють (Що таке CRM-система? Як обрати й працювати з CRM? Що важливо замірювати?, 2020):

Збирати та обробляти великі обсяги інформації про ринок та споживачів (їх поведінку, потреби, звички, нахили та вподобання), що

дозволяє підприємствам створювати ефективні стратегії маркетингу, підлаштовувати продукцію до потреб споживачів, а також ефективно реагувати на зміни на ринку.

Відстежувати та аналізувати ефективність маркетингових кампаній. Це дозволяє підприємствам коригувати свої стратегії маркетингу та розробляти нові кампанії, що допомагає збільшувати продажі і підвищувати прибуток.

Збільшувати ефективність маркетингових комунікацій зі споживачами за допомогою використання різних маркетингових інструментів, таких як електронна пошта, соціальні мережі, веб-сайти та інші. Це дозволяє підприємствам отримувати зворотний зв'язок від своїх споживачів, виявляти їхні проблеми та потреби, а також забезпечувати якісний сервіс та підтримку.

Знижувати витрати та підвищувати ефективність витрат, оскільки вони можуть отримувати інформацію про ринок та споживачів безпосередньо з власних баз даних.

До прикладів інформаційних систем маркетингу можна віднести:

- CRM системи (Customer Relationship Management);
- Аналітика веб-трафіку;
- Системи автоматизації маркетингу;
- Системи управління контентом;
- Системи віртуальних конференцій.

Сучасні маркетингові інформаційні системи розроблені так, щоб бути зручними та доступними для бізнесу будь-якого розміру. Багато систем базуються на хмарних технологіях, це означає, що доступ до них можна отримати з будь-якого місця де є інтернет-зв'язок, а для малого бізнесу вони часто доступні за низькою ціною або навіть безоплатно (Григорчук, 2007).

Оскільки технології продовжують розвиватися, цілком ймовірно, що інформаційні системи маркетингу стануть досконалішими, надаючи компаніям ще більше інформації про своїх клієнтів та ефективність їхніх маркетингових зусиль. Загалом, аналіз сучасних маркетингових інформаційних систем показує, що вони є критично важливим компонентом будь-якої успішної маркетингової стратегії. Використовуючи дані про клієнтів, аналітику в режимі реального часу та можливості цільового маркетингу, компанії можуть залишатися конкурентоспроможними, залучати та утримувати більше клієнтів, а також розвивати свій бізнес з плином часу.

## ЛІТЕРАТУРА

- Кіпоренко, С. С. (2019). Використання інформаційних систем в управлінні маркетинговою діяльністю підприємств. Ефективна економіка. 11. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7443>
- Григорчук, Т. В. (2007). Маркетинг. Навч. посіб. для дистанц. навч. ун-т "Україна". Ч. 2. 380 с.
- Маркетингова інформаційна система: визначення, переваги, функції, структура. (2023).

[https://pidru4niki.com/82327/marketing/marketingova\\_informatsiyna\\_sistema\\_viznachennya\\_perevagi\\_funktsiyi\\_struktura](https://pidru4niki.com/82327/marketing/marketingova_informatsiyna_sistema_viznachennya_perevagi_funktsiyi_struktura)

Що таке CRM-система? Як обрати й працювати з CRM? Що важливо замірювати? (2020).

<https://business.diia.gov.ua/handbook/prodazi/so-take-crm-sistema-ak-obrati-j-pracuvati-z-crm-so-vazlivo-zamiruvati>

## **ПРИЙОМИ МНЕМОТЕХНІКИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ФРАНЦУЗЬКОМОВНОЇ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ УЧНІВ 7 КЛАСУ**

**Пухова С. Ю.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Майєр Н. В.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Лексична компетентність є важливим компонентом у вивченні іноземної мови, адже кожна інша компетентність розглядається у взаємодії з нею. Сформованість лексичної компетентності дозволяє учням розуміти французьку мову в процесі аудіювання, читання, підвищує ефективність спілкування, покращує усвідомлення соціокультурних і соціолінгвістичних особливостей мови, що вивчається.

Упродовж навчання у закладах загальної середньої освіти учні повинні оволодіти значним обсягом французькомовної лексики. Тому актуальним є використання прийомів мнемотехніки для запам'ятовування нових лексичних одиниць. Наприклад, Н. Саєнко актуалізує вдосконалення механізмів пам'яті в процесі вивчення іноземної мови (Саєнко, 2013), а науковець у галузі лінгвістики та методики навчання Я. С. П. Нейшн (Nation, 2001) – проблеми вивчення лексичних одиниць, цілей їх вивчення, а також формування лексичної компетентності у взаємозв'язку з формуванням інших компетентностей.

Розглянемо прийоми мнемотехніки, які доцільно використовувати для формування французькомовної лексичної компетентності учнів 7 класу.

Насамперед при навчанні французької мови, як будь-якої іншої іноземної мови, слід враховувати вікові та психологічні особливості учнів. Отож, маємо на увазі, що учні 7 класу зазвичай мають 12–13 років, за віковою періодизацією – це підлітки. Зауважимо, що у цей період формується самостійність. Цей віковий період відзначається своєю кризою, так як індивід переходить на якісно новий ступінь свого розвитку, тобто переходить з положення “дитина” в положення “дорослий” та певний час перебуває у статусі маргінальної особистості, яка належить двом культурам (Токарева Н. М., & Шамне А. В., 2017).

Для досягнення учбової мети в учбовій ситуації суб'єкт має докласти певне зусилля, необхідне для подолання об'єктивних та суб'єктивних перешкод на шляху до гностичної мети – оволодіння певними знаннями, уміннями, навичками.

Ефективність навчальної діяльності залежить від мотивації (Токарева & Шамне, 2017), а завдання вчителя французької мови – формувати мотивацію учнів, зокрема щодо оволодіння французькомовною лексикою. Саме у цьому випадку прийоми мнемотехніки є досить ефективними, адже вони дозволяють учням не просто зазубрити нові лексичні одиниці, а запам'ятати їх у більш цікавий спосіб.

Формування французькомовної лексичної компетентності учнів 7 класу вимагає великих зусиль, важливо враховувати пам'ять, увагу та концентрацію. За Н. Саєнко (Саєнко, 2013) одним з показників ефективності запам'ятовування є ефективність відтворення як процесу актуалізації знань, засвоєних при запам'ятовуванні.

Існують різні прийоми мнемотехніки: аналогії для запам'ятовування слів (метод Самвела Гаріб'яна); вигадання пов'язаних за сенсом фраз; підбір асоціацій (відбувається через звукову, образну або смислову схожість) (Саєнко, 2013). Зупинимося на останньому способі запам'ятовування: асоціаціях. Е. Коен та Е. Афек розглядали роль мнемонічних асоціацій. Вони дійшли до висновку, що зазубрювання використовувалося частіше, ніж складніші стратегії (Cohen, & Apehek, 1980).

Слід зауважити, що навіть використовуючи складніші стратегії, варто звертати увагу на повторення. Повторення – це лише один з багатьох факторів, що впливають на засвоєння лексики, і кореляція між повторенням і засвоєнням загалом є посередньою (Nation, 2001).

Ефективність цього прийому мнемотехніки ми перевірили під час виробничої педагогічної практики у 7 класі в спеціалізованій школі №112 ім. Т. Г. Шевченка м. Києва з поглибленим вивченням іноземних мов. Ми використовували флеш-карти: 1) французьке слово та його переклад; 2) французьке слово та образна схожість. Флеш-карти можуть бути створеними як “від руки”, так і за допомогою цифрових технологій. Наприклад, під час проведення уроку французької мови за темою “Venez faire la fête” з учнями 7 класу було використано цифровий додаток Quizlet, одна із дидактичних функцій якого полягає в організації запам'ятовування нових лексичних одиниць. На наступному уроці було здійснено контроль у формі усного опитування. Учні в цілому продемонстрували достатній рівень володіння тематичними лексичними одиницями. Це підтверджує ефективність використаних прийомів мнемотехніки, підвищення мотивації, зацікавленості учнів у навчальній діяльності, зокрема й до вивчення нових лексичних одиниць французької мови.

Прийоми мнемотехніки є потужним інструментом в оволодінні французькомовною лексикою, дають змогу ефективніше засвоювати та запам'ятовувати новий лексичний матеріал, скорочувати час навчання, а також підвищувати мотивацію вивчення мови.



## ЛІТЕРАТУРА

- Саєнко, Н. (2013). Вдосконалення механізмів пам'яті в процесі вивчення іноземних мов. *Проблеми підготовки сучасного вчителя*. 8 (2), 97–103.
- Токарева Н. М., & Шамне А. В. (2017). Вікова та педагогічна психологія: навчальний посібник [для студентів вищих навчальних закладів].
- Cohen, A. D., & Aplek, E. (1980). Retention of second-language vocabulary over time: Investigating the role of mnemonic associations. *System*, 8(3), 221–235.
- Nation, I. S. P. (2001). *Learning vocabulary in another language*. Cambridge University Press.

## ІНТЕРАКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИКЛАДАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В ЗАКЛАДАХ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

**Романчук О. Р.**

*Київський національний лінгвістичний університет*  
Науковий керівник: **Волярська О. С.**  
*Доктор педагогічних наук, доцент*  
*Київський національний лінгвістичний університет*

Основною тенденцією модернізації загальної середньої освіти в Україні на сучасному етапі визнано впровадження інтерактивних технологій, форм і методів роботи педагога з учнями. За нової парадигми освіти саме інтерактивні освітні технології здатні забезпечити розвиток, саморозвиток та самовдосконалення того, хто отримує навчальну інформацію.

Пояснимо поняття “інтерактивний”, яке походить від англійського слова “interact”, яке перекладається як “взаємодія”, де “inter” – взаємний, “act” – діяти. Отже інтерактивні технології передбачають перш за все взаємодію між учнем та вчителем, під час якої учень є активним учасником процесу, а вчитель допомагає учню шукати шляхи досягнення цілей, створює належні методичні та дидактичні умови та мотивує учня до роботи (Мойко, 2020).

Інтерактивне навчання передбачає використання різних творчих, проблемних завдань, які створюють умови для взаємодії учня з іншими учнями, або з вчителем. Інтерактивні технології мають позитивний вплив на результати навчання, оскільки сприяють ефективному засвоєнню матеріалу, стимулюють пізнавальну та пошукову діяльність, сприяють розвитку комунікативних навичок, формують творчий підхід до вирішення завдань та розвивають критичне мислення (Куріч, 2013).

Інтерактивні технології навчання можуть використовуватись для розвитку різних умінь та навичок. Використання інтерактивних методів допомагає розвивати усні мовленнєві навички, адже під час виконання інтерактивних завдань головним завданням учнів є висловлення власних думок та досягнення цілей шляхом активної взаємодії з іншими учасниками. За допомогою інтерактивних технологій можна тренувати лексичні одиниці

та граматичні правила. Інтерактивні методи також позитивно впливають на розвиток самостійності мислення та вміння самостійно знайти та проаналізувати матеріал. Інтерактивні методи навчання також допомагають розвивати вміння відстоювати та аргументувати власну думку, вирішувати проблемні ситуації.

Інтерактивне навчання, як зазначають Н. Годованець і В. Леган, передбачає дотримання таких принципів: 1) принцип позитивної взаємозалежності, який передбачає досягнення цілей за допомогою взаємодії та виконання завдань кожним учасником навчального процесу; 2) принцип індивідуальної відповідальності, який передбачає відповідальне ставлення до завдань, які отримує учасник; 3) принцип однакової участі, що зумовлює надання учасникам однакової кількості часу для виконання завдань; 4) принцип одночасної взаємодії, який передбачає залучення усіх учнів до виконання завдання (Годованець, Леган, 2017).

Для проведення заняття з англійської мови з використанням інтерактивних технологій українські науковці рекомендують використовувати у підготовці такі етапи: 1) підготовчий етап, передбачає вирішення організаційних питань, підготовку матеріалів для роботи, облаштування та організацію робочого місця; 2) вступний етап, під час якого вчитель пояснює інструкцію та правила до завдання, вказує конкретну кількість відведеного часу на виконання вправи; 3) етап проведення вправи, під час якого учні виконують вправу, ведуть обговорення та шукають можливі рішення. Вчитель направляє учнів в правильному напрямку, допомагає у разі виникнення труднощів, дає поради; 4) етап рефлексії під час якого учні та вчитель обговорюють та аналізують результати завдання (Годованець, Леган, 2017).

Узагальнюючи відзначимо, що існує велика кількість різноманітних інтерактивних технологій, які можуть використовуватись на уроках іноземної мови у школі, наприклад: метод мозкового штурму (brain storm), евристична бесіда, презентація, інтерв'ю (interview), рольові ігри, бесіди, дискусії, обговорення, "кейс-метод", технологія сценарію (storyline method), проектний метод, проблемне навчання, технологія "Зустріч експертів" (Expert Groups), метод пізнавальних ігор, "мікрофон", "карусель", "акваріум", ток-шоу, chainstory, використання мультимедійних комп'ютерних програм тощо.

Завдяки використанню інтерактивних технологій уроках можна зробити більш цікавим та мотивуючим. Під час використання інтерактивного навчання, в учнів пробуджується інтерес до вивчення іноземної мови. Інтерактивні методи сприяють продуктивній праці та ефективному засвоєнню навчального матеріалу, допомагають тренувати різні мовленнєві навички та вміння.

Таким чином, для підвищення якості викладання англійської мови важливо в освітньому процесі закладів загальної середньої освіти використовувати різноманітні інтерактивні технології.

Перспективи подальших розвідок із представлені проблеми вбачаємо в дослідженні особливостей застосування інтерактивних технологій під час вивчення предметів гуманітарного спрямування.

## ЛІТЕРАТУРА

- Годованець, Н. І., Леган, В. П. (2017). Короткий огляд інтерактивних методів навчання іноземної мови. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Педагогіка. Соціальна робота, 1*, 60–62.
- Куріч, М. (2013). Використання інтерактивних технологій на уроках іноземної мови. *Нова педагогічна думка, 2*, 80–83.
- Мойко, Ю. Р. (2020). Використання сучасних інтерактивних методів на уроках англійської мови в середній школі. <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/liga/article/view/6246>

## ДИСТАНЦІЙНЕ ФОРМУВАННЯ В МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ НАВЧАЛЬНО-СТРАТЕГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ ЧИТАННІ

**Старовойт В. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*  
Науковий керівник: **Ніколаєва С. Ю.**  
*Доктор педагогічних наук, професор*  
*Київський національний лінгвістичний університет*

Беручи до уваги модернізацію та діджиталізацію багатьох сфер життя сучасної людини, цілком органічним є факт розвитку дистанційного навчання. Рушійми розвитку досліджуваної теми дистанційного навчання саме в Україні були не лише Covid-19 та війна, а й інформатизація суспільства, що в свою чергу передбачає випереджальну інформатизацію галузі науки й освіти, де в основному формується когнітивний, кадровий і науково-технічний фундамент самої інформатизації як процесу й науково-технічного та соціально-економічного явища, закладається майбутнє досягнень і розвитку українського суспільства в цілому (Кремень, Биков, 2014). Також проблема впровадження дистанційних освітніх технологій у роботу закладів освіти недостатньо опрацьована і лише набирає актуальності.

Розробкою теоретичних основ дистанційного навчання займалися О. Андреев, О. Довгяло, В. Олійник, В. Гриценко, Н. Морзе, Є. Смирнова-Трибульська та інші. Психолого-педагогічним, теоретичним і практичним аспектам використання технологій дистанційного навчання присвячені окремі наукові праці М. Жалдака, В. Кухаренка, Н. Морзе, С. Семерікова, Ю. Триуса. В свою чергу Н. Білоножко, А. Залевська, Г. Ейгер, Н. Михайлова, Р. Плігіна, Р. Оксфорд, А. Шамо, Г. Стерн досліджували різні аспекти навчально-стратегічної компетентності як складової у формуванні іншомовної комунікативної компетентності. В ході досліджень було окреслено фактори організації дистанційного формування навчально-стратегічної компетентності у читанні англійських текстів, проте мало досліджень апелюють до практичного застосування цього виду навчання в сучасних реаліях.

Більшість фахівців вважають правильним і необхідним використовувати термін “дистанційне навчання”, а не “дистанційна освіта”, оскільки це, на їх думку, лише інший спосіб формування знань і вмінь, а зміст освіти при цьому залишається незмінним. За дистанційного навчання активні учасники (суб’єкти навчання) досягають цілей навчання, здійснюючи навчальну взаємодію принципово й переважно на відстані.

Так, М. Мур трактує дистанційну освіту як елемент глобальної культури людини, розкриває теорію і практику різних аспектів дистанційного навчання: проєктування і педагогічний дизайн, навчання, управління, політика запровадження для різних аудиторій (Moore M., 2003).

Водночас, незважаючи на майже невлесиму різницю в трактуваннях, можна виділити базис, який незмінно з’являється в дослідженнях. Як будь-яка форма або система навчання, дистанційне навчання має той же компонентний склад: цілі; зміст, також багато в чому стиль для конкретного типу закладу вищої освіти; методи, організаційні форми і засоби навчання. Отже, в нашому дослідженні ми користуємося терміном “дистанційне навчання”.

Останні три компонента дистанційного навчання зумовлені специфікою використовуваної технологічної основи (наприклад, тільки комп’ютерних телекомунікацій, комп’ютерних телекомунікацій у комплексі з друкованими засобами, дисками, так званої кейс-технології тощо), які в свою чергу постійно застосовуються задля формування навчально-стратегічної компетентності в сучасних умовах.

Задля формування навчально-стратегічної компетентності в іншомовному читанні ми обрали програмне забезпечення, яке здебільшого використовується для адміністрування опитувань – “Google Forms”. Це програмне забезпечення надає можливість не лише розміщувати тексти для читання, а й створювати завдання різного типу, зокрема тести множинного, перехресного вибору, завдання з короткою письмовою відповіддю, які сприяють формуванню навчально-стратегічної компетентності в читанні англійською мовою.

Варто відмітити зручність та мобільність використання “Google Forms” для збору та аналізу даних. Активуючи покликання студент одразу потрапляє у віртуальне середовище з рядом завдань. На початку необхідно ввести свою електронну адресу та персональні дані, такі як ім’я та прізвище, що в подальшому спростить ідентифікацію виконавців завдань. Наприкінці форми потрібно обов’язково зберегти і надіслати заповнену форму. Після цієї дії студент має змогу отримати зворотній зв’язок та переглянути свої результати, проаналізувати помилки. Вся надана інформація надалі зберігається та автоматично упорядковується у вигляді діаграм, які спрощують аналіз отриманих даних.

Таким чином, у зв’язку з неухильним зростанням ролі та значущості дистанційного навчання актуальним є завдання формувати в майбутніх учителів навчально-стратегічну компетентність в англійській мові, як складової комунікативної компетентності, використовуючи новітні комп’ютерні програми, такі як “Google-Forms” та інші.

## ЛІТЕРАТУРА

- Кремень, В. Г., Биков, В. Ю. (2014). Інноваційні завдання сучасного етапу інформатизації освіти. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми: Зб. наук. праць*, 37, 3–15.
- Moore, M. (2003). *Handbook of distance education*. 897 p.  
<https://www.geocities.ws/mrteddy/bl4.pdf>

## РОЗВИТОК У МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ УМІНЬ УСНОМОВЛЕННЕВОГО СПІЛКУВАННЯ В УМОВАХ КОМБІНОВАНОГО НАВЧАННЯ

**Тороп О. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Черниш В. В.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Мовленнєва діяльність є одним із різновидів людської діяльності. У науці під мовленнєвою діяльністю розуміють активний, цілеспрямований, опосередкований мовою, а також зумовлений ситуацією спілкування процес прийому і видачі мовленнєвого повідомлення у взаємодії людей між собою. Під час навчання іноземних мов (ІМ) мовленнєва діяльність є однією із об'єктів дослідження.

Варто відзначити, що розвиток цифрових та мультимедійних технологій призвів до використання під час викладання ІМ моделей комбінованого навчання, так званих моделей “*blended learning*”. Це такий вид навчання, який ґрунтується на концепції поєднання аудиторного навчання і технологій електронного навчання, з використанням нових дидактичних можливостей та інформаційних технологій.

Ми вважаємо, що таке навчання дає педагогам необмежені можливості в процесі викладання ІМ. Оскільки такий метод навчання дозволяє розширити свої можливості в основному за рахунок гнучкості та доступності. Студент, враховуючи свої індивідуальні потреби, засвоює ритм і швидкість вивчення матеріалу, стимулює формування активного статусу, підвищуючи свою мотивацію, самостійність і соціальну мобільність, робить процес навчання більш особистим, водночас персоналізуючи процес навчання. Це допоможе студенту самостійно визначити свої цілі та спосіб їх досягнення, а викладач виступатиме в ролі наставника. Прийняття комбінованого навчання, яке відповідає тенденціям глобального розвитку, також допомагає студентам адаптуватися до сучасного суспільства, яке швидко розвивається.

Стратегія організації щодо розвитку електронного навчання має ґрунтуватися на тому факті, що електронне навчання є новою освітньою

парадигмою, а також на готовності організації до впровадження електронного/комбінованого навчання. З організаційної точки зору існує чотири можливі сценарії комбінованого навчання: 1) аудиторні уроки доповнюються Інтернет-ресурсами; 2) аудиторні заняття, доповнені компонентом онлайн-спілкування; 3) чергування аудиторних та онлайн-курсів; 4) повністю віртуальне навчання (Watson, 2008).

Існує кілька моделей комбінованого навчання. Кожна модель відрізняється: компонентами традиційного особистісного спілкування викладача та студента, компонентами інтерактивної взаємодії на основі комп'ютерних технологій та електронної інформації, онлайн-освітніх ресурсів і програм, компонентами самоосвіти (Oxford, 2011).

У зарубіжних методиках виділяють шість моделей комбінованого навчання:

1. Модель “*FacetoFaceDriver*”. Основна частина матеріалу засвоюється в процесі безпосереднього спілкування з викладачем. Електронне навчання використовується як доповнення до основної програми.

2. Модель “*Rotation*”. Навчальний час розподілений між індивідуальним електронним навчанням та навчанням в аудиторії разом із викладачем. Викладач, який працює очно в аудиторії, здійснює також дистанційну підтримку електронного навчання.

3. Модель “*Flex*”. Ключові частини навчальної програми студенти вивчають самостійно за допомогою електронного навчання. Викладачі готові консультувати невеликі групи студентів індивідуально.

4. Модель “*Online lab*”. Студенти опановують навчальну програму за допомогою електронного навчання в обладнаному комп'ютером класі в межах навчального закладу. Викладач супроводжує онлайн-навчання.

5. Модель “*Self-blend*”. Ця модель існує і університетах США. Студенти самостійно обирають курси, які додають до основного курсу.

6. Модель “*Online Driver*”. Більша частина навчальної програми викладається за допомогою електронних матеріалів. Однак також передбачено очне навчання з викладачами та обов'язкові особисті консультації (6 Models of Blended Learning, 2023).

Мультимедійні системи електронного навчання та управління навчанням були створені для забезпечення успішного самостійного навчання студентів. Ці системи характеризуються роботою в режимі реального часу, є високо інтерактивними і містять велику кількість індивідуальних і групових завдань. Функціонування цих систем забезпечується так званими “онлайн-платформами”. У сфері навчання ІМ до інструментів онлайн-платформ, необхідних для індивідуальної та групової дослідницької діяльності студентів, належать такі: чат, блог, форуми, вікі тощо (Watson, 2008).

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що, хоча комбіноване навчання безпосередньо залежить від цілей і результатів, яких необхідно досягти, в сучасних реаліях впровадження комбінованого навчання стало необхідною складовою досягнення професійного успіху та багатогранної компетентності студентів.

## ЛІТЕРАТУРА

*6 Models of Blended Learning.*

<http://www.dreambox.com/blog/6-models-blended-learning> (дата звернення 16.02.2023)

Watson, J. (2008) *Blended learning: The convergence of online and face-to-face education.* North American Council for Online Learning.

Oxford, R. L. (2011) *Teaching and Researching: Language Learning Strategies.* Pearson Longman.

## ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ У СТРУКТУРІ ОСОБИСТОСТІ МАЙБУТНЬОГО ВИКЛАДАЧА ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

**Чумак Д. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Зеня Л. Я.**

*Доктор педагогічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Формування емоційного інтелекту є інваріантною складовою навчального процесу у закладах вищої освіти (ЗВО), що забезпечує його цілісність.

Згідно із сучасними науковими дослідженнями значний вплив на результативність професійної підготовки у ЗВО має емоційно-психологічний стан майбутніх фахівців (Амплеєва О. М., Бречко А. О., Волкова О. С., Козир М. В., Ракітянська Л. М., Bonk C. J., Garrison D. R., Hrastinski S., Kanuka H., Kim K. J., Mayer J. D., Salovey P., Sitzmann T. та інші). Оскільки варіативна складова змісту освіти формується безпосередньо ЗВО, дослідження емоційного інтелекту з урахуванням структури особистості майбутніх фахівців вищої школи є актуальною проблемою.

Метою нашої публікації є визначення структури емоційного інтелекту майбутнього викладача.

Насамперед, визначимося з поняттям емоційного інтелекту. За визначенням Daniel Goleman, емоційний інтелект – це здатність людини розпізнавати, розуміти і керувати своїми емоціями, а також визнавати, розуміти і впливати на емоції інших (Salovey, P., & Mayer, J. D., 1990).

Науковці виділяють такі складові емоційного інтелекту особистості:

- саморозуміння;
- комунікативний потенціал особистості;
- адаптація;
- антистресовий потенціал особистості;
- загальний настрій чи оптимістичність (Salovey & Mayer, 1990).

Наведені структурні компоненти не претендують на вичерпність і можуть розглядатися основою емоційного інтелекту.

При визначенні структурних компонентів емоційного інтелекту майбутнього викладача будемо враховувати специфіку сучасного освітнього



середовища вищої школи в умовах воєнного стану, а саме його віртуалізацію. Охарактеризуємо переваги і недоліки віртуального навчання. До переваг науковці зараховують такі:

1. Доступність та гнучкість: віртуалізація дозволяє навчатися в будь-якому місці та в будь-який час, використовуючи персональний комп'ютер або мобільний пристрій (Kim & Bonk, 2002).

2. Ефективність: студенти можуть навчатися у своєму власному темпі та відповідно до своїх індивідуальних потреб (Hrastinski, 2008).

3. Інтерактивність: досягається використанням різних інструментів та технологій, таких як чати, форуми та відеоконференції (Garrison & Kanuka, 2004).

4. Підвищення мотивації: застосування інтерактивних методів навчання, у тому числі ігор та симуляцій (Sitzmann et al., 2011).

Однак, поряд з перевагами віртуальне середовище створює і низку ризиків, які негативно впливають на емоційний інтелект, а саме:

1. Недостатня мотивація, яка спричиняє погіршення емоційної саморегуляції (Song et al., 2004).

2. Нестача соціальної підтримки, важливої для здатності розуміти свої емоції, які є ключовою компонентою емоційного інтелекту, та керувати ними (Rovai, 2002).

3. Виникнення технічних проблем, наслідком яких є погіршення настрою та емоційного благополуччя (Clark & Mayer, 2016).

4. Проблеми безпеки, що призводять до погіршення емоційного благополуччя та викликають тривогу.

Таким чином, виникає додаткове навантаження на майбутнього викладача, яке спричиняє ще більше напруження емоційного інтелекту. Для подолання негативного впливу віртуального середовища на емоційний інтелект майбутнього викладача пропонуємо додати до структури емоційного інтелекту такі структурні компоненти:

1. Саморегуляція емоцій – здатність керувати своїми емоціями та реакціями у непередбачуваних ситуаціях (Goleman, 1995; Salovey & Mayer, 1990).

2. Емпатія – розуміння та сприйняття емоцій інших людей, що дозволяє краще управляти міжособистісними відносинами та спілкуванням у віртуальному середовищі (Bar-On, 2006; Mayer, Salovey, & Caruso, 2008).

3. Соціальні навички – здатність ефективно взаємодіяти з іншими людьми та організувати колективну роботу, що є основою успішного онлайн-навчання (Goleman, 1998; Mayer et al., 2008).

Спеціальних наукових розвідок потребують психолого-педагогічні особливості формування емоційного інтелекту майбутніх викладачів іноземної мови, що і становитиме предмет нашого подальшого дослідження.

## ЛІТЕРАТУРА

- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). *Emotional intelligence*. PSU.EDU.  
Kim, K. J., & Bonk, C. J. (2002). Cross-cultural comparisons of online collaboration. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 8(1), JCMC813.

- Hrastinski, S. (2008). Asynchronous and synchronous e-learning. *Educause Quarterly*, 31(4), 51–55.
- Garrison, D. R., & Kanuka, H. (2004). *Blended learning: Uncovering its transformative potential in higher education*. *The Internet and Higher Education*, 7(2), 95–105.
- Sitzmann, T., Kraiger, K., Stewart, D., & Wisner, R. (2006). *The comparative effectiveness of web-based and classroom instruction: A meta-analysis*. *Personnel Psychology*, 59(3), 623–664.
- Song, L., Singleton, E. S., Hill, J. R., & Koh, M. H. (2004). *Improving online learning: Student perceptions of useful and challenging characteristics*. *The Internet and Higher Education*, 7(1), 59–70.
- Rovai, A. P. (2002). *Building sense of community at a distance*. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 3(1).
- Clark, R. C., & Mayer, R. E. (2016). *E-learning and the science of instruction: Proven guidelines for consumers and designers of multimedia learning*. John Wiley & Sons.

## **ЛЕКСИЧНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК СКЛADOVA МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ВЧИТЕЛЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ**

**Швачка В. Є.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Ніколаєва С. Ю.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

На сучасному етапі розвитку вищої освіти від учителів іноземної мови вимагається високий рівень володіння міжкультурною комунікативною компетентністю, щоб успішно виконувати свої професійні обов'язки. Це дозволяє вчителям ефективно організовувати практику іншомовного мовлення учнів в аутентичних ситуаціях та збагачувати їхній словниковий запас. Відтак, знання і здатність використовувати лексикон дозволяє вчителю англійської мови не лише спілкуватися з учнями, але й допомагає розвивати їхню мовленнєву компетентність.

Як відомо, англійська мова – це не тільки засіб спілкування та здобуття інформації, але й засіб відкриття іншого культурного світу, пізнання рідної мови та національної культури, громадянської освіти, розвитку особистості та соціальних можливостей. Міжкультурна компетентність полягає в знанні національних культур та особливостей виховання, готовності до співпраці з представниками інших країн та володінні англійською мовою. Формування міжкультурної компетентності вчителів англійської мови є необхідним процесом, який повинен відбуватися в усіх видах роботи в університеті. Викладач повинен навчити студентів не тільки теоретичним знанням,

але й практичному досвіду міжкультурного спілкування. Ми поділяємо думку О. А. Гончарової, яка вважає, що викладачі університетів повинні мати новітню інформацію в цій галузі, а також стажуватися за кордоном (Гончарова, 2019).

Поняття іншомовної комунікативної компетентності розглядається як досвід, який дає можливість людині ефективно спілкуватися в іншомовній культурі. Ми слідом за А. А. Остапчуком вважаємо цю компетентність важливою складовою професійної підготовки, що передбачає взаємодію комунікативної, мовної та соціокультурної компетентностей. Високий рівень практичного володіння мовою і досвід володіння мовою на варіативно-адаптивному рівні залежно від мовленнєвої ситуації також є важливими складовими іншомовної комунікативної компетентності (Остапчук, 2021).

У ході формування міжкультурної комунікативної компетентності у вчителів англійської мови й культури особливе місце займає розвиток лексичної компетентності, яка є необхідною умовою для здобуття комунікативної компетентності в іншій мові. Лексичну компетентність в структурі міжкультурної іншомовної комунікативної компетентності дослідники відносять до групи лінгвістичних (мовних) компетентностей. Слідом за іншими дослідниками ми розглядаємо лексичну як “Здатність ідентифікувати лексичні одиниці (у межах відомого мовного матеріалу) у процесі читання або сприйняття на слух, а також уміння нормативно продукувати їх під час говоріння та на письмі відповідно до тем і ситуацій комунікативної взаємодії, визначених навчальною програмою” (Методика навчання..., 2013).

У лексичній компетентності наразі виокремлюють такі компоненти:

- Лексична навичка, яка є автоматизованою дією і забезпечує правильне вживання слів та розуміння слів інших людей. Одиницею навчання лексики є лексична одиниця, якою може бути не тільки окреме слово, але і стале словосполучення або навіть готове речення.

- Лексичні знання, які є відображенням результатів пізнання лексичної системи іноземної мови, зокрема знання про лексичну сторону мовлення, усну і письмову форми слова, їхню семантику і правила словотвору.

- Лексична усвідомленість, яка є частиною загальної мовної усвідомленості. Це означає, що студент здатен розуміти процеси формування власної лексичної компетентності, оволодівати іншомовною лексикою та свідомо використовувати лексичні одиниці різних рівнів і визнавати їхні особливості та закономірності (Методика навчання..., 2013).

Саме такої структури англійської лексичної компетентності ми дотримаємося в нашому дослідженні.

Отже, міжкультурна компетентність включає знання національних культур, співпрацю з представниками інших країн та володіння іноземною мовою. Учителі іноземних мов повинні мати навички іншомовної комунікативної компетентності, оскільки вони знайомлять дітей з іншомовною культурою. Розвиток лексичної компетентності є важливим для здобуття комунікативної компетентності в іншій мові.

## ЛІТЕРАТУРА

- Гончарова, О. А. (2019). Міжкультурна компетентність як складник професійно-методичної компетентності майбутнього вчителя англійської мови в початковій школі. *Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету. Серія : Педагогіка, (1)*, 120–125.
- Николаева, С. Ю. (Ред.). (2013). *Методика навчання іноземних мов і культур: Теорія і практика: підручник для студ. класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів*. Ленвіт.
- Остапчук, А. А. (2021). Формування іншомовної комунікативної компетентності викладача ЗВО в процесі міжнародного стажування. *Досягнення і перспективи науки, освіти та виробництва 2021: Освіта та педагогіка, (2)*, 118–123.  
<https://openscilab.org/ua/konferenczii/dosjagnennja-i-perspektivi-nauki-osviti-ta-virobnictva/2021/12/17/ii-mizhnarodna-naukovo-praktichna-internet-konferencija-dosjagnennja-i-perspektivi-nauki-osviti-ta-virobnictva-2021/>

## ХАРАКТЕРИСТИКИ І ПЕРЕВАГИ DSS СИСТЕМ

**Щечкова С. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Коваль Т. І.**

*Доктор педагогічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Сучасний етап розвитку суспільства тісно пов'язаний із стрімким технологічним зростанням та відкритістю діяльності, що стають визначальними чинниками розвитку економіки, науки, освіти. На глобальному рівні проголошено розбудову інформаційного суспільства, у якому на підставі розвитку Інтернету та засобів зв'язку, широкому використанню інформаційно-комунікаційних технологій суттєво збільшується інтенсивність інформаційного обміну, а основним типом діяльності стає обробка інформації та генерування нового знання. Важливу роль у цьому відіграє створення інформаційних систем підтримки рішень (СПР або *Decision Support System, DSS*).

У часи СРСР був здійснений неточний переклад дефініції Decision Support System (DSS). У переклад додано слово “підтримки” і вийшло: Система Підтримки Прийняття Рішень (СППР). У результаті цього до недавнього часу деякі спеціалісти з СППР не знали DSS, що привело до відставання у сфері СППР (DSS). (Бази даних і системи підтримки прийняття рішень / Decision Support System (СППР / DSS), 2017).

СППР – інтерактивна комп'ютерна система для підтримки різних видів діяльності під час прийняття рішень стосовно слабоструктурованих

і неструктурованих проблем. Такі системи дають змогу відшукувати релевантні дані, згенеровані системами оброблення транзакцій та інших внутрішніх інформаційних джерел, а також надають доступ до зовнішньої, по відношенню до організації, інформації. СППР дає змогу користувачам моделювати й аналізувати інформацію у такий спосіб, який буде найефективнішим для вироблення певного специфічного рішення і буде забезпечувати підтримку в інтерактивному режимі (Ситник, 2004).

Існує два основні типи СППР (Гринчуцька, 2017):

1) корпоративні (Enterprise-wide) або широкомасштабні, рівня підприємства, які полегшують роботу великої групи менеджерів, працюючих в єдиній системі обслуговування клієнтів, і які мають спеціалізоване сховище даних;

2) настільні (desktop) СППР, що розраховані на окремого користувача і встановлені в персональному комп'ютері в офісі менеджера.

Сучасним комп'ютерним СППР притаманні такі риси та властивості (Ситник, 2004, 133 с.): *надає керівникові допомогу в процесі прийняття рішень і забезпечує підтримку в усьому діапазоні контекстів структурованих, напівструктурованих і неструктурованих завдань; підтримує і посилює (але не замінює і не відмінює) міркування та оцінки керівника. Контроль лишається за людиною; підвищує, головно, ефективність прийнятих рішень; інтегрує моделі та аналітичні методи зі стандартним доступом до даних і вибіркою даних. Для надання допомоги у прийнятті рішень активізуються одна чи кілька моделей (математичних, статистичних, імітаційних, кількісних, якісних або комбінованих); інтерфейс СППР є “дружніми” для користувачів, не потребують практично ніяких глибоких знань з інформаційних технологій і забезпечують просте пересування системою; побудована за принципом інтерактивного розв’язування завдань; зорієнтована на гнучкість та адаптивність для пристосування до змін у середовищі чи в підходах до розв’язування задач, які обирає користувач; не нав’язує користувачеві певного процесу прийняття рішень.*

Стрижневою частиною СППР є програмне забезпечення інтерфейсу, що робить систему легкою для використання, містить моделі, що використовуються для аналізу даних. СППР не підготовляє рішення, а скоріше **допомагає: в розумінні проблеми**, що розв’язується (структуризація проблеми, генерування поставок задач виявлення переваг, формулювання цілей та критеріїв); **в розв’язуванні задач** (генерація і вибір моделей, алгоритмів та методів, збір і підготовка даних, виконання обчислень, оформлення й видача результатів); **в аналізі результатів обчислень** проведення аналізу типу “що... , якщо...?” та інших, пояснення ходу розв’язання, пошук і видача аналогічних рішень і професійної підготовки тощо.

Системи підтримки прийняття рішень набули широкого застосування в економіках передових країн світу, причому їхня кількість постійно зростає.

До переліку найвідоміших СППР можна віднести: DSS **версії 6.0** (Кеймбридж, шт. Масачусетс) – управління ризиками та маркетинг; “Combi-PC” – аналіз різних видів продукції, варіанти планів, заходів, виконавців,

підприємств; DSS-UTES – пошук оптимальних рішень у складних проблемних моделях; СППР ISDS – формування програм розробки нових виробів і технологій у великих корпораціях; СППР Marketing Expert – підтримка прийняття рішень на всіх етапах розробки стратегічного і тактичного планів маркетингу та контролю за їх реалізацією; СППР Visual IFPS/Plus (Interactive Financial Planning System) – інтерактивна система планування фінансів та ін.

Отже, СППР використовуються для підтримки різних видів діяльності в процесі прийняття рішень: вибору загальної стратегії дії, визначення спеціальних завдань, делегування відповідальності, оцінки результатів, ініціювання змін. Це зумовлено зростанням динамізму навколишнього середовища, взаємопов'язаності багатьох рішень, стрімким темпом науково-технічного прогресу.

### ЛІТЕРАТУРА

Бази даних і системи підтримки прийняття рішень/Decision Support System (СППР/DSS) (2017).

<https://dss-bi.blogspot.com/2017/12/dss.html>

Ситник, В. Ф. (2004). Системи підтримки прийняття рішень. КНЕУ.

<https://studfile.net/preview/10026991/page:2/>

Гринчуцька, С. В. (2017) Конспект лекцій з курсу “Системи прийняття рішень” для студентів напряму підготовки 6.030502 “Економічна кібернетика”, спеціальності 051 “Економіка”. ГНТУ імені І. Пулюя.

<https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/22495/5/2017-SPR-Konspekt.pdf>

### DIFFERENCES IN STUDENTS' AND TEACHERS' PERCEPTIONS OF THE IDEAL TEACHER

**Binivska O.**

*Kyiv National Linguistic University*

Scientific supervisor: **Kudina V. V.**

*Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor*

*Kyiv National Linguistic University*

The issue of effective training of student teachers depends on goals, methods and ways of organization and realization of the educational process, competences of its participants, their needs and demands. The essential role in teaching and learning belongs to a teacher and his/her professional competence that includes subject knowledge, lesson planning and conducting skills, commitment to students' success as well as his/her personal traits. To define professional standards which can serve as the basis for designing the model of a professional teacher's position it is necessary to take into account opinions of both students and teachers of the ideal teacher.

To find out students' and teachers' views of the perfect teacher's portrait and his/her main characteristics the survey was conducted among 28 students and

10 teachers of Kyiv National Linguistic University (KNLU). The students took part in the survey in December 2022; they answered the questions in English. The teachers gave their answers in Ukrainian in February 2023. The questions included the following types of questions: multiple answer choice, yes/no, open questions. The participants could also comment their answers. The questionnaire was designed with the help of Google form and delivered by providing a link. Questions regarded perfect teacher's gender, age, appearance, soft skills, essential professional traits as well as his/her role in a teaching process.

According to the received data, the most important items are the following: in the first question, for 92.9% of the students it doesn't matter the gender of a teacher, while the preferred age is 30–40 (50 %) and 20–30 (32.1%). As for teachers, 100% of them said that it doesn't matter the gender of a teacher. For both surveyed groups of teachers' and students' the gender doesn't play any significant role in terms of cooperation between a teacher and a student, while 50% of responses given by the students is for the age group 30–40, at the same time the teachers highlighted the level of professionalism rather than the age.

About 60 % of the surveyed students consider the appearance of a teacher to be crucial, as opposed to nearly 40% for whom it plays no difference. There is the same result of questionnaire among the teachers. Thus, the survey showed the similar results, it should be stated that the teacher's appearance is still essential so the focus of attention is on official style and neat looks.

Analyzing the traits of a good teacher 57.1% students' responses show us that easy-going teachers with open position and readiness to chat with students (32.1%) are respected by the students. But speaking about the most important traits of character 70% of the surveyed people appreciate tutors' being demanding and 50% of them consider soft skills to be very essential. To sum up, demanding approach towards academic success and student performance was mentioned by both surveyed groups.

Investigating the category of professional competences it could be concluded that all the points (an available method of obtaining information, open attitude to and encouragement of dialogue, creativity in teaching methods with the respect to the student's opinion and encouragement of self-development and realization on the first place (70%). As for teachers' opinion analyzing the criteria of professional competences we can make the conclusion that creative methods of teaching are of the greatest importance (90%), open-mindedness and encouraging a discussion also matter (50%). We should also mention that for 50% of the surveyed a perfect teacher must surely respect students' opinion. All in all, individual and creative approach to teaching as well as respectful and encouraging attitude towards the students make the cooperation and educational process smooth and more efficient.

In terms of the teachers' role, the majority of the students selected inspirational role of a teacher as the most influential, in addition teacher's role as a source of information (32.1%) and as a trusted partner and a friend (21.4%) are of equal significance. The majority of teachers believe that the main role of teachers is being a motivator. It could be concluded that the role of the teacher is more



of a facilitator and motivator inspiring and encouraging students for deeper investigation and self-study.

Responding to the question of professional and complex teaching competence 100% of surveyed teachers selected relevant experience as the key and crucial factor of high- professionalism, in addition, modern teaching methods and pedagogical methodology (70 %) also play a vital role in professional development of a teacher.

To sum everything up, it can be said that the personality and appearance of a teacher do play a vital role as well as friendliness, trustworthy, soft skills, the role of a motivator and a lecturer among students. It could be also stated that the role and the image of a modern teacher is perceived the same by both groups, sharing similarities in the views and the main roles of a contemporary teacher despite the generation gap and gender issues.

## **STEM EDUCATIONAL TECHNOLOGIES IMPLEMENTATION IN ENGLISH LANGUAGE CLASSES AS A CONTEMPORARY METHODOLOGICAL APPROACH FOR MASTERING STUDENTS' KEY COMPETENCES AND CROSS-CUTTING SKILLS**

**Mysin B. Y.**

*Uzhhorod National University*

Scientific supervisor: **Chernysh V. V.**

*DSc. Hab (Pedagogy), Full Prof.*

*Kyiv National Linguistic University*

Active processes of globalization encourage the synchronization of Ukrainian and European education for effective cooperation and reaching a new level of interaction. Ukrainian society needs specialists knowledgeable in the scientific field, capable of actively participating in innovation processes and ensuring the stable development of Ukraine in the future. STEM-oriented approach to student education is considered as the leading direction of innovative development of modern education.

Approbation of the results of scientific research is presented in the materials of the International Scientific and Practical Conference “*AD ORBEM PER LINGUAS*”, Kyiv, KNLU, 2022 in the form of theses on the topic: “*STEM-EDUCATIONAL TECHNOLOGIES AS A MEANS OF FORMING ENGLISH LANGUAGE COMMUNICATIVE COMPETENCE IN STUDENTS*” (Chernysh & Mysyn, 2022, pp. 518-519). Furthermore, the author of theses systematically approves the results of scientific research during his English classes with students of different age categories in the online school (interactive educational platform) “*JustSchool*”.

**STEM** (from English “Science” – *Natural Sciences*, “Technology”, “Engineering” – *Design and Mathematics*) defines the characteristics of the

didactics, the essence of which is manifested in a combination of interdisciplinary practice-oriented approaches to the study of natural sciences and mathematics (Коршунова, 2020, с. 78). In English classes on the basis of STEM educational technologies, students plan, develop models of modern industry and create educational and research projects (Патрикеева, 2020, с. 8). Observably, we consider that STEM educational technologies contribute to the development of critical thinking in students, form teamwork skills, a vision of a holistic picture of the world, and the ability to apply knowledge to perform practical tasks from the real world.

**Respectively, regarding the teacher's contribution to students' mastery of key competencies and cross-cutting skills in English classes using STEM educational technologies, we suggest using the following tasks and exercises:**

**LEGO-activities:** students are asked to paste words from active lexical material related to the topic onto Lego cubes, compose and read the resulting sentence.

**3D-MODEL:** the task involves making a paper or cardboard model of a modern city, a town of the future or a city of dreams, and in the process working on projects, students successfully master the usage of lexical units of the topic, as well as verbs used in different grammatical tenses.

**Papier-Mâché Globe:** the task prepares students for a debate on the topic "Travelling"; it involves students making a globe from newspapers. Students choose a country and argue why they should go to this particular country, what they would like to see there, what interesting places, sightseeings to visit.

**Craft-sticks:** students independently search for new lexical units according to the section or topic, then bring their own pieces of paper to the English class and compose their own examples of sentences in groups, then read and sound them out.

**Elaboration in Writing and Speaking:** students are offered colored cut strips with a simple sentence, for example: *I'm going home*. The task is as follows: write a new word on the additional strips, expand these sentences with the help of new lexical units and pronounce the resulting sentence out loud.

**ColourbyCoding.** Coloring the picture by deciphering the color codes. Students use *ASCII coding tables* and step-by-step instructions.

**Production and printing of paper booklets** in English using a graphic editor programs.

**Storytelling** based on the read English text: with the help of special computer animation programs, students reproduce the events of the read text.

Therefore, the usage of STEM educational technologies in English classes contributes to the formation of cross-cutting skills in students, in particular: voicing the desired goal; planning to achieve the goal; actions in accordance with the developed plan; presentation of work results.

To sum it up, we may state that the usage of STEM educational technologies by teachers in English classes as a contemporary methodical approach will comprehensively contribute to students' mastery of key competencies and cross-cutting skills, and as a consequence, the emergence of modern professionals

capable of generating innovative, creative, socially useful ideas, to actively cooperate with representatives of various fields of activity, to understand and establish in practical activities the mechanisms of interaction of natural sciences, art, mathematics, humanitarian sciences and technologies, to be aware of fields and possibilities of their application, capable of creativity and ingenuity.

## REFERENCES

- Коршунова, О. (2020). *STEM-освіта. Професійний розвиток педагога: збірник спецкурсів. Глосарій Ключових Слів*.  
[http://yakistosviti.com.ua/userfiles/file/STEM-osvita\\_kurs.pdf](http://yakistosviti.com.ua/userfiles/file/STEM-osvita_kurs.pdf)
- Патрикеева, О. (2020). Проектна діяльність як основа упровадження stem-освіти. Збірник Матеріалів “STEM – Світ Інноваційних Можливостей. Реалізація Програми Інноваційного Освітнього Проекту “Я – Дослідник” (с. 8–9).  
[http://yakistosviti.com.ua/userfiles/file/stem-svit\\_mozlyvostey.pdf](http://yakistosviti.com.ua/userfiles/file/stem-svit_mozlyvostey.pdf)
- Chernysh, V. V., & Mysin, B. Y. (2022). STEM-EDUCATIONAL TECHNOLOGIES AS A MEANS OF FORMING ENGLISH LANGUAGE COMMUNICATIVE COMPETENCE IN STUDENTS. У *Ad orbem per linguas. До світу через мови* (с. 518-519). Видавничий центр КНЛУ.  
<https://onedrive.live.com/?cid=68696b3e65309b90&id=68696B3E65309B90%2132532&ithint=file%2Cpdf&authkey=%21AMxdX0VoGmQCvB0>

## НОСТАЛЬГІЧНИЙ ТУРИЗМ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

**Анікеєнко С. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Лебедєва І. М.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Ностальгичний туризм – вид рекреаційного туризму. Цей вид подорожі в останні часи набуває все більшої популярності. Ностальгичний туризм дає можливість туристам отримати інформацію про свої корені, познайомитися з історичним шляхом свого народу або етнічної групи. Через політичні, військові чи релігійні мотиви деякі люди були змушені покинути рідні місця насильно. Добровільно покидали рідні землі ті люди, якими рухало бажання пошуку кращого життя. Таких переселенців прийнято називати економічними. Отримуючи певну підтримку, туристи можуть відшукати своїх далеких родичів на абсолютно чужих територіях. Туристам можуть надати допомогу приватні детективи, що займаються історичними пошуками.

Зазвичай люди відвідують землі, де проживали їхні діди, батьки або вони самі в дитячому віці, ще до того, як їм довелося покинути ці місця, з різних причин. Ностальгичний туризм приховує в собі потаємний сенс і глибоке значення. Часто ностальгія і туга за минулими часами змушує багатьох людей, замість відпочинку на якому-небудь курорті, вирушати у віддалені місця для пошуку своїх коренів, а також для знайомства зі своїми далекими родичами.

В Україні є підстави і ресурси для розвитку ностальгичного туризму. За свою історію український народ пережив декілька хвиль еміграції. Так, для останніх десятиліть XIX ст. була характерна трудова еміграція передусім із західноукраїнський земель. Пізніше через світові війни та поразку Українських національно-визвольних змагань 1917–1921 рр. значна кількість переселенців, військовополонених та інтернованих не змогла повернутися в рідні краї через загрозу гоніння і переслідування. Після проголошення незалежності України ці вимушені або добровільні емігранти, а також їхні нащадки отримали можливість відвідати Батьківщину.

У 2021 р. Державне агентство розвитку туризму провела онлайн-конференцію “У пошуках власного коріння: перспективи розвитку генеалогічного туризму в Україні”. Були обговоренні проблеми, які необхідно вирішити для запрошення іноземців з українським корінням відвідати нашу країну. “Ми повинні зрозуміти особливості ностальгичного туризму та зробити для нього правильну обгортку. Нам важливо продумати, що саме на державному рівні необхідно доопрацювати, щоб більше вихідців з України могли потрапити на землю своїх предків, відвідати їхні могили, цікаві

історичні місця. Ми зацікавлені в тому, щоб український туризм розвивався і в цьому напрямку”, – наголосила Голова ДАРТ України Мар’яна Олесків (*Ностальгійний туризм: що це таке та як його розвивати в Україні, 2021*).

Для запровадження якісних змін важлива взаємодія усіх представників галузі: державної влади, місцевого самоврядування, туроператорів та провідних експертів. Це дасть змогу максимально спростити процес пошуку власного коріння та створить комфортні умови для цього. До цієї роботи планується ширше залучити державні архіви, які є першоджерелом генеалогічних пошуків. Вони мають потужний потенціал в проведенні екскурсій для усіх охочих, де нащадки з різних куточків світу зможуть дізнатися більше про історію своїх родичів та зможуть наблизитися до генеалогічних витоків своїх предків.

На сьогоднішній день шириться гасло “Stand with Ukraine”, це допомагає привернути уваги світової спільноти до подій, які відбуваються в Україні. Збільшується кількість бажаючих серед іноземців і представників української діаспори відвідати нашу країну, хоча раніше вони цього не планували. По зрозумілим причинам зараз відвідувати Україну не вдасться, для туристів це буде небезпечно через агресію з боку Росії.

Ностальгійні тури досить специфічні та різноманітні. Кожний відвідувач планує свій окремий маршрут. Туристи ходять на кладовища, аби знайти могили своїх предків, або відвідують населені пункти, де колись проживали їх близькі родичі або вони самі. Для України ностальгійний туризм є одним з перспективних напрямів розвитку сфери туризму у післявоєнний час.

## ЛІТЕРАТУРА

*Ностальгійний туризм: що це таке та як його розвивати в Україні?* (2021, Березень 18). Державне агентство розвитку туризму.

<https://www.tourism.gov.ua/blog/nostalgichniy-turizm-shcho-ce-take-ta-yak-rozvivati-yogo-v-ukrayini>.

*Що таке ностальгійний туризм.* (2013, Травень 19).

<https://infotour.in.ua/nostalgic-tourism.htm>.

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ХАРАКТЕРУ В ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ ЗАЛЕЖНО ВІД СТИЛЮ СІМЕЙНОГО ВИХОВАННЯ

**Бабич А. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Кириленко В. Г.**

*Кандидат психологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Сімейне виховання має величезне значення у вихованні, освіті і становленні будь-якої людини. Саме в родині закладаються основи моральності людини, формуються норми поведінки, розкриваються внутрішній світ і індивідуальні якості особистості.

У психологічній літературі широко описана феноменологія стосунків батьків і дітей, проаналізовано характер та негативні результати неадекватного батьківського ставлення, хибних стилів виховання на актуальний і перспективний розвиток дитини.

Варто відзначити, що поняття “стиль виховання”, “стиль взаємодії”, “стиль батьківського ставлення”, “батьківська позиція” – виступають словами-синонімами, оскільки всі вони відображають методи, принципи, прийоми виховного процесу та ставлення до дитини в цілому. М. Боришевський (1995) зазначає, що “виховання дитини – це важка, найбільш працемістка сфера людської діяльності, успіх якої зумовлюється безліччю чинників різноманітного походження”. Найважливішими з них є: певні взаємини в сім’ї, відповідний стиль спільної життєдіяльності всіх її членів, взаємини між самими батьками; стосунки між батьками і представниками найстаршого покоління; ставлення дорослих безпосередньо до дитини.

Вивчення теоретичних підходів і практики сімейного виховання дають змогу визначити методи сімейного виховання як сукупність способів виховних взаємодій батьків із дітьми, що допомагають останнім розвивати свою свідомість, почуття і волю, активно стимулюють (заохочують) формування досвіду поведінки, організацію самостійної дитячої життєдіяльності, повноцінний моральний і духовний розвиток.

Стилі сімейного виховання – це ті способи впливу дорослих на дітей, які найбільшою мірою впливають на психічний розвиток дитини і розвиток її особистості: ставлення батьків до дитини, характер контролю за його діями, способи пред’явлення вимог, форми заохочення і покарання.

В роботах Дмитренко А. (2001), Ерніязовна В. (2002), Гаміна Т. С. і Гончар О. Ю. (2012), виділено декілька стилів виховання: демократичний, авторитарний та ліберальний. При кожному з них є як позитивні, так і негативні сторони ставлення до підлітка, використання різних прийомів покарання, дотримання низки вимог. Так, авторитарні батьки вимагають від дітей беззаперечної слухняності, дотримання порядку, підпорядкування традиціям і авторитетам. Якщо авторитарність поєднується з холодністю батьків, це викликає у дітей прагнення до самоствердження, агресивність, конфліктність.

Сімейні умови, рід занять, матеріальний рівень і рівень освіти батьків значною мірою зумовлюють життєвий шлях дитини. Також, істотне значення для розвитку підлітка має місце та його роль, яке він займає у родині. Якщо батьки і старші члени сім’ї враховують дорослі можливості підлітка, ставляться до нього з повагою і довірою, допомагають йому долати труднощі в навчанні та інших видах діяльності, допомагають встановлювати взаємини з товаришами, зберігають контакт з ним, то тим самим вони створюють сприятливі умови для розвитку особистості підлітка. Батьки впливають на дитину цілеспрямованим вихованням, яке зводиться до організації способу життя дитини в сім’ї та навчанню його тому, як треба себе вести. Також батьки повинні завжди намагатися розуміти індивідуальні та вікові особливості дитини, бути готовими до свідомого пошуку найбільш ефективного стилю його індивідуального виховання.

Для дослідження впливу стилів батьківського виховання на формування характеру учнів підліткового віку будуть використанні такі методики:

- методика діагностики батьківського ставлення А. Я. Варга, В. В. Століна;
- тест “Підлітки про батьків” (за методикою *Шафера*).

Обробка отриманих даних здійснюватиметься за допомогою кількісного (кореляційного) і якісного аналізів за допомогою програми SPSS. Дослідження проводитиметься на базі Трипільського ліцею, м. Києва за допомогою Google Forms.

## ЛІТЕРАТУРА

- Боришевський, М. Й. (1995). Сімейне виховання як гарант морального становлення особистості. *Початкова школа*, 4, 4–5.
- Дмитренко, А. К., Мармазинська, П. Є. & Тарновська, О. С. (2001) Психологія сімейного виховання.
- Ерніязовна, В. (2002) Стиль сімейного виховання і майбутнє дитини. *Педагогіка і психологія професійної освіти*, 3, 224–228.
- Гаміна, Т. С. & Гончар, О. Ю. (2012) Педагогіка сімейного виховання: навчальний посібник. Альма-матер.

## АДАПТАЦІЯ СТУДЕНТІВ-ПЕРШОКУРСНИКІВ ДО НАВЧАННЯ У ЗВО

**Васильєва А. Д.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Кучеровська Н. О.**

*Кандидат психологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Навчання у закладі вищої освіти для випускника школи є найважливішим періодом життя, оскільки це процес особистого і професійного становлення особистості. Але цей важливий період в життєдіяльності особистості для сучасного молодого українця обтяжений постійними швидкоплинними змінами, які зараз переживає Україна.

Період адаптації першокурсника до нових умов життєдіяльності може породжувати труднощі у навчанні, зниження рівня самооцінки, проблеми у розкритті особистого потенціалу, чим зумовлена потреба у створенні сприятливого психологічного клімату у ЗВО.

Низка авторів зверталася до вивчення проблеми адаптації студентів до навчання у ВНЗ, зокрема О. М. Кокун (2004), М. М. Дідух (2019), В. О. Грушевський(2014), Г. П. Левківська (2001), С. А. Ворожбит (2013) та інші. У своїх роботах вони акцентують увагу на важливості адаптаційного процесу студентів-першокурсників до навчання у ВНЗ як провідної умови для забезпечення подальшого результативного функціонування у певному соціумі.



На думку О. Кокуна (2004, с. 45), “...саме процес адаптації визначає можливості людини стосовно забезпечення діяльності та виживання в умовах підвищеної стресогенності зовнішнього середовища, що постійно змінюється...”.

Хоча поняття “адаптації” є одним із найуживаніших та найбільш досліджених, його зміст та сутність інтерпретуються різними авторами дуже широко і єдиного “канонічного” погляду на розуміння процесу адаптації наразі не існує. Ільєнко М. & Сердюк Л. (2012) пропонують розуміти адаптацію як результат дії природного добору, конкуренції, а адаптування як процес взаємодії організму і факторів довкілля. Застосування та тлумачення терміну “адаптація” ускладнюється тим, що сучасники пояснюють з його допомогою як безпосередній процес перетворення, що відбувається у молодій людини при взаємодії з новим середовищем, так і результат такої взаємодії. Зміст адаптації розкривається такими допоміжними термінами як: адаптування – власне процес адаптації; адаптованість – стан організму в результаті успішного здійснення цього процесу; адаптивний цикл – сукупність процесів від початкового стану організму і до кінцевого; адаптивний ефект – відмінності в стані організму до початку і завершення процесу адаптації; адаптивна ситуація – конкретний момент взаємодії організму та середовища, що відображає необхідність адаптивних перебудов (Дубовицька & Крилова, 2010).

Психологічну адаптованість першокурсника варто розглядати як стан взаємовідносин з групою, за якого особистість виконує свою навчально-професійну діяльність, задовольняє свої основні соціогенні потреби, відповідає рольовим очікуванням, які пред’являє до нього “ідеалізована” група та переживає стани самоствердження та вільного вираження своїх творчих здібностей. Тому початок адаптаційного процесу не має бути приурочений до початку навчального процесу у ВНЗ, а розпочинатись на етапі закінчення школи та вибору майбутньої професії.

Адаптаційний потенціал та адаптаційні можливості молодій людині визначаються складовими психофізіологічної адаптації. Кокун О. (2004, с. 50) вважає, що психофізіологічна адаптація – це “...процес, який зумовлений зміною в психофізіологічному стані людини під впливом дезадаптаційних факторів, що потребує одночасної та узгодженої взаємодії функціональних підсистем на всіх рівнях цілісної системи психофізіологічного стану з метою ефективного забезпечення діяльності в нових умовах...”

Адаптація студентів до навчально-професійної діяльності в умовах вузу залежить від організації процесу навчання, який планується таким чином, щоб умови навчання вимагали від здобувача вищої освіти комплексу самостійних дій.

Отже, адаптаційний потенціал особистості визначається через оцінювання результативності використовуваних поведінкових патернів та виразності таких особистісних характеристик, які необхідні для успішного проходження різних етапів адаптаційного процесу та сприяють побудові

продуктивної взаємодії з навколишнім середовищем. Існує залежність якості та темпів адаптаційного процесу студентів першого курсу не тільки від їх індивідуально-типологічних та фізіологічних особливостей, але і від здатності педагогічного колективу створити сприятливі умови в середовищі ВНЗ, вчасно надати необхідну допомогу і підтримку та скерувати потенціал молодої людини на опанування всіх тонкощів майбутньої професії.

#### **ЛІТЕРАТУРА**

- Дубовицкая, Т. Д. & Крилова, А. В. (2010) Методика дослідження адаптивності студентів у вузів. *“Психологічна наука і освіта”*.
- Ільєнко, М. М. & Сердюк, Л. З. (2012) Адаптація – процес чи результат процесу. *Актуальні проблеми навчання і виховання людей з особливими потребами. Збірник наукових праць*, 9, 235–243.
- Коун, О. М. (2004) Оптимізація адаптаційних можливостей людини: психофізіологічний аспект забезпечення діяльності: Монографія. Міленіум.

### **ВПЛИВ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ НОРВЕГІЇ**

**Гончаренко С. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Гедін М. С.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Рекреаційна діяльність є важливим аспектом життя людей в сучасному світі. Вона може надавати позитивні враження, забезпечувати відпочинок та стимулювати економіку. Однак водночас її вплив на навколишнє середовище може бути негативним і викликати серйозні проблеми, особливо в країнах з унікальними природними ресурсами, такими як Норвегія.

Зокрема, рекреаційна діяльність може мати негативний вплив на навколишнє середовище. Вона може спричиняти забруднення природного середовища, так як можуть використовуватися транспортні засоби, розпалюватися вогнища, залишатися сміття. Крім того, рекреаційна діяльність може призводити до знищення рослинності та тваринного світу, травмування тварин та знищення їхнього середовища існування. Рекреаційна діяльність може порушувати місцеві традиції та культуру, зокрема, туристи можуть відвідувати місця, які є святими для місцевого населення, і не враховувати місцеві традиції та звичаї.

Для зменшення негативного впливу рекреаційної діяльності на навколишнє середовище в Норвегії, необхідно здійснювати її розвиток з урахуванням екологічних аспектів та створювати механізми контролю за дотриманням правил поведінки в природі. Також необхідно вживати

заходів щодо збереження різноманітності тваринного та рослинного світу, зокрема, захисту рідкісних видів тварин та птахів. При цьому, рекреаційна діяльність може сприяти збереженню культурних та історичних пам'яток, стимулювати розвиток туризму та збільшувати прибуток від нього. Тому важливо забезпечувати розвиток рекреаційної діяльності з урахуванням не тільки економічних, а й екологічних аспектів (Fennell, 2003, p. 35).

Уряд Норвегії заборонив використання літаків для транспортування туристів до місць відпочинку в межах країни та розвиває мережу велосипедних та пішохідних маршрутів, що дозволяє зменшити кількість використовуваних автомобілів. Також у багатьох національних парках запроваджено систему спеціальних місць для таборів, які дозволяють туристам розміщуватись в окремих зонах, не завдаючи шкоди природі.

Одним з успішних прикладів сталого туризму в Норвегії є місто Берген, яке розвивається як екологічно чистий туристичний центр. Місто має розвинуту мережу громадського транспорту, а також велосипедні та пішохідні доріжки, що сприяє зменшенню використання автомобілів. У Бергені діють екологічні стандарти для готелів та ресторанів, а також проводяться регулярні заходи з очищення водойм від сміття. Отже, використання збалансованого та сталого підходу до розвитку туризму може стати ключем до збереження навколишнього середовища та забезпечення комфортного відпочинку для туристів.

У Норвегії враховуються екологічні аспекти при розвитку туристичної інфраструктури. Країна просуває зелені туристичні ініціативи, такі як стимулювання екотуризму, використання екологічно чистих технологій у готельному бізнесі, впровадження засобів енергозбереження та впровадження програми відповідального туризму.

У Норвегії туристи дуже часто відвідують природні пам'ятки, які є особливими перлинами країни. Це можуть бути парки, національні заповідники, гірські масиви та інші місця. Відвідування таких місць може спонукати туристів до більш відповідальної поведінки в природному середовищі, збереження природних ресурсів та уникнення шкоди довкіллю. Крім того, туризм може сприяти розвитку еко-туризму, який зазвичай базується на дотриманні принципів сталого розвитку та збереження навколишнього середовища. Цей вид туризму зазвичай має невеликий вплив на довкілля та може забезпечувати стійкий дохід для країни (Hall & Gössling, 2016, p. 27).

Загалом популяризація відпочинку на природі може мати позитивний вплив на збереження природних екосистем та навколишнього середовища. Важливо, щоб туристи були свідомі та відповідальні, а уряд та місцеві влади забезпечували стале використання природних ресурсів та збереження природи на довгі роки.

На жаль, рекреаційна діяльність може мати й негативний вплив на природне середовище. Особливо це стосується надмірного використання транспортних засобів, зокрема автомобілів, мотоциклів та квадроциклів, які забруднюють повітря та ґрунт. Під час екстремального туризму, такого

як скелелазіння, бейсджампінг, зимові види спорту та ін., може траплятися ерозія гірських схилів, що може викликати природні катастрофи.

Таким чином, рекреаційна діяльність має значний вплив на навколишнє середовище в Норвегії, який може бути як позитивним, так і негативним. З одного боку, вона стимулює розвиток туризму та економіки, сприяє збереженню культурних та історичних пам'яток та спонукає людей до більш відповідальної поведінки в природі. З іншого боку, вона може призводити до забруднення природного середовища, знищення рослинності та тваринного світу та порушення місцевих традицій та культури.

## ЛІТЕРАТУРА

Fennell, D. (2003). *Ecotourism: An introduction*. Routledge.

Hall, C. M., & Gössling, S. (2016). *Tourism and water: Interactions, impacts and challenges*. Channel View Publications.

## РОЗВИТОК СУБ'ЄКТНОСТІ ДИТИНИ В РАНЬОМУ ВІЦІ

**Желєзна Л. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Бондаренко О. Ф.**

*Доктор психологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Розвиток суб'єктності людини є передумовою становлення особистості як специфічної психосоціальної якості. У рамках суб'єктно-діяльнісного підходу в психології суб'єктність розглядається як *компонент* (К.О. Абульханова-Славська, Л. І. Анциферова, А. В. Брушлинський), *механізм* (В. О.Татенко), *здатність* (К. О. Абульханова-Славська, В. В. Давидов, О. М.), *конституюча характеристика особистості* (Л. І. Анциферова, А. В. Брушлинський, В. О. Петровський).

Дослідження внутрішнього світу дитини як суб'єкта життя, культури, освіти є у вітчизняній психологічній науці представлена цілою плеядою видатних вчених (Л. С. Виготський, С. Л. Рубінштейн, О. М. Леонтьєв, Л. І. Божович, Д. Б. Ельконін, А. В. Брушлинський, К. О. Абульханова-Славська, Ю. П. Зінченко та ін.).

Феномен суб'єктності включає, як мінімум, три аспекти (Акатов Л. І., 2009):

по-перше, суб'єктність проявляється через активність. Розвиток цього аспекту виявляється у вдосконаленні здібностей суб'єкта, підвищенні рівня цілеспрямованості, організованості та рефлексивності суб'єкта, його самостійності та креативності; по-друге, суб'єктність можна як суб'єктивність, упередженість. Розвиток цього аспекту розширює мотиваційну та ціннісну сферу людини; по-третє, суб'єктність сприймається як індивідуальність. Розвиток цього аспекту ґрунтується на перших двох і відбувається за рахунок формування адекватної самооцінки, ціннісних самовідносин, стійкої індивідуальної позиції у міжособистісних відносинах.

Проблема розвитку суб'єктності досліджується нерівномірно. Переважна увага дослідників зосереджена в періоді дошкільного віку (Тітов І. Г., 2016). Сьогодні все більш актуальною стає потреба у розумінні генези суб'єктності на ранніх етапах онтогенезу.

З опорою на концепцію Л. С. Виготського можна припустити, що розвиток дитини як суб'єкта поведінки в ранньому та дошкільному дитинстві здійснюється від неусвідомленої до усвідомленої поведінки і до появи нових суб'єктних якостей і нових способів поведінки. Перехід від неусвідомленої поведінки до усвідомленого здійснюється в результаті засвоєння дитиною культурно-історичних способів через організовану взаємодію та співпрацю.

На сьогодні однією з провідних концепцій, орієнтованих на розвиток суб'єктності дитини раннього віку є концепція ясельної педагогіки угорського педіатра і педагога Еммі Піклер. Авторка дотримувалася думки, що особистість дитини може розвиватися найкраще, коли їй дозволяється розвиватися якомога самостійніше. Основою та джерелом розвитку суб'єктності є власна активність дитини. Відповідно, адекватними для розвитку цієї якості будуть такі ситуації і таке середовище, в якому дитина має можливість проявляти та повноцінно реалізовувати свої ініціативи. Крім того, дитина отримує більшу частину соціального досвіду, коли її годують, купають, сповивають, одягають і роздягають. Так, концепція Е. Піклер базується на чотирьох принципах: повага до ініціативи дитини та підтримка її самостійності; підтримка стабільних особистих стосунків між дитиною та дорослим; забезпечення дитині почуття прийняття і визнання; сприяння позитивному фізичному самопочуттю та здоров'ю дитини. Кожна взаємодія з дитиною характеризується інтенсивним спілкуванням (словесне, мова тіла) та увагою. Відповідно до підходу Е. Піклер, відповідальність дорослих полягає в тому, щоб дати дитині відчуття захищеності та спроектувати оточення таким чином, щоб малюк міг бути самостійно активним залежно від його індивідуального рівня розвитку.

З урахуванням специфіки раннього віку, а саме тісної залежності дитини від ставлення до неї дорослих, окремим питанням є дослідження психосоціальних чинників, що зумовлюють сприйняття дорослими суб'єктності дитини.

## ЛІТЕРАТУРА

- Акатов, Л. І. (2009). Суб'єктивний підхід в психології. Інститут психології РАН.
- Тітов, І. Г. (2016) Психологічні особливості суб'єктності дитини дошкільного віку. *Психологія і особистість*, 2(10), Ч. 1, 43–52.
- Тітов, І., Кравченко, О. & Москаленко Л. (2015). Особистісне становлення дитини: суб'єктивний вимір. монографія. ВЦ "Академія". 152 с.
- Растрюгіна, А. М. & Іваненко, Н. В. (2021). Педагогіка свободи в парадигмальному просторі сучасної освіти і виховання: Монографія. ФОП Середняк Т. К.

- Brazelton, B. & Sparrow J. (2010). *Nurturing Children and Families – Building on the Legacy of T. Berry Brazelton*. Wiley-Blackwell.
- O'loughlin, M. (2001). The Development of Subjectivity in Young Children: theoretical and pedagogical considerations. *Contemporary Issues in Early Childhood*, 2(1), 49–65.

## **ПСИХОЛОГІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЕМОЦІЙНИХ СТАНІВ У ДОРΟΣЛИХ ПІД ЧАС ВОЄННИХ ДІЙ**

**Зубкова О. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Кириленко В. Г.**

*Кандидат психологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

У ХХІ столітті Україна знову стикнулася з війною на своїй території. Масштабні важкі ситуації, неважливо місцевого, регіонального чи загальнодержавного рівня – це надзвичайні чи екстремальні ситуації, які виходять за межі звичайного, нормального людського досвіду. Ці поняття зазвичай вживаються як синонімічні, проте в деяких джерелах (Злишков, Лукомська & Федан, 2016; Туриніна, 2017) зазначається, що надзвичайні та екстремальні ситуації відрізняються між собою залежно від того, що є джерелом травмування.

Етичною складовою психологічної допомоги в екстремальних ситуаціях є сукупність умов і обставин, що виходять за рамки звичайних, які ускладнюють або роблять неможливою життєдіяльність індивідів або соціальних груп в цілому. Екстремальні ситуації зазвичай вимагають для захисту життя і здоров'я людини напруження всіх його фізичних і душевних сил.

У важких, екстремальних, ситуаціях при спробі опанування стресовим станом людина переживає певний вид фізичного та психологічного перевантаження, оскільки на неї діють різні групи чинників: соціальні, фізичні і психологічні небезпеки, несподіваності, невизначеності, новизни такої ситуації для людини; фактори високої інтелектуальної і/або психофізичної складності; необхідність поєднання кількох видів діяльності й виконання декількох завдань одночасно; негативний груповий вплив; несприятливі природно-кліматичні і часові умови; чинники смислових розбіжностей або девальвації колишніх базових смислів і цінностей, що призводить до суттєвих енергетичних навантажень, так зазначає Л. Царенко (2019).

Аналіз низки робіт психологів і фізіологів, дозволяє нам узагальнити отриману інформацію і вказати, що емоційне напруження і стреси можуть призвести або до адаптації до нової ситуації, або до зриву і погіршення виконання життєвих функцій. Хоча деякі ситуації можуть бути стресовими

для всіх людей, вони виявляються кризами для тих, хто особливо вразливий до них в силу своїх особистісних особливостей.

Наслідки дії тривалої, багатоаспектної травматизації, яку спричиняє війна, проявляються на цінносно-сенсовому, індивідуально-психологічному, соціально-психологічному рівнях функціонування особистості, у деяких випадках набуваючи хронічного перебігу на багато років, з можливим переходом в стійку зміну особистості.

Як вказує Зливков (2019), психологічна допомога і психологічна підтримка, орієнтовані на механізми психологічного захисту особистості, є важливими складовими мінімального реагування – безпосередньо в екстремальній ситуації, та в рамках подальшого комплексного реагування – на етапі стабілізації та раннього відновлення людини. Психологічна допомога має бути швидкою, розрахованою на стрімкі дії із залученням усіх можливих ресурсів задля максимального запобігання відстроченої або тривалої відповіді на стресову подію екстремального або катастрофічного характеру.

Як вказує О. Бондаренко (2018), згідно концепції етичного персоналізму, оволодіння змістом і способами роботи в модальності “етичний персоналізм” забезпечує повноцінне орієнтування в теорії та практиці психологічного консультування, що базується на соціокультурній феноменології, що сходиться до ціннісно-сислової аксіології східного (візантійського) християнства, формуючи компетентне використання понять, психодіагностичного інструментарію, меж та можливостей власне психологічного консультування.

Війна для кожної особистості та суспільства в цілому – надзвичайний дестабілізатор емоційного стану та психологічний подразник. Психологічне консультування та реабілітація людини, яка знаходиться в нестабільному емоційному стані під час воєнних дій, не є поверненням особистості до колишнього життя, яке було в неї до отриманої психологічної травми. Скоріше завдання такої роботи можна визначити як – фокусування уваги на збереженні резильєнтності людини задля повернення їй відчуття стабільності, впевненості та контролю над власним життям в сімейній, особистій, професійній та інших сферах. Нажаль, ми зараз отримуємо інструментарій для роботи з травмами, новими за своєю інтенсивністю, глибиною й масштабністю. Вірогідно, що всі ці травми стануть тими доповненнями та змінами, які торкнуться і етичної сторони роботи психолога.

## ЛІТЕРАТУРА

- Царенко, Л. (2018). *Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи*.
- Зливков, В. Л., Лукомська, С. О. & Федан, О. В. (2016). *Психодіагностика особистості кризових життєвих ситуацій*. Педагогічна думка.
- Туриніна, О. Л. (2017). *Психологія травмуючих ситуацій*. ДП “Вид. дім “Персонал”.
- Бондаренко, О. Ф. (2018). Етичний персоналізм. Методичний посібник з психологічного консультування, відповідного руській культурі.



## **ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ НА СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ**

**Казимиrowa В. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Кучай О. В.**

*Кандидат економічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Діджиталізація – це процес використання цифрових технологій для перетворення аналогових або ручних процесів у цифрові. Вона передбачає використання технології для отримання, зберігання, обробки та передачі даних та інформації в цифровому форматі. Діджиталізація може включати використання широкого спектру технологій, таких як комп'ютери, Інтернет, мобільні пристрої та програмне забезпечення. Це дозволяє автоматизувати процеси, аналізувати дані та створювати нові цифрові продукти та послуги.

Діджиталізація змінила багато аспектів сучасного суспільства, зокрема комунікації, торгівлю, розваги, освіту, охорону здоров'я та туризм. Це дозволило людям легше та ефективніше отримувати доступ до інформації та послуг, а також створило нові можливості для інновацій та розвитку.

Діджиталізація не залишила недоторканим жоден сегмент туристичної екосистеми. За останні два десятиліття сектор туризму досяг значних успіхів в удосконаленні своїх процесів завдяки діджиталізації. Цифрова трансформація в індустрії туризму означає адаптацію сучасних рішень до повсякденних завдань з організації подорожей – від вибору пункту призначення та планування маршруту до бронювання авіаквитків та інших видів транспорту, а також готелів чи створення пропозицій, які максимально адаптовані до потреб клієнтів та здійснення віртуальних турів, перш ніж вибрати пункт призначення.

Безсумнівно, інноваційні та комунікаційні технології стали одними з основних факторів, що забезпечують цифровий розвиток індустрії туризму. Діджиталізація має значний вплив на сучасний туризм різними способами у багатьох сферах, наприклад такими як:

1. Розширений доступ до інформації: Інтернет та цифрові технології полегшили туристам пошук місць призначення, розміщення та заходів. Це створило більш проінформованого споживача, який може приймати кращі рішення щодо планування своїх подорожей.

2. Удосконалені системи бронювання та оплати. Діджиталізація призвела до розробки онлайн-систем бронювання та оплати, які спрощують для туристів бронювання квитків, готелів та інших послуг, пов'язаних з подорожами. Це зробило процес бронювання більш ефективним і зручним як для туристів, так і для постачальників туристичних послуг.

3. Поліпшення комунікації та обслуговування клієнтів: цифрові технології дозволили підприємствам туристичної галузі ефективніше спілкуватися зі своїми клієнтами. Це призвело до покращення якості обслуговування клієнтів і більш персоналізованого досвіду для туристів.

4. Мобільні пристрої, які стали основними інструментами для туристів, дозволяючи їм швидко отримувати доступ до актуальної інформації, робити бронювання та ділитися своїм досвідом у дорозі.

5. Посилення конкуренції: діджиталізація також посилила конкуренцію в туристичній індустрії, оскільки менші підприємства та незалежні оператори отримали змогу конкурувати з великими гравцями на більш рівних умовах.

6. Зміни в маркетингу та рекламі: цифрові технології змінили те, як туристичні підприємства продають і рекламують свої послуги. Платформи соціальних мереж і діджиталізована реклама стали ключовими інструментами для просування туристичного продукту.

7. Віртуальна та доповнена реальність: діджиталізація також уможливила розвиток технологій віртуальної та доповненої реальності, які можуть покращити досвід подорожей. Наприклад, туристи можуть використовувати віртуальну реальність, щоб попередньо переглянути пункт призначення перед відвідуванням, або використовувати доповнену реальність, щоб отримати доступ до актуальної інформації про пункт призначення у якому вони знаходяться.

Загалом, діджиталізація вплинула на сучасний туризм в основному позитивно, оскільки вона зробила подорожі доступнішими, ефективнішими та більш персоналізованими для споживачів. Звичайно, закономірним є те, що також виникли проблеми та занепокоєння щодо таких питань, як конфіденційність даних і вплив технологій на навколишнє середовище та місцеві громади. Проте, незважаючи на це, подальша діджиталізація туристичного сектору приносить більше переваг і покращує можливості для подорожей до кожного куточка світу, навіть найвіддаленішого.

## ЛІТЕРАТУРА

- Abouzeid, N. (2022, February 18–20). The Impact of Digitalization on Tourism Sustainability: Comparative Study between Selected Developed and Developing Countries. In *2<sup>nd</sup> International Conference on Advanced Research in Management, Economics and Accounting* (pp. 30–50).  
<https://www.dpublication.com/wp-content/uploads/2022/02/14-18033.pdf>.
- Díez, D. (2017, August 24). The tourism sector impact of digitalization. *Good Rebels*.  
<https://www.goodrebels.com/rebelthinking/tourism-sector-impact-digitalization/>.
- Usama, A., Solarin, S. A., Andargoli, A. E., & Gholipour, H. F. (2020, November 30). Digital adoption and its impact on tourism arrivals and receipts. *Anatolia*.  
<https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1856692>.
- Zeqiri, A., Dahmani, M., & Youssef, A. B. (2020, January 12). Digitalization of the tourism industry: What are the impacts of the new wave of technologies. *Balkan Economic Review*.  
<https://hal.science/hal-03523747>.

## СТАН ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ГРЕЦІЇ: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

**Карасевич В. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Лебедева І. М.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Греція – один з найбільш популярних туристичних напрямків у світі завдяки своїй багатій історії, культурній спадщині, красивим пляжам та гарному клімату. Туризм є важливою галуззю економіки Греції, забезпечуючи значну кількість робочих місць та прибуток для країни.

Загалом туристична інфраструктура в Греції є добре розвинутою і різноманітною, що відповідає потребам різних категорій туристів. Є багато готелів та курортів, ресторанів, кафе, магазинів та інших закладів, які пропонують послуги туристам. Також існує добре розвинена система транспорту, зокрема авіаперевезень та місцевих автобусів.

Однак на сьогоднішній день туризм у Греції зіткнувся з декількома викликами. Зокрема, пандемія COVID-19 суттєво вплинула на туристичну індустрію, знижуючи кількість туристів та доходів. Крім того, є питання щодо екологічної стійкості туризму в Греції, зокрема відходів та забруднення природних ресурсів у результаті туристичної діяльності.

Іншим викликом є конкуренція з іншими країнами та регіонами, які пропонують схожі туристичні послуги, зокрема з Туреччиною, Іспанією, Італією та іншими країнами Середземномор'я. Важливою проблемою туристичної галузі Греції залишається необхідність модернізації та підтримки існуючої інфраструктури, такої як дороги, аеропорти та системи громадського транспорту.

Туристична індустрія країни значною мірою залежить від транспорту, і туристи очікують надійних та ефективних засобів пересування. До складу Греції входить велика кількість островів, тому доречно зупинитися спочатку на характеристиці морського транспорту. Зв'язок між островами налагоджений чудово. З материкової частини Греції легко можна дістатися до будь-якого острова на поромі. На більшості островах знаходяться морські порти, із яких 12 мають статус міжнародних. Загалом Греція має приблизно 110 портів і пристаней, 8 великих вертольотів для обслуговування материка та багатьох його островів. Удосконалення цих систем також може допомогти зменшити затори на дорогах і забруднення повітря, що може завадити відвідувачам.

Також у Греції є 40 аеропортів, 25 з яких є міжнародними. Розміщені вони по всій території країни. Багато з цих аеропортів, особливо на островах, обслуговують переважно туристів, а також чартерні рейси. На даний час можна сказати, що повітряне сполучення в Греції розвивається й удосконалюється, що дозволить туристам подорожувати без перешкод.

Говорячи про дорожнє сполучення, слід зазначити, що протягом останнього десятиліття, дорожня мережа значно вдосконалювалася. Одним

з найбільших в Європі проєктів у сфері інфраструктури є будівництво магістральної дороги Егнатія. Це дорожній коридор, у напрямку зі сходу на захід, що з'єднує порт Ігумениця на Іонічному морі з містом Александруполіс поблизу турецького кордону. У зоні великих Афін побудована Аттична кільцева дорога, яка істотно змінила транспортний рух у столиці і має важливе значення, оскільки з'єднує аеропорт з важливими пунктами постачання, торговими портами і залізничними станціями. Водночас, попри те, що головні дорожні артерії відповідають суворим стандартам, багато доріг другорядного значення все ще потребують удосконалення.

Беручи до уваги туристичне розміщення, варто зазначити, що в Греції є готелі різного класу, а також різні гостьові будиночки, щоб забезпечити потреби будь-якого туриста. Сервіс у готелях Греції на найвищому рівні і повністю виправдовує очікування гостей. На території Греції розмістили свої курортні готелі такі відомі готельні мережі, як Wyndham, Marriott, Radisson, Hyatt, Ramada та багато інших. Хоча ціни на проживання в цих готелях високі вони повністю виправдані, оскільки ці висококласні готелі надають послуги проживання, харчування та багато додаткових послуг на найвищому рівні.

Водночас, хоча Греція має потужну індустрію туризму, модернізація її туристичної інфраструктури є постійним викликом. Вирішення цих проблем вимагатиме інвестицій в інфраструктуру, сприяння сталим практикам туризму та адаптації до мінливих уподобань та очікувань мандрівників.

## ЛІТЕРАТУРА

Готелі в Греції. Взято з [www.booking.com/country/gr.ru](http://www.booking.com/country/gr.ru).

Парфіненко, А. Ю. (Ред.). (2015). Туристична політика зарубіжних країн. ХНУ ім. В. Н. Каразіна.

Αργυριάδης, Α. (2022, Σεπτέμβριος 23). Ο τουρισμός της “άλλης Ελλάδας”. *Huffpost*. [https://www.huffingtonpost.gr/entry/o-toerismos-tes-alles-elladas\\_gr\\_632c51a3e4b0572027b0040f](https://www.huffingtonpost.gr/entry/o-toerismos-tes-alles-elladas_gr_632c51a3e4b0572027b0040f).

## ОРГАНІЗАЦІЯ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

**Клюєв Д. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Васильчук В. М.**

*Доктор історичних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

У розвитку туристичного руху в Україні помітну роль відіграє спортивний туризм. Спортивний туризм є офіційно визнаним видом спорту в Україні, його включено до Єдиної спортивної класифікації України з видів спорту, що не входять до програми Олімпійських ігор (Колотуха, 2013, с. 3–13).

Можно розкрити процес організації спортивного туризму в Україні в мирний час та окремо виділити проблеми під час воєнного стану –

організація спортивного туризму на території України та виїздів за її межі, а саме проблеми, з якими зіштовхуються військовозобов'язані тренери та спортсмени.

Треба розділяти види спортивного туризму: змагання (районного, місцевого/обласного, національного та міжнародного рівнів), які в свою чергу поділяються на офіційні (затверджені Міністерством молоді та спорту України / Міністерством освіти і науки України / місцевим департаментом спорту та внесені в Єдиному календарному плані фізкультурно-оздоровчих та спортивних заходів України) та неофіційні (не затверджені державними установами, проводяться з метою збільшення досвіду спортсменів, не внесені в календарний план, не приносять балів рейтингу); навчально-тренувальні збори – так само поділяються на офіційні (затверджені Міністерством молоді та спорту України / Міністерством освіти і науки України / місцевим департаментом спорту та внесені в офіційний календар) і неофіційні (не затверджені державними установами, проводяться з метою збільшення досвіду спортсменів, не внесені в календарний план, не приносять балів рейтинг, прирівнюються до звичайного тренувального процесу).

Також учасників спортивного туризму можна розділити на три категорії:

- тренери, спортсмени та суддівська бригада;
- супроводжуючий персонал, а саме водії, лікарі, масажисти, психологи;
- вболівальники.

На сьогоднішній день весь спортивний туризм в Україні дуже обмежений через військовий стан, але процедура організації не змінилась. Для проведення будь якого спортивного заходу на території України, як і раніше, готується регламент проведення змагань, який подається до Міністерства молоді та спорту України / Міністерства освіти і науки України / місцевого департаменту спорту. Після чого державна установа, що затвердила регламент, підписує цей документ, чим дозволяє проведення. Під час спортивного заходу на території, де проводяться змагання, знаходиться спостерігач, який контролює дотримання всіх норм.

У деяких областях України (Харківська, Донецька, Луганська, Запорізька, Херсонська) наразі заборонено проводити будь-які спортивні заходи, окрім тренувань. У таких умовах національні федерації знаходять різні рішення. Так, Чемпіонат Донецької області з кикбоксингу ВАКО проходить у березні 2023 року в Київській області, Чемпіонат Харківської області проходив у лютому 2023 року в Полтавській області.

Ситуація з міжнародними заходами, які відносяться до спортивного туризму, також зазнала певних змін. Під час воєнного стану дозволений пропуск за кордон спортсменів, які включені до складу національних збірних команд України з олімпійських, неолімпійських видів спорту та видів спорту осіб з інвалідністю; тренерів із складу національних збірних команд, спортивних суддів та інших фахівців, що забезпечують, зокрема, організаційне, науково-методичне, медичне супроводження, антидопінговий контроль тощо підготовки спортсменів, які включені до складу національних збірних команд України, за наявності підтверджувальних документів щодо

участі в офіційних міжнародних спортивних змаганнях та навчально-тренувальних зборах, що проводяться за кордоном.

На сьогоднішній день усі без винятку минулі структури управління спортивним туризмом в основному перестали існувати. Бюджет, фінансові витрати профспілок, а також спортивних установ істотно зменшені, а в деяких випадках і зовсім не враховують підтримку оздоровчого спортивного туризму.

Розвиток спортивно-оздоровчого туризму в Україні потребує підтримки, узгодженого розвитку в межах усієї індустрії туризму країни. Спортивно-оздоровчий туризм є одним з пріоритетних напрямків розвитку внутрішнього та іноземного туризму в Україні, одним з найбільш сталих видів туристичних ринків (Семченко, 2014, с. 258). Є всі підстави сподіватись, що після закінчення війни ситуація зміниться на краще.

## ЛІТЕРАТУРА

- Колотуха, О. В. (2013). Спортивний туризм: співвідношення понять *Географія та туризм*, 26, 3–13.  
Семченко, О. А. (2014). Іміджева політика України. Академія.

## ЕТНОГРАФІЧНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ

**Ковальчук Д. М.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Васильчук В. М.**

*Доктор історичних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Етнографічний туризм – це чудовий спосіб дізнатися більше про своє коріння або вивчити історію свого народу і світу. Туристські ресурси для етнічного туризму багаті і своєрідні. Це пам'ятки архітектури, музейні експозиції, архівні матеріали, мальовничі природні місця тощо. У сукупності все це створює сприятливі умови для відпочинку та ознайомлення з історією та культурою народу.

Етнографічний туризм пробуджує любов до власної культури, рідної мови, мистецтва, своєї землі. Власне таке первісне розуміння етнічного туризму і є панівним у світовій науці. Водночас, в окремих країнах, у тому числі і в Україні, поняття етнічного туризму часто ототожнюють із ностальгічним туризмом. Таку ситуацію, зокрема, пояснюють тим, що туристи, які зацікавлені звичаями та культурою певного етносу, в першу чергу, хочуть дізнатися про ті народності, з якими в них є хоча б які-небудь генетичні зв'язки. Також вони здійснюють поїздки в регіони історичного проживання з метою відвідування місць, де проживали їхні родичі, або вони самі, які в далекій молодості були виселені з цих околиць з-за політичних, військових чи релігійних мотивів та ін.

Ресурсна база етнографічного туризму загалом є доволі широкою й охоплює різнобічні як матеріальні пам'ятки традиційної культури етнографічних груп (житло, сакральні споруди, одяг, предмети побуту, кухня, художні промисли й інші елементи традиційного господарства), так і духовні (особливості діалекту, звичаї, традиції, визначні історичні місця, фольклор (пісні, легенди, танці та ін.). Як зазначено в Законі України “Про туризм”, “туристичні ресурси – це сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють різноманітні потреби туриста” (Про туризм, 1995).

В Україні є етнографічні музеї, які і вивчають і експонують етнографічні колекції та знайомлять сучасників із процесами етногенезу, побутом і культурою різних етнічних спільнот та історичних періодів. Музеї – це культурно-освітні та науково-дослідні заклади, призначені для вивчення, збереження та використання пам'яток природи, матеріальної і духовної культури, прилучення громадян до надбань національної і світової історико-культурної спадщини Про музеї та музейну справу, 1995).

Сьогодні є унікальними “живі музеї” – скансени. Це музеї з анімаційною програмою відтворення етнічної культури. Тут вражають не тільки спеціальні споруди, речі старовини, а й працівники-аніматори з професійними вміннями відтворювати середовище минулих епох. Скансени цікаві тим, що вони реконструюють стару техніку і використовують її для діяльності музею, так, наприклад, транспортні засоби минулих епох. Ці музеї відрізняються від звичайних наявністю анімаційного елемента.

Ще одним з видів етнографічних ресурсів є також, етнофестиваль. Щодо самого поняття “етнофестиваль”, то воно складається з двох частин: “етно”, що вказує на зв'язок з етнографією (наукою, яка займається вивченням народів, етносів), та “фестиваль”, тобто масове свято, на якому показують досягнення певного виду мистецтва.

Часто етнофестивалі – це яскраві масові дійства, пов'язані з народними святами. Прикладами етнофестивалів такого типу є етнографічний фестиваль “Маланка-фест”, що проходить у Чернівецькій області та популяризує етнокультурну спадщину регіону, Різдвяний фестиваль “Велика Коляда” у Львові.

Проводять в Україні також фестивалі, пов'язані з народними ремеслами та промислами. Прикладом таких фестивалів є Національний етнографічний фестиваль з гончарства “Здвиг” в Опішні (Полтавська область).

Пов'язані з етнографічним туризмом й гастрономічні фестивалі, метою яких є знайомство туристів з особливостями національної кухні. Це такі фестивалі, як: “Гуцульська бринза” у м. Рахів Закарпатської області, фестиваль “Борщик у глиняному горщику” в Опішні тощо.

Міжнародне значення мають Національний етнографічний фестиваль “Сорочинський ярмарок”, Міжнародний фестиваль фольклору “Етновир” та ін.

Отже, етнографічний туризм або етнотуризм визначається як вид культурно-пізнавального туризму, метою якого є ознайомлення з



етнографічним потенціалом певної території, елементами матеріальної та духовної культури держави або етносу. Для України етнографічний туризм може розглядатися як один з можливих стратегічних напрямів збереження і розвитку економіки традиційного господарства та важливий чинник розвитку туристичної галузі держави.

## ЛІТЕРАТУРА

- Про музеї та музейну справу: Закон України. № 249/95-ВР. (1995).  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
- Про туризм: Закон України. № 324/95-ВР. (1995).  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
- Рожнова, В., & Терес, Н. (2013). Проблеми та перспективи розвитку етнотуризму: зарубіжний та український досвід. *Етнічна історія народів Європи*, 39, 35–44.

## ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЧУТТЯ САМОТНОСТІ В ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ

**Корнієнко А. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Кириленко В. Г.**

*Кандидат психологічних наук, доцент,*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Дослідження феномену самотності, яке не втрачає своєї теоретичної та практичної значущості впродовж віків, є складним та суперечливим завданням. З одного боку, самотність являє собою глобальне, сутнісне, соціально обумовлене явище з недостатньо чіткими критеріальними ознаками, а з іншого боку, є фактом складного психічного переживання, що зачіпає глибини людської свідомості (рефлексія, інтимність, суб'єктивність та ін.).

Нині вивчення проблеми самотності викликає величезний інтерес. Якщо заглянути у різні словники з психології можна побачити, що поняття самотності окреслюють як психологічний чинник, який впливає на емоційний складник особистості людини, що в ізоляції від суспільства. Під впливом різних факторів, наприклад, географічних, соціальних, або ж у процесі проведення експерименту, коли людина знаходиться на самоті, вона втрачає зв'язок з суспільством, людьми. Все це призводить до того, що людина реагує на все гостро й емоційно. Найчастіше реакцією на самотність може бути шоківий стан, його відмінними характеристиками можна виділити стан депресії та прояв тривожності, що супроводжується травмувальними для організму реакціями. Чим довше людина перебуває в ізоляції від суспільства та людей, тобто на самоті, тим більше у неї виявляється потреба у комунікації.

Ідеї філософів, які вивчали цю проблему у 20 столітті, послужили основою для подальших соціальних і психологічних визначень феномену самотності. Найбільш розповсюдженішими науковими підходами до вивчення психології самотності прийнято вважати психодинамічний підхід: роботи Е. Фромма, К. Хорні, Х. Саллівана та інших, в яких самотність розглядалась як певна психопаталогія, яка є результатом неадекватного задоволення потреби в соціальних контактах. Але існує і протилежна думка, за якою самотність розглядається як нормальна реакція на недостатньо сформовані соціально-комунікативні взаємодії, таку думку можна зустріти в роботах екзистенціалістів-психологів В. Франкла, Ж. П. Сартра, А. Камю та інших. Але більшість дослідників сходиться на думці, що існує два типи самотності – емоційна ізоляція та соціальна ізоляція. І саме соціальна ізоляція є результатом відсутності значимих дружніх стосунків, і може переживатись в певній соціальній маргінальності.

Спочатку вітчизняна наука вивчала проблему самотності виключно в рамках проблеми комунікації, міжособистісного спілкування. Згодом виявилось, що феномен самотності обумовлений не так ситуацією спілкування, як якість особистості. Людина може почуватися самотньою незалежно від фізичної присутності поруч інших індивідів, більше, почуття самотності можна переживати у процесі комунікації.

На сьогодні у психології існує дві основні позиції щодо проблеми самотності. Перша позиція бере початок з визначення самотності як неприродного для людського стану, оскільки за природою людина – істота суспільна. Таке визначення самотності у вітчизняній психологічній науці було прийнято ще за радянських часів. Відповідно до цієї концепції, самотність є результатом внутрішніх суперечностей особистості, її розчарування у житті, кризової ситуації. Тут її не сприймають як об'єктивна ізолюваність, це внутрішнє переживання неповноцінності своїх відносин з реальністю, з соціумом, спустошеність, втрата надій та орієнтирів. Проте, підкреслюють відмінність самотності від усамітнення. Усамітнення – це не припинення спілкування, а, навпаки, концентрація особистості на духовних формах спілкування, що збагачують внутрішній світ особистості. Самота виступає як умова очищення та поглиблення комунікативних процесів.

В своєму дослідженні ми відштовхувались від поняття “самотність”, яке можна знайти в роботі Кириленко & Хасанова (2015), яке визначається як певний психічний стан молодшої людини, яке відображає переживання своєї відчуженості, суб'єктивної неможливості чи небажання відчувати відповідний відгук, прийняття чи визнання себе іншими людьми.

В ході написання кваліфікаційної роботи використовувались такі методи дослідження: теоретичні – аналіз, синтез, узагальнення, моделювання, цілепокладання; емпіричні – констатуючий експеримент, який формує експеримент, тестування, методики: методика Тестова методика “Диференційний опитувальник переживання самотності” Є. Н. Осіна та Д. О. Леонтьєва для визначення фактичного рівня переживання та ставлення до самотності. “Опитувальник термінальних цінностей” І. Г. Сеніна для

дослідження особливостей ціннісної сфери. Методика “Розширений тест життєвих орієнтацій ELOT” (Е. С. Chang, адаптація М. С. Замишляєвої) для визначення рівня оптимізму та песимізму. “Шкала егоїзму” К. Муздибасва для оцінки рівня вираженості диспозиційного егоїзму.

## ЛІТЕРАТУРА

- Кириленко, В. Г. & Хасанова, Т.Р. (2015). Проблема переживання відчуття самотності у підлітковому віці. *Освіта регіону*, 1. 82–90
- Колісник, Л. О. (2014). Особливості переживання самотності у старшому юнацькому віці. *Вісник Одеського національного університету. Психологія*. 19, 102–110.
- Корнієнко, І. О. (2010). Стратегії копінг-поведінки особистості студента в ситуації неуспіху. [Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд.. психол. наук].
- Лашук, В. Г. (2009) Дослідження особливостей переживання самотності в молодому віці за допомогою методу фокус-груп. *Актуальні проблеми психології: зб. наук. праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України. Вид-во ЖДУ ім. І. Франка*, 7, 237–241.

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

**Коснюк А. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Лебедєва І. М.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Один з основних принципів зеленого туризму – це збереження природи та дотримання принципів сталого розвитку. Зелений туризм може бути різним, включаючи екологічний туризм, екоагротуризм, сільський зелений туризм та інші форми. Україна належить до тих країн, які мають значні перспективи розвитку зеленого туризму. Тому в останні десятиліття вітчизняні науковці активно займаються цією тематикою, пропонують варіанти класифікації цього явища, аналізують окремі аспекти зеленого туризму та ін. Водночас слід зазначити, що досі не існує єдиного погляду на зелений туризм, немає єдиного його визначення, визнаного всією науковою спільнотою.

Так, О. М. Сердюкова зазначає, що сільський зелений туризм включає в себе відпочинок у сільській місцевості та знайомство з традиціями і культурою місцевих жителів. Крім того, вона наголошує, що поняття “зелений туризм” досі не має чіткого тлумачення у вітчизняній науці (2014, с. 88–89). Н. В. Дідик і О. В. Варшава звертають увагу на те, що зелений туризм може сприяти розвитку регіонів, які мають проблеми зі збереженням природи та забезпеченням сталого розвитку. Автори статті роблять висновок, що зелений туризм може допомогти розвитку інфраструктури та залученню інвестицій у регіони (2009, с. 766). В. І. Вишневський у праці

“Екологічний туризм” стверджує, що цей вид туризму допомагає зберегти природу, привернути увагу до проблем забруднення довкілля та збереження біорізноманіття. Він також відзначає, що екологічний туризм може бути прибутковим та сприяти розвитку регіонів (2015, с. 4–5). Л. Тедорович (2013) аналізує національні природні парки України як важливий фактор розвитку екологічного туризму у нашій державі. Вона вважає, що збереження природи є головним пріоритетом в екологічному туризмі, тому потрібно залучати туристів до збереження довкілля та біорізноманіття. Вона також наголошує на важливості розвитку інфраструктури та підтримки місцевих громад для створення сталих екологічних туристичних пропозицій.

На думку вітчизняних науковців, для подальшого становлення та розвитку сільського зеленого туризму в Україні потрібно:

- сформувати відповідну законодавчу нормативно-правову базу, яка б регулювала діяльність у даній сфері;

- здійснити категоризацію баз відпочинку;

- сформувати заходи, які б заохочували подорожуючих проводити більше часу на природі (Бойко, 2020).

У світі існує дві моделі розвитку сільського зеленого туризму – австралійська, де формування туристичної діяльності відбувається в умовах дикої природи, та західноєвропейська – організація подорожей в межах природних територій, де забезпечена надійна охорона. Учені вважають, що пріоритетною моделлю становлення сільського зеленого туризму на внутрішньому ринку туристичних послуг України являється друга.

Основними перспективами розвитку цього різновиду туризму в Україні можуть бути:

- 1) Зростання туристичного потенціалу країни.

- 2) Узгоджена взаємодія державних та приватних структур.

- 3) Збільшення доступності туристичних послуг для всього населення, незалежно від віку, статті, доходу та ін.

- 4) Підвищення екологічної свідомості населення шляхом проведення еколого-просвітницької діяльності.

- 5) Сприяння формування відповідної сфери послуг у регіонах.

- 6) Створення нових туристичних еко-маршрутів.

- 7) Виробництво та поширення місцевої колоритної продукції.

- 8) Поновлення етнічних традицій та звичаїв населення країни.

- 9) Забезпечення розвитку малого та середнього бізнесу в сільській та приміській місцевостях.

- 10) Створення робочих місць для місцевого та сільського населення регіонів завдяки розвитку сільського зеленого туризму.

- 11) Асекурація раціонального застосування природно-рекреаційної та культурно-історичної ресурсної бази (Бойко, 2020).

Одним з головних перешкод для розвитку зеленого туризму в Україні до війни були відсутність розвинутої інфраструктури та недостатнє фінансування. Проте, якщо вирішити ці завдання, зелений туризм може стати важливим фактором розвитку економіки України після перемоги над

Російською Федерацією. Його розвиток дає низку переваг, що насамперед орієнтовані на активізацію економічної діяльності в сільській місцевості, відновлення автентичності окремих поселень (культури, традицій, звичаїв), позитивно впливає на економічну ситуацію у регіонах, надає можливості для популяризації України за кордоном і при тому не потребує значних інвестицій.

### ЛІТЕРАТУРА

- Бойко, В. О. (2020). Сільський зелений туризм в Україні: проблеми та перспективи. *Агросвіт*, 22, 58–65.  
[https://tourlib.net/statti\\_ukr/bojko17.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/bojko17.htm).
- Вишневський, В. І. (2015). *Екологічний туризм*. Інтерпрес ЛТД.
- Дідик, Н. В., & Варшава, О. В. (2017). Розвиток зеленого туризму – пріоритетне завдання для України. *Економіка і суспільство*, 9, 763–767.
- Сердюкова, О. М. (2014). Сутність сільського зеленого туризму. *Економіка та держава*, 3, 87–90.
- Теодорович, Л. (2013). Екологічний туризм у НПП України: теоретичні та практичні аспекти. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*, 41, 318–330.  
[https://tourlib.net/statti\\_ukr/bojko17.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/bojko17.htm).

## КУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ САУДІВСЬКОЇ АРАВІЇ

**Котовська Я. Ю.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Лебедева І. М.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Станом на 2023 рік індустрія гостинності є самостійним напрямом соціально-економічної діяльності, яка охоплює послуги розміщення, харчування, транспортні підприємства, підприємства з організації заходів, подорожей та інших галузей, що входять до сфери туризму. Головним завданням індустрії є надання якісних послуг та розвиток культури сервісу.

Однією із особливостей сфери гостинності є її мультикультурність, тому важливим постає розуміння та усвідомлення культур різних країн та національностей. Загалом це покращує стосунки між персоналом і клієнтами та допомагає подолати дискримінацію.

За останнє десятиріччя сфера гостинності Саудівської Аравії значно змінилася. Поштовхом до її розвитку стало спрощення отримання туристичної візи та дозвіл на перебування в країні із туристичною метою терміном до 90 днів. Інвестувавши вже близько 110 мільярдів доларів, влада Королівства зосередилася на розширенні сектору гостинності, зокрема у

межах таких масштабних проєктів, як Neom, The Red Sea Project та Amaala. Економічна реформа Vision 2030 передбачає завершення будівництва 310 тис. готельних номерів у Саудівській Аравії до 2030 року (Saudi Arabia's hospitality sector is expanding quickly, 2022).

Саудівська Аравія займає більшу частину Аравійського півострова. Більшість населення – це етнічні араби. Культура Саудівської Аравії принципово традиційна та консервативна. Шаріат безпосередньо впливає на суспільство, керуючи соціальним, сімейним, політичним, правовим життям людей, зокрема сферою гостинності. Народ Саудівської Аравії дотримується суворого морального кодексу, у якому існує гендерний поділ. Чоловіки та жінки, які не мають родинного зв'язку, як правило, уникають спілкування на публіці. Існує різниця між правилами “іхтілат” та “хілва”, перше з яких означає дозвіл спілкування чоловіків та жінок у публічних місцях, а друге – заборону (Saudi Arabian Culture – Core Concepts, 2019). У засобах розміщення, залежно від розміру та стандарту, існують різні норми щодо використання тренажерного залу, спа-центру чи басейну. Наприклад, у деяких готелях є роздільні тренажерні зали – окремо для жінок і для чоловіків. В інших є певні години, коли жінки можуть відвідувати спортзал. Однак є й такі, де басейни та спа можуть відвідувати лише чоловіки. Заклади харчування також мають окремі входи для жінок та чоловіків, зони відпочинку для сімей і жіночих груп з одного боку, та для неодружених чоловіків з іншого (Weindlmaier, 2022). Раніше жінки не могли самостійно зняти номер у готелі без дозволу чоловіка-опікуна, а іноземні чоловіки та жінки – ділити кімнату без підтвердження шлюбу. З 2019 року жінкам дозволили орендувати готельні номери з документом, що посвідчує особу – посвідчення особи для саудівських жінок, посвідка на проживання для іноземців, або паспорт для туристів. Іноземні пари звільнені від зобов'язання пред'явити свідоцтво про шлюб. Жінкам також дозволено бронювати готельні номери без будь-яких документів, якщо вони заселяються разом з чоловіком, який має при собі документ, що засвідчує особу (Saudi Arabia Eases Restrictions on Women Taking Hotel Rooms, 2019).

Споживання та продаж алкоголю в Саудівській Аравії заборонені повсюдно. Готелі, кафе, ресторани та офіси зачиняються п'ять разів на день для здійснення молитви щонайменше на 30–45 хвилин. Торгові центри, лікарні та аеропорти залишаються відчиненими (проте магазини всередині торгових центрів зачинені), а таксі та інші види громадського транспорту продовжують працювати у звичайному режимі. Час молитов змінюється щодня відповідно до пори року та місцезнаходження в Королівстві. Точний графік молитов публікується щодня у будь-якій газеті або в режимі онлайн. Робочий тиждень розпочинається в неділю й закінчується у четвер, п'ятниця та субота – вихідні дні. Під час місяця Рамадану, між сходом і заходом сонця, мусульманам забороняється їсти, пити та курити у громадських місцях. Це правило також стосується іноземців (Saudi Arabian Culture – Etiquette, 2019).

Розглянувши індустрію гостинності Саудівської Аравії, можна зробити висновок, що її культурні особливості полягають у підпорядкуванні нормам

ісламу. Водночас у цій сфері відбуваються позитивні не лише економічні, а й соціальні зміни, які передбачають послаблення гендерних обмежень для вдосконалення сервісу у закладах гостинності та підвищення стандартів відповідно до міжнародного рівня.

## ЛІТЕРАТУРА

- Saudi Arabia eases restrictions on women taking hotel rooms. (2019, October 6). *CBC*.  
<https://www.cbc.ca/news/world/saudi-laws-women-travel-hotels-1.5310913>.
- Saudi Arabia's hospitality sector is expanding quickly. (2022, May 31). *Business Start Up Saudi*.  
<https://www.businessstartupsaudiarabia.com/news/saudi-arabia-hospitality-sector-expanding/>.
- Saudi Arabian Culture – Core Concepts. (2019). *Cultural Atlas*.  
<https://culturalatlas.sbs.com.au/saudi-arabian-culture/saudi-arabian-culture-core-concepts>.
- Saudi Arabian Culture – Etiquette. (2019). *Cultural Atlas*.  
<https://culturalatlas.sbs.com.au/saudi-arabian-culture/saudi-arabian-culture-etiquette>.
- Weindlmayr, M. (2022, February 27). A Female Traveler's Guide to Saudi Arabia. *Days to Come*.  
<https://www.tourradar.com/days-to-come/a-female-travelers-guide-to-saudi-arabia/>.

## СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА УКРАЇНСЬКОГО СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ

**Купченкова М. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Васильчук В. М.**

*Доктор історичних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Однією з найбільш прибуткових галузей у даний час є туризм. Незважаючи на кризові явища, число міжнародних туристів у світі зростає на 6–8% щороку. Активізація розвитку туризму особливо актуальна в Україні – в умовах становлення нової влади, економіки і самостійної держави взагалі. Розвиток сфери туризму залучає в свою діяльність близько 50 супутніх галузей і її становлення забезпечує зростання зайнятості і додаткове джерело поповнення державного бюджету. Підтримка та розвиток перспективних видів туризму в Україні, таких як, наприклад, сільський зелений туризм, є просто необхідними.

Розвиток цього виду туризму в нашій країні можливий практично на всій її території. Кожний регіон України характеризується своїм напрямом



розвитку сільського зеленого туризму. Західні області займають провідне місце. Центр і Південь зі своїми природними ресурсами, ярмарками та фестивалями з кожним роком демонструють тенденцію пришвидшеного розвитку. Створена в Україні в 1996 р. Спілка сприяння розвитку сільського (зеленого) туризму об'єднує 14 регіональних осередків, які ведуть облік сільських господарів, що готові приймати відпочиваючих, проводять освітньо-правову та інформаційну роботу, допомагають у просуванні турпродукту сільських господарів на туристський ринок. Громадською організацією розроблена програма категоризації “Українська гостинна садиба” та екомаркування “Зелена садиба”. Знак та сертифікат “Українська гостинна садиба” мають 210 власників у 21 області, у т.ч. 96 – базового рівня, 38 – першого, 41 – другого, 35 – третього (найвищого) рівня; знак та сертифікат “Зелена садиба” мають 49 садиб у 7 областях, у т.ч. першого рівня – 45, другого – 4. Для того, щоб мати вихід на європейський ринок, готується СОУ (стандарт організації України).

Сільський туризм є важливою складовою сучасного українського туризму з кількох причин. По-перше, Україна є переважно сільською країною, де близько 70% її території класифікується як сільськогосподарська. Це означає, що існує багато можливостей для сільського туризму, включаючи агротуризм, екотуризм і культурний туризм.

По-друге, сільський туризм може допомогти диверсифікувати туристичну індустрію України, в якій зараз домінують культурні та історичні пам'ятки великих міст, таких як Київ, Львів та Одеса. Розвиваючи сільський туризм, Україна може привабити відвідувачів, які зацікавлені відчутти природну красу країни, традиційний спосіб життя та місцеву кухню.

По-третє, сільський туризм може принести економічні вигоди сільським громадам, які часто знаходяться в несприятливому становищі порівняно з містами. Надаючи можливості для невеликих туристичних підприємств, таких як гостьові будинки, ферми та місцеві виробники продуктів харчування, сільський туризм може створювати робочі місця, приносити прибуток і сприяти розвитку місцевої інфраструктури.

Нарешті, сільський туризм може допомогти зберегти культурну та природну спадщину України. Пропагуючи практики сталого туризму, такі як відповідальне використання природних ресурсів і збереження пам'яток культури, сільський туризм може допомогти захистити унікальні ландшафти, традиції та архітектуру сільської місцевості України.

Отже, сільський туризм має потенціал перетворитись на важливу складову сучасного українського туризму, пропонуючи можливості для диверсифікації, економічного розвитку, збереження культури та природи.

## ЛІТЕРАТУРА

Громадська організація “Спілка зеленого туризму України”.

<https://www.greentour.com.ua/>.

Лук'янець, А. В. (2020). Сільський зелений туризм в Україні: сучасний стан і можливості. В *Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та*

*гостинності у конкурентному середовищі*. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 17 квітня 2020 р., м. Харків (сс. 104–105). Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова. Рутинський, М. Й., & Зінько, Ю. В. (2006). *Сільський зелений туризм*. Вища школа.

У світі зростає кількість туристів: експерт озвучив найпопулярніші цілі поїздок. (2019, Жовтень 5). УНІАН.  
<https://www.unian.ua/tourism/news/10709391-u-sviti-zrostaye-kilkist-turistiv-ekspert-ozvuchiv-naupopulyarnishi-cili-pojzdok.html>.

## **СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ВИБОРУ ПРОФЕСІЇ ПСИХОЛОГА**

**Курносенко Д. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Кириленко В. Г.**

*Кандидат психологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Вибір професії є особливо нагальним питанням і одним із найважливіших рішень для осіб юнацького віку. Зважаючи на світові кризові явища та події в Україні, деякі професії стали надзвичайно актуальними і необхідними, зокрема професія психолога. Сучасне людство як ніколи потребує психологічної допомоги.

Головним інструментом професійної діяльності працівників психологічного спрямування є їхня особистість, тобто психологи надають допомогу “власне собою”. Саме тому у оволодінні професією психолога буде недостатньо набуття лише практичних знань, умінь, навичок та прийомів. Психологу необхідно зосередитися ще на становленні власної особистості та оволодінні багатьма соціальними, життєвими та професійно-важливими компетенціями та якостями, як от емпатія, рефлексивність, відкритість, толерантність, доброзичливість, безоціночне ставлення до клієнта, спостережливість, самоконтроль, гнучкість у міжособистісній взаємодії та інше.

Дотримання цих вимог сприяє встановленню довірливих відносин між психологом та клієнтом, що в подальшому вплине на ефективність та успішність корекційної роботи.

Якщо самореалізація особистості відбувається неґрунтовно або взагалі відсутня, то це може свідчити, з одного боку, про те, що людина, обираючи професію психолога, орієнтувалася не на суспільну значущість, а на інші аспекти даної професії. А з іншого боку, професійний вибір міг бути здійснений не достатньо обмірковано чи не самостійно.

Юнакам дійсно важко здійснити професійний вибір через психологічні особливості свого молодого віку, обмежений кругозір, поверхневу проінформованість про світ професій та недостатнє усвідомлення власних

здібностей, інтересів та цілей. Професійний вибір осіб юнацького віку визначається впливом соціальних та психологічних факторів.

До соціальних чинників вибору професії психолога належать позиція батьків чи старших авторитетних людей, однолітків, шкільного педагогічного колективу; можливість професійного навчання; престижність професії, заробіток; потреба суспільства; схвалення соціуму; матеріальне забезпечення абітурієнта; академічна успішність тощо.

Психологічні чинники включають у себе власні інтереси, бажання, мрії, наміри, задатки, здібності, схильності, темперамент, характер; вік; стан здоров'я, психофізіологічні можливості тощо.

Емпірична частина нашого дослідження проводиться на базі Київського національного лінгвістичного університету серед студентів усіх курсів спеціальності “Психологія”. Для визначення основних соціально-психологічних чинників професійного вибору студентів-психологів застосовуються психодіагностичні методики: методика “Мотиви вибору професії” (авт. Овчарова Р. В., адап. Мицишин М. М.) та анкета, яка розроблена Кириленко В. Г. (2022).

Отже, професійний вибір є багатостадійним процесом, в ході якого індивід намагається віднайти баланс між суспільними потребами та власними здібностями і бажаннями.

Професія психолога належить до такої сфери діяльності, в якій особливо міцно пов'язані професійні (“Я – функціональне”) та особистісні (“Я – екзистенційне”) прояви, а професійне зростання неможливе без особистісного. У разі наявності протиріч між професійною та особистісною самосвідомістю виникають порушення професійної та особистісної ідентичності психолога, що наносять шкоду не лише йому, а й його клієнтам.

Саме тому вибір професії психолога має здійснюватися на глибокому співвіднесенні власних бажань, здібностей, цілей з вимогами та змістом обраної професії.

## ЛІТЕРАТУРА

- Курбатова, А. О. (2008). Психологічні особливості правильного вибору професії. *Актуальні проблеми навчання та виховання людей з особливими потребами. Збірник наукових праць Університет “Україна”*, 296–303.  
<http://centres.lnu.edu.ua/inclusiveeducation/wpcontent/uploads/sites/4/2015/04/zbirnyk.pdf>
- Одінцова, В. М. (2017) Особливості мотивів вибору професії психолога. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки*, 3, 121–125.  
[http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvkhp\\_2017\\_3\(1\)\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvkhp_2017_3(1)_23).
- Мицишин, М. М. (2016). *Соціально-психологічний образ успішного фахівця як чинник професіоналізації студентської молоді*. [Дис. канд. псих. наук: 19.00.05].  
[https://lib.iitta.gov.ua/166026/3/Dis\\_Myshchshyn.pdf](https://lib.iitta.gov.ua/166026/3/Dis_Myshchshyn.pdf)

- Панок, В. Г. (2016). Психологічна служба: навчальний посібник. Ніка-Центр. [http://megalib.com.ua/book/130\\_Psihologichna\\_slyjba.html](http://megalib.com.ua/book/130_Psihologichna_slyjba.html)
- Kyrylenko, V. CHARACTERISTICS OF LIFE AND PROFESSIONAL STRATEGIES *Problems of Psychology in the 21st Century*, Problems of Psychology in the 21st Century, 16 (2), Continuous. presented at the December/2022. doi: <https://doi.org/10.33225/ppc/22.16.72>

## РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АГРОТУРИЗМУ В СВІТІ ТА В УКРАЇНІ

**Куценко Р. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Гедін М. С.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Агротуризм – відпочинковий вид туризму, який зосереджений у межах ферми, охоплює проживання та інші послуги для відвідувачів. Цей вид туризму особливо поширений та розвинутий у країнах з фермерською організацією агробізнесу. Агротуризм, що є найдоступнішим видом туризму, зважаючи на ментальність селян, сприяє безпосередньому контакту з цінностями, які несе в собі сільське середовище. Так, потенційний турист може брати безпосередню участь у житті господарів, знайомитися з околицями, тимчасово відмовитися від деяких форм звичного життя та його зручностей та ін. Активні різновиди агротуризму (польові ігри, зоокутки в агрогосподарствах, агрогастрономія, екскурсії, агророзваги та ін.) стають все більш популярними і поширеними у різних куточках світу. Вони не тільки активізують життя людини, але і приносять духовне задоволення. Крім того, створення сприятливого підприємницького середовища на селі та цілеспрямований розвиток агроекотуризму дозволяють отримувати соціально-економічні вигоди окремих підприємців, територіальних громад, регіонів та країни в цілому.

Дослідники по різному підходять до розкриття поняття агротуризм. Наприклад, вчений Гончаренко І. В. визначає агротуризм як один з різновидів екологічного туризму, що передбачає надання засобів розміщення в сільській місцевості та знайомство з життям і побутом селян (2014, с. 21). Натомість вчений Ткаченко Т. І. вказує, що агротуризм, це туристична діяльність на території сільськогосподарських (фермерських) угідь, де є умови для виробництва сільськогосподарської продукції і відпочинку міського населення з добровільним частковим залученням бажаючих до деяких видів сільськогосподарських робіт (2006, с. 17). Вчений Рутинський М. визначає агротуризм як відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, що передбачає використання сільського (фермерського) господарства для рекреації, освіти та активного залучення до традиційних форм господарювання (2006, с. 35).

Досить важливе місце у сфері агротуризму посідає інфраструктура, до якої слід віднести:

- виробничу інфраструктуру, що орієнтована на народні ремесла, можливо на виробництво сувенірів, що є характерними для даного регіону, приготування традиційних сільських страв, організація для туристів різноманітних видів сільськогосподарської діяльності;

- засоби для розміщення туристів, тобто агросадиби, ферми або сільські будиночки;

- інженерну інфраструктуру, таку як телефонізація, освітлення, опалення, Інтернет, водопостачання, тобто все те, що сприяє комфортному споживанню туристичного продукту;

- соціальна інфраструктура (кінотеатри, будинки культури, виставки, ярмарки та ін.).

Виходячи з усього цього, інфраструктура насамперед повинна створювати максимально комфортні та екологічно сприятливі умови для проживання відпочиваючих, а також мінімально впливати на довкілля та не порушувати екологічну стійкість природного середовища.

Агротуризм активно розвивається в багатьох промислово розвинених європейських країнах, що пов'язано з прагненням частини міських мешканців на деякий час відпочити від надмірно високих емоційних і екологічних навантажень, що супроводжують їх у великих містах, повернутися до затишку сільського життя. Досвід зарубіжних країн свідчить, що сільський агротуризм є важливим фактором, який здатен забезпечити вирішення таких важливих проблем на селі, як зростання зайнятості населення, розвиток сільської інфраструктури, отримання стабільних прибутків та поповнення місцевих бюджетів в умовах децентралізації. В Європі найбільшим попитом у туристів користуються екоагросадиби, що знаходяться у чистому середовищі та пропонують екологічно чисті продукти.

Важливе місце у розвитку агротуризму належить кластерному підходу, що активізує перетворення аграрного виробництва на диверсифіковану сферу економіки. Крім того, кластерний підхід дозволить забезпечити поліпшення не тільки територіальної, але й соціальної складової на регіональному і місцевому рівнях, врахування мікроекономічної складової функціонування продовольчого ринку, що є вагомим підставою для формування конкурентоспроможності економіки.

Поряд із позитивами ведення туристичної галузі на селі є такі проблеми, як транспортна віддаленість осередків відпочинку, занедбаних стан доріг у сільській місцевості, рекреаційна не облаштованість, тобто невідповідність запитам сучасного туриста, низький рівень надання туристичних послуг, низький рівень маркетингу.

## ЛІТЕРАТУРА

Гончаренко, І. В. (2004). Необхідність розвитку агротуризму на території Миколаївської області. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*, 4, 20–26.

Рутинський, М. Й. (2006). *Сільський туризм*. Знання.

Ткаченко, Т. І. (2006). *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу*. Нац. торг.-екон. ун-т.

## СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ВІРТУАЛЬНИХ ЕКСКУРСІЙ

**Левківська О. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Гедін М. С.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Віртуальний тур – це екскурсія бізнесом, готелем, туристичним місцем або місцем, яку можна відобразити на комп'ютері, планшеті, смартфоні або в гарнітурі віртуальної реальності. Віртуальний тур створюється фотографом, відеооператором, архітектором або розробником програмного забезпечення віртуальної реальності Unity залежно від типу віртуального туру, який створюється. Ми можемо створювати віртуальні тури, створюючи цифрові 3D-моделі просторів.

Сьогодні віртуальна реальність дозволяє користувачам отримати досвід участі завдяки видимому дисплею з кількома вимірами, де користувачі можуть вільно змінювати кути огляду щоб побачити, що вони хочуть. Багато компаній (наприклад, Facebook, YouTube і Periscope) створили платформи для забезпечення віртуальної реальності послуг і привернули широку увагу в усьому світі. Сьогодні всі найбільші корпорації світу інвестують значні кошти у розробку віртуальної реальності, включаючи Adobe, Apple, Amazon, Google, Microsoft і Samsung (Miao Hu, Xianzhuo Luo, Jiawen Chen, Young Choon Lee, Yipeng Zhou & Di Wu, 2021, с. 64.).

Зазвичай фотограф робить послідовність зображень на 360°, а потім з'єднує ці фотографії, щоб створити панорамне зображення на 360°. Потім це зображення завантажується в спеціальне програмне забезпечення, яке дозволяє глядачеві переглядати 360° зображення так, ніби він насправді перебуває в місці, де було зроблено зображення. З огляду на це, ми знаходимося на передньому краї високотехнологічної віртуальної реальності та можемо створити такий віртуальний тур за допомогою Unity Gaming Engine.

На сьогодні 3D-тури – це актуальний рекламний продукт, який дає змогу набагато краще показати товар чи послугу, ніж це можна зробити під час перегляду фотографій, відеороликів, читання описів. Розміщення віртуальної екскурсії на сайті підприємств дозволяє привернути увагу потенційних клієнтів, ефективніше просувати рекламу, виділитись серед інших, покращити імідж підприємства, підвищити його конкурентоспроможність (Скасків & Голдіс, 2020, с. 18.).

Види віртуальних турів:

1) Віртуальний тур на 360°: тур на 360° дозволяє глядачеві побачити місце з усіх кутів і зазвичай знімається камерою. Зазвичай ці екскурсії складаються з серії знімків камери, які об'єднуються або знімаються на 360-градусну камеру в один безперервний знімок.

2) Віртуальний 3D-тур: цей тур представлений за допомогою 3D-моделей, тобто все середовище моделюється в 3D. Цей тип дозволяє користувачеві відкрити програму або натиснути “Пуск” на веб-сайті, і 3D-розташування почне автоматично завантажуватися.

3) Тур у віртуальній реальності: компанії, які хочуть, щоб їхні тури були якомога реалістичнішими, часто обирають тури у 3D-віртуальній реальності (VR), оскільки вони є найближчим до того, щоб відвідати місце особисто. Користувачам потрібні гарнітура віртуальної реальності та відповідне програмне забезпечення VR, щоб цей тур був максимально захоплюючим.

Галузі використовують віртуальні тури для реалізації своїх продуктів:

- **Нерухомість.** Створення віртуального туру будинком, квартирою чи іншою нерухомістю полегшує майбутнім домовласникам або потенційним орендарям ознайомлення з приміщенням перед особистим відвідуванням.

- **Інженерія.** Інженерам важко відслідковувати всі зміни на об’єкті, але віртуальні тури можуть задокументувати зміни на об’єкті та будівлі за допомогою сканування в реальному часі, щоб завершувати проекти швидше.

- **Роздрібна торгівля.** Власники магазинів можуть максимально використати віртуальний тривимірний тур, щоб показати відвідувачам і клієнтам макет магазину та типи продуктів, які вони можуть знайти, відвідавши його. Для великих торгових центрів віртуальний тур дозволяє клієнтам легко знайти потрібний магазин, коли вони відвідують місце, що може бути особливо корисним, якщо є велика автостоянка.

- **Ресторани.** Власники ресторанів можуть показати потенційним клієнтам, чого очікувати перед наступним бронюванням. Потенційні клієнти цінують віртуальний тур, оскільки він дає їм змогу побачити атмосферу, розташування та загальну атмосферу, тож вони знають, які враження від обіду вони отримають. Крім того, власники ресторанів також можуть включити Google Street View у Google Maps у свій віртуальний тур.

Таким чином, віртуальні екскурсії мають великий потенціал, ще не до кінця оцінених в Україні. Вони мають свої переваги, можуть бути особливо затребуваними у певних категорій населення, є хорошим засобом реклами для музею та сприяють розвитку туристичного попиту, а віртуальний туризм став інноваційним засобом реклами національного туристичного продукту та презентації туристичного потенціалу.

## ЛІТЕРАТУРА

Скасків, Г. М., & Голдис, В. М. (2020). Технології проектування віртуальних турів та віртуальних екскурсій. *Освітні стратегії підготовки фахівців IT-галузі*, 16, 18–24.

Miao Hu, Xianzhuo Luo, Jiawen Chen, Young Choon Lee, Yipeng Zhou, & Di Wu (2021). Virtual Reality: A Survey of Enabling Technologies and its Applications in IoT. *Journal of Network and Computer Applications*, 178, 64–79.



## ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ МОТИВАЦІЇ ФАХІВЦІВ HR-СФЕРИ

**Любацька К. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Зінченко О. В.**

*Кандидат психологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

HR-сфера передбачає процеси управління людськими ресурсами. Мотивація є одним з основних компонентів професійної діяльності фахівця-менеджера, оскільки саме цей аспект чинить суттєвий вплив на професійну діяльність і дії персоналу. У контексті функціонування організації, феномен мотивації характеризується як сукупність чинників, що визначають поведінку персоналу (потреби, прагнення, мотиви, цілі, наміри, установки, намагання, ідеали тощо), а також підтримують поведінкову активність працівників на певному рівні (Солошич, 2015).

На професійну діяльність людини впливає професійна мотивація, що є внутрішнім чинником розвитку професіоналізму. Мотиви професійної діяльності базуються на здатності до усвідомлення значущих потреб у контексті виконання професійних завдань, самореалізації та кар'єрного росту. Діяльність фахівця-менеджера передбачає наявність двох основних груп мотивів: зовнішні й внутрішні. У першому випадку основною є спрямованість на досягнення результатів, а в другому – процес професійної діяльності. Між цими видами мотивації існує взаємозв'язок: 1) зовнішня мотивація підсилює кількісні показники, а внутрішня – якісні; 2) на внутрішню мотивацію впливають зовнішні умови або ситуації; 3) внутрішня мотивація зростає відповідно до підвищення почуття відповідальності й впевненості; 4) внутрішня мотивація є основним чинником реалізації креативного потенціалу у професійній діяльності (Бутенко, 2019; Sajjab et al., 2020).

Мотиваційна сфера професійної діяльності фахівців-менеджерів передбачає наявність різних видів спонукань: 1) фахові наміри і схильності; 2) ціннісні орієнтації у ставленні до професійної діяльності; 3) фахові домагання й очікування; 4) професійні установки; 5) фахові інтереси; 6) готовність до професійної діяльності; 7) задоволеність діяльності. Ці феномени поступово формуються на різних етапах професіоналізації, що формуються в процесі професійного навчання і на різних етапах професіоналізації. Від сформованості мотиваційної сфери, розвитку професійно значущих якостей і здібностей залежить загальна ефективність професійної діяльності (Купчак & Саміло, 2020).

Важливе значення для розумінні впливу мотивації на успішність фахової діяльності має мотив досягнення. Так, Х. Хекхаузен вважав, що для стимулювання професійного мотиву – майбутній результат діяльності має чітко оцінюватися якісно або кількісно. При цьому, оцінка має бути

адекватною і відштовхуватися від визначення базового, обов'язкового рівня (Heckhausen, 2008). Найголовніше, діяльність має розцінюватися як бажана, а результат досягнутий самостійно. У таких умовах, фахівець докладатиме більше зусиль для визначення оптимального способу виконання завдань та більше зосередиться на загальній якості роботи. Мотив досягнення фахівця HR-сфери проявляється у спонуках професійного росту, соціального успіху та фахового самовдосконалення.

Успіх у професійній діяльності фахівця-менеджера корелює з показниками успішності кар'єри. У цьому контексті, актуальними чинниками впливу є особистісні та індивідуальні риси, біографічні особливості, підтримка керівництва, усвідомлення актуальності здійснення професійних дій.

На підставі аналізу феномену професійної успішності фахівця HR-сфери можна виділити такі аспекти:

1) професійна успішність включає три основні компоненти: кар'єрний ріст; професійний і особистісний саморозвиток; суспільне визнання;

2) основними чинниками професійної успішності є професійна мотивація, професійна кваліфікація, фахові здібності (Купчак & Саміло, 2020).

Можна сказати, що важливим завданням керівництва є підтримка інновацій та професійної творчості персоналу, що стимулює мотивацію заохочення.

Отже, професійна мотивація трактується як внутрішній рушійний чинник розвитку професіоналізму і професійної успішності фахівця HR-сфери, Цей феномен є суттєвим засобом успішного функціонування організації. Мотивація є умовою вдосконалення особистості, забезпечує сталість професійних поглядів, стимулює ціннісні орієнтири, інтелектуальні та емоційно-вольові процеси.

## ЛІТЕРАТУРА

- Бутенко, Д. С. (2019). Мотиваційний менеджмент у підприємницькій діяльності. *Економіка і суспільство*, 142–148.
- Купчак, М. Я., & Саміло, А. В. (2020). Професійна мотивація як внутрішній чинник розвитку професіоналізму майбутнього менеджера. *Вісник ЛДУБЖД*, 21, 107–112.
- Солошич, І. О. (2015). Структура професійної діяльності фахівця-еколога як основа формування науково-дослідної компетентності. *Проблеми інженерно-педагогічної освіти*. 48–49.
- Heckhausen, J., & Heckhausen, H. (Eds.). (2008). *Motivation and action: Introduction and overview*. In J. Heckhausen & H. Heckhausen (Eds.), *Motivation and action*. Cambridge University Press.
- Sajjab, M., Riaz, A., Chani, M., & Hussain R. (2020). *Innovations in Human Resources Management: Mediating Role of Intrinsic Motivation Marketing and Management of Innovations*, 1.

## ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ІТАЛІЇ ЯК ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС

**Макаренко О. Д.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Лебедева І. М.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Італія – країна, яка в останні десятиліття перетворилася на один з провідних центрів туризму у світі, передусім завдяки своїм багатим туристично-рекреаційним ресурсам. Вони дозволяють розвивати різні види туризму: культурно-пізнавальний, релігійний, рекреаційний, діловий, екологічний, гірськолижний, пляжний та ін. Найбільшу популярність країна завоювала на ринку культурно-пізнавального туризму завдяки своїй довгій та цікавій історії, відображенням якої є велика кількість пам'яток архітектури, живопису, скульптури світового значення. Туризм – одна з найбільш динамічних галузей італійської економіки, що дозволяє країні входити до п'ятірки топ-держав за розвитком туризму (International Tourism Highlights 2020 Edition). У межах Італії розташовано дві країни: князівство Сан-Марино та резиденція Папи Римського – Ватикан.

Столиця Італії володіє значними туристично-рекреаційних потенціалом. У Римі зосереджені численні пам'ятки доби Античності: Колізей, який своїми розмірами не поступався жодному іншому амфітеатру; Пантеон – античний храм, згодом перебудований на християнську церкву; Римський та Імператорський Форуми – економічний, політичний і релігійний центр Давнього Риму; кілька Триумфальних арок на честь римських імператорів і полководців; терми Каракалли збудовані у 217 р.; катакомби, в яких рятувалися від переслідувань перші християни; Circus Maximus – найбільший в імперії іподром; замок Сант-Анджело – імператорський мавзолей, який у середні віки був перебудований під папську резиденцію, та ін.

У столиці Італії багато музеїв та виставкових залів. Це передусім Капітолійські музеї, Вілла Боргезе із розташованим у ній музеєм мистецтв, Національний музей Вілла Джулія (колекція предметів етрусського і римського мистецтва), Національний римський музей (давньогрецька і давньоримська скульптура), Музей давньої історії та етнографії Луїджі Пігоріні тощо. Особливою популярністю користуються музеї Ватикану, де зберігаються унікальні мистецькі твори, зібрані папами впродовж століть.

Туристів приваблює також унікальна архітектура столиці Італії. Рим відомий передусім своїми сакральними об'єктами, яких у місті є близько 400. Найбільш відомим є собор Святого Петра, розташований на території Ватикану. Він вважається основним собором Римо-католицької церкви. Крім того, це видатна пам'ятка доби Відродження, над будівництвом та оздобленням якої працювали геніальні італійські митці Мікеланджело

Буонаротті, Рафаель Санти, Донато Браманте та ін. Цей фактор значно поживає туризм, оскільки собор Святого Петра цікавий любителям історії та мистецтва та одночасно є важливим об'єктом релігійного паломництва у католицькому світі. У соборі є мощі святих апостолів Петра, Юди Тадея, Андрія, зберігається частина Хреста Господнього, спис Лонгіна, плат Вероніки, інші реліквії та святині.

Основним собором Рима є базиліка св. Іоанна Латеранського, в якій зберігаються сакральні та мистецькі цінності. Великою популярністю у туристів користуються також базиліка св. Петра, базиліка св. Павла, базиліка Санта Марія дель Анджелі, храм святого Климента, церква Триніта-дей-Монті та інші.

Завдяки особливості своєї історії в Італії практично кожне місто, навіть невелике, є важливим туристичним центром із власним асортиментом історико-культурних ресурсів. Найбільш відомими є Мілан, “колицка Відродження” Флоренція, Сієна, Неаполь, Піза, Генуя, Равенна. Стабільно великою популярністю користується Венеція, унікальна не тільки своєю історією, архітектурою, мистецькою спадщиною, але передусім особливим розташуванням на островах Венеційської лагуни. Місто й лагуна включені у список Світової спадщини ЮНЕСКО. Туристів приваблюють також інші італійські міста: Верона, пов'язана з пам'яттю про вічне кохання Ромео і Джульєтти; Падуа з одним із найвідоміших фрескових циклів роботи Джотто; Віченца з її архітектурними проектами Палладіо; “місто ста башт” Сан-Джаміньяно та ін.

Про унікальність і неповторність Італії свідчить присутність її історико-культурної спадщини у списку Світової спадщини ЮНЕСКО (*Liste du patrimoine mondial*, 2023). Італія у ньому представлена 58 об'єктами, лише п'ять з них є природними, а 53 – культурними пам'ятками. Отже, багата історико-культурна спадщина Італії дозволяє їй знаходитись на першому місці цього реєстру шедеврів людства і суттєво впливати на туристичний потенціал країни.

## ЛІТЕРАТУРА

- Клапчук, М. В. (2017). Туристичні ресурси Італії, як основа для розвитку туризму. В *Стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації: стан та шляхи становлення*. Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції, Львів, 23 березня 2017 р., (с. 102–110). ЛІЕТ.
- Любіцева, О. О. (Ред.). (2008). Туристичне країнознавство: країни-лідери туризму. Альтерпрес.
- UNESCO. (2023). *Liste du patrimoine mondial*.  
<https://whc.unesco.org/fr/list/#note1>.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2021). *International Tourism Highlights 2020 Edition*.  
[https://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2020.pdf](https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2020.pdf).

## ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА УКРАЇНИ В ПЕРІОД ВІЙНИ

**Маковічук Є. Ю.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Кучай О. В.**

*Кандидат економічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Війна в Україні радикально змінила і суспільство, і економіку. І якщо суспільство відчуло ці зміни з перших хвилин вторгнення Росії на територію України, то економіка дещо згодом, з певною часовою затримкою. Залежно від сфери діяльності та регіону готельно-ресторанний бізнес зазнав впливу війни: на найнижчому рівні – постачання продуктів, зменшення кількості відвідувачів, призупинення розвитку підприємств, до найбільш фатального – повного знищення закладу, як було з готелем “Україна” в Чернівцях, готельно-ресторанним комплексом “Дубровський” у Харкові та з багатьма іншими. Якщо спочатку в Україні залишався відкритим кожен п’ятий заклад, вже через два місяці працювало 55% усіх ресторанів та кав’ярень.

Кількість туристів також зменшилась. Для порівняння у 2021 р. до зього західного регіону України й, зокрема, Буковелю приїздили більше 200 тис. туристів з Аравійського півострову. Для них наша країна стала альтернативою альпійським курортам – Австрії, Швейцарії, Італії. Дев’ять із десяти опитаних відпочивальників стверджували, що планують повернутися в Україну ще раз. На півдні спостерігався приріст мандрівників з Ізраїлю, Туреччини й Балкан. Щороку кількість іноземців збільшувалася на 20–30%. Розвиток туризму підіймав середній чек на послуги з розміщення в середньому на 12–15% і робив готельний бізнес дедалі привабливішим для інвесторів.

Сьогодні ситуація на ринку нестабільна, тож можемо лише слідкувати за тенденціями та робити прогнози. Якщо ж говорити про схід і південь, там, на жаль, поки немає ні попиту, ні пропозицій, тож визначити, економічні показники та дохід закладів неможливо.

У цілому зараз український готельний ринок працює максимум на 2–3% у грошовій величині. На півдні цей показник становить 3–5% від планового, в Києві й області – 10–15%, на сході через бойові дії бізнес взагалі завмер.

Розглянемо ключові аспекти змін, що вплинули на поточний бізнес умов війни. Їх умовно можна розділити на дві групи:

- зміни у зовнішньому середовищі бізнесу;
- зміни у внутрішньому середовищі суб’єкта бізнесу.

У зовнішньому середовищі можна говорити про те, що воно стало джерелом небезпеки для суб’єкта бізнесу у фізичному сенсі, коли вся територія України перебуває під потенційною загрозою ракетних, бомбових, артилерійських, реактивних тощо обстрілів, частина регіонів – під загрозою сухопутного вторгнення ворога.

При цьому існують загрози інформаційної безпеки, такі як прямі кібератаки, так і інформаційна ворожа пропаганда, дискредитація партнерів (зокрема, закордонних, наприклад, сайтів-агрегаторів бронювання готельних послуг з російським походженням), розгубленість та роздратованість клієнтів, радикальне зменшення або навпаки збільшення їх кількості в результаті внутрішньої міграції із зон бойових дій та небезпечних територій.

Також на внутрішнє середовище багатьох підприємств готельно-ресторанної сфери вплинуло:

- запровадження воєнного стану, зокрема, працівники бізнесу мобілізовані на військову службу;
- окремі готелі перепрофільовані під розміщення внутрішньо переміщених осіб та військових;
- ряд закладів харчування залучені до надання послуг з харчування згаданих категорій громадян тощо.

Війна принесла багато змін у готельно-ресторанну справу. Перш за все війна вдарила по ключовій ланці бізнесу – постачанню продуктів. Одразу кілька рестораторів визнали серйозні перебої у логістиці та нестачу певних продуктів. Деякі постачальники та фабрики взагалі припинили роботу.

Проте є і деякі позитивні фактори. Під час війни багатьом українським рестораторам довелося змінити вишукані страви в меню на бутерброди та каші. Якщо раніше вони готували для сотень відвідувачів, то зараз готують для тисяч бійців, дітей та переселенців. Тому ми можемо пишатися, що усі ці заклади надають підтримку армії та громадянам, які цього потребують, у такий складний час. Таким чином, інвестиційна привабливість готельного бізнесу лише зростатиме. Варто розуміти, що вкладання коштів завжди позитивно впливає на рух грошей в економіці та ринок загалом.

Після закінчення війни перемогою України повноцінне відновлення ринку відбуватиметься протягом 2–5 років і сприятливий інвестиційний клімат допоможе повернути іноземних туристів та інвестиції в цю справу. Цьому сприятиме імідж України як країни-переможниці. Отже, можна спрогнозувати, що з приходом миру і стабільності на нашу територію ми побачимо великий потік туристів, які прагнуть відчувати дух українського народу, нашу незламність і героїзм.

## **ЛІТЕРАТУРА:**

- Кругляк, А. (2022). Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу в умовах війни. В Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 5 травня 2022 р., Чернівці (сс. 62–63). Технодрук.  
[http://chtei-knteu.cv.ua/ua/content/download/subsection/nayka/konf\\_05\\_05\\_2022.pdf](http://chtei-knteu.cv.ua/ua/content/download/subsection/nayka/konf_05_05_2022.pdf).
- Лушашко, А. (2022, Вересень 28). До та після: як війна вплинула на готельну нерухомість. Українська правда.  
<https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/28/691984/>.

## **ДИНАМІКА НАВЧАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ СУЧАСНИХ СТУДЕНТІВ ПСИХОЛОГІВ**

**Микитенко А. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Бондаренко О. Ф.**

*Доктор психологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

В сучасному житті суспільство переживає низку серйозних змін: правових, моральних, духовних та соціально-економічних, які супроводжуються напруженістю та суперечливістю, а також мають великий вплив й на зміни в освіті студентів. Тому за необхідністю сьогоденного суспільства виникає потреба у психологічному супроводі розвитку та становлення особистості. Існує багато аспектів, які відіграють велику роль у розвитку та навчанні сучасних студентів. Одним і з головних – є мотивація.

Освіта є фактором, що спрямований на розвиток не лише однієї людини, а й цілого народу. Тому однією із найпоширеніших проблем сучасної освіти є забезпечення формування не лише знань, а й побудування такого процесу, який би допомагав у активній підтримці мотиваційної сфери студентів. Адже саме завдяки мотивації ми досягаємо потрібного успіху, закладаємо якості, які необхідні для фахівця певної професії, легше засвоюємо необхідну інформацію та активно працюємо для досягнення результату.

У ході наукових досліджень питання мотивації є неоднозначним і відрізняється лише своєю різноманітністю. Та найчастіше мотивація пояснюється як система механізмів та причини, що спонукають людей до цілеспрямованого виконання дій, що спрямовані на досягнення поставлених цілей. В свою чергу, цілі дозволяють задовольнити індивідуальну потребу. Метою процесу мотивування є – направлення людини до дій та певної поведінки, які принесуть максимальньо ефективні результати.

Вивчення проблеми мотивації є особливо актуальним для психології та її провідних галузей – вона необхідна для ефективного виконання прийнятих рішень, поставлених задач і продуктивного навчання.

До головних проблем мотивації сучасних студентів належать труднощі адаптації студента до організації навчання, в наслідок переходу зі школи до закладів вищої освіти; неправильно організований освітній процес в освітньому закладі (методи та підходи до роботи); нездатність до свідомої саморегуляції; невизначеність мотивації вибору професії.

Для оптимізації даних проблем мотивації, окрім аналізу феномену мотивації слід розглянути фактори, що впливають на мотивацію сучасних студентів психологів. Основними є схильність до професії, зацікавленість у матеріалі, навколишнє середовище, соціальні умови життя, стиль педагогічної діяльності викладачів, адаптація до соціуму та оточення, цілі та бажання студента, оцінка навчальної діяльності, сучасні технології, самооцінка та особистісні якості.



Емпірична частина нашого дослідження проводиться на базі Київського національного лінгвістичного університету серед студентів 1–4 курсів спеціальності “Психологія”. Для визначення динаміки навчальної мотивації сучасних студентів психологів використовуються такі психодіагностичні методики: методика самооцінки й рівня домагань Дембо-Рубінштейн (1970), тест-опитувальник мотивації досягнення (авт. Мєграбян А., адап. Магомед-Емінов М. Ш.) та методика професійного самовизначення Дж. Голланда.

Отже, можна зробити висновки, що від мотивації залежить успішність та ефективність результату, що динаміка навчальної мотивації сучасних студентів психологів має тісний зв'язок зі схильністю до професії, а також самооцінкою та особистісними якостями студентів.

## ЛІТЕРАТУРА

- Бондаренко, О. Ф. (2009). *Основи психології*. Освіта України.
- Климчук, В. О. (2004). Дослідження особливостей розвитку внутрішньої мотивації студентів у навчальній діяльності.  
<https://core.ac.uk/reader/12084130>
- Михайличенко, В. Є. & Полянська, В. В. Роль мотивації навчально-пізнавальної діяльності у формуванні професійної спрямованості студентів.  
Microsoft Word - P1711\_01.doc (kpi.kharkov.ua)
- Сільвейстр, А. М. & . Моклюк, А. М. (2011). Мотивація навчання студентів як психолого-педагогічна проблема.
- Hariri, H. (2021). Motivation and Learning Strategies Student Motivation Affects Student Learning Strategies.  
[https://pdf.eu-jer.com/EU-JER\\_10\\_1\\_39.pdf](https://pdf.eu-jer.com/EU-JER_10_1_39.pdf).

## СЕЗОННІ ОСОБЛИВОСТІ ФІЗИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ТУРИСТІВ

**Миронов А. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Гедін М. С.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Туризм є одним із найважливіших засобів активного відпочинку. Рівень фізичної підготовки туристів безпосередньо впливає на успіх будь-якої туристичної подорожі. Виконати той чи інший спортивний та/або спортивно-оздоровчий туристичний маршрут під силу тільки добре підготовленому учаснику, адже різні перешкоди на шляху нерідко вимагають від нього певної фізичної напруги, а фізично недостатньо підготовлений учасник може стати тягарем і навіть причиною нещасного випадку.

Біологічний годинник людини відображає її добові та сезонні ритми (Ратушний, Ковальчук, Петренко & Баран, 2014, с. 22). Фізична підготовка

має бути безперервною та цілорічною, а отже може мати певні сезонні особливості, до яких також відноситься і особливості екіпірування туриста в різні пори року.

Фізична підготовка туриста має забезпечувати: 1) загальну фізичну підготовленість; 2) спеціальну фізичну підготовленість; 3) загартовування організму – його опір захворюванням при охолодженні, перегріванні, підвищеній вологості повітря, нестачі кисню тощо (Комар & Шандра).

Невідповідність між рівнем фізичної підготовки та рівнем фізичного навантаження спричиняє травматизм під час туристичних маршрутів. Швидка втома, порушення координації руху, зниження рівня уваги, причини яких – недостатня фізична підготовка, є причинами травм у подорожах.

За характером і спрямованістю впливу вправ, що застосовують, фізичну підготовку поділяють на спеціальну та загальну.

Загальну фізичну підготовку спрямовано на розвиток фізичних здібностей і підвищення рівня функціональних можливостей організму. Саме загальна фізична підготовка є основою підготовки спеціальної. Лише постійна її підтримка на високому рівні є запорукою успіхів у засвоєнні та вдосконаленні техніки різних видів туризму. У процесі загальної фізичної підготовки важливо всебічно розвивати основні фізичні якості: витривалість, силу, спритність. Засобами загальної фізичної підготовки туриста виступає ходьба, біг, спортивні та рухливі ігри, вправи зі снарядами тощо.

Спеціальна фізична підготовка спрямована на оволодіння навичками, які потрібні для певного виду туристичної діяльності, а також на розвиток спеціальних фізичних здібностей. Завдання такої підготовки вирішуються під час тренувальних походів, а також у рамках навчально-тренувальних занять.

Основним завданням спеціальної фізичної підготовки туриста виступає розвиток витривалості, здатності до багаторазового повторення вправ з техніки туризму без зниження якості виконання. Основною метою при тренуванні витривалості є виконання таких основних завдань: 1) поліпшення аеробних можливостей, 2) тренування діяльності серцево-судинної та дихальної систем організму, 3) підвищення фізіологічної та психологічної стійкості. Доступними засобами для розвитку витривалості є кросовий біг, ходьба, стрибки, спортивне орієнтування, плавання, рухливі ігри. Спеціальну витривалість доцільно виховувати всіма засобами технічної підготовки – походами вихідного дня, багатоденними подорожами (під час чергових відпусток та канікул), навчально-тренувальними зборами та туристичними експедиціями, участю у змаганнях зі спортивного орієнтування, тренуваннями в парковій або лісовій зонах тощо.

Систему вправ з розвитку сили можна розділити на дві групи. Першу групу складають вправи із зовнішнім опором – опором партнера (боротьба, акробатика, вправи в парах), з вагою предметів (штанга, гантелі, набивні м'ячі, ядро, гиря, каміння, мішки з піском), з опором пружних предметів (еспандер), а також зовнішнього середовища (біг по пересіченій місцевості, піску, воді, снігу). Другу групу складають вправи, які обтяжені вагою

власного тіла (підтягування, згинання та розгинання рук, лазіння по канату, стрибки, вправи на гімнастичних снарядах, тренажерах тощо). Обидві групи вправ, крім вправ з опором зовнішнього середовища, не залежать від пори року і можуть виконуватися як у спортивних/тренажерних залах, так і на відкритих спортивних майданчиках. Таким чином, відзначаємо позитивний вплив занять фізичною культурою на загальну підготовку туристів (Савченко, Дещенко & Єфремова, 2011, с. 5–6).

Невід'ємною частиною підготовки туриста є дотримання режиму дня, основні вимоги якого – вміле поєднання роботи з відпочинком, виконання правил гігієни, щоденна ранкова гімнастика, яку слід проводити щодня, за будь-якої погоди, бажано на відкритому повітрі, та суворе дотримання розкладів тренувань. Розпорядок дня треба скласти по можливості так, щоб ранкова гімнастика, прийом їжі робота та відпочинок щодня проводилися в один і той же час. Це ставить організм у звичні умови і цим підвищує його працездатність. Виконання режиму дня не залежить від пори року, за винятком короткого періоду адаптації навесні і восени, в наслідок традиційного переходу країни на літній/зимовий час, що є перевагою у фізичній підготовці туриста.

Отже, туристи, які систематично займаються фізичними вправами, менше хворіють, швидше адаптуються до виробничих умов, вони більш цілеспрямовані, наполегливі у досягненні поставленої мети.

## ЛІТЕРАТУРА

Комар, В., & Шандра, І. Фізична підготовка туриста.

<http://surl.li/fmtyi>.

Ратушний, Р. Т., Ковальчук, А. М., Петренко, А. М., & Баран, Ю. С. (2014). Фізичне виховання – основа оперативно-рятувальних дій в надзвичайних ситуаціях. ЛДУ БЖД.

Савченко, Ю. М., Дещенко, В. Л., & Єфремова, А. Я. (2011). Організаційно-методичні основи самостійних занять фізичними вправами з елементами професійно-прикладної фізичної підготовки при різноманітному рівні підготовленості. УкрДАЗТ.

<http://surl.li/fmtwb>.

## КОСМІЧНИЙ ТУРИЗМ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

**Москаєв О. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Васильчук В. М.**

*Доктор історичних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Людство прагнуло в небо завжди: образи Сонця та Місяця зустрічаються у всіх стародавніх культурах; античні мислителі вглядалися у зорі, поєднуючи їх у сузір'я; фантасти писали свої розповіді на уявленнях про невідому далеч, а конструктори прагнули створити літальні пристрої, імітуючи птахів.

Космічний туризм – це суборбітальні польоти в розважальних чи науково-дослідних цілях, за приватні кошти туристів. Це вид туризму та одна з ланок світової туристичної індустрії, яка надає послуги людям для доступу в космос, збагачує досвідом пригод і відпочинку. Відповідно до досліджень громадської думки, багато людей мають велике бажання полетіти в космос. На думку фахівців, це бажання може стати важливим джерелом подальшого розвитку космонавтики. Для розширення ринку космічний туризм потребує радикального зниження ціни, і над цим вже працюють. У березні 1998 року в опублікованому звіті NASA “Загальнодоступні космічні подорожі та туризм” була схвалена ідея космічного туризму та зазначено, що планується розпочати суборбітальні польоти та ринок космічного туризму буде набагато ширшим, ніж просто запуск в космос. Космічними туристами називають учасників космічного польоту, зазвичай підписують контракти з третіми сторонами для проведення конкретних досліджень на орбіті. Це допомагає мінімізувати витрати. Інфраструктура для суборбітальної космічної промисловості туризму розробляється шляхом будівництва космодрому в різних частинах світу, включаючи Каліфорнію, Оклахому, Нью Мексико, Флориду, Вірджинію, Аляску, а також Об’єднані Арабські Емірати. Деякі вважають за краще використовувати термін “особистий космічний політ”, як у випадку з Федерацією особистого космічного польоту. За останні роки виникла низка компаній-початківців, сподіваючись створити індустрію космічного туризму.

З приводу економічних переваг є багато думок. В умовах демократії, якщо існує значний попит на певну послугу, яка не загрожує певним верствам суспільства, люди та установи вільно поставляють її. Проте розвиток комерційної космічної діяльності, як послуги космічного туризму, забезпечить великі економічні та соціальні переваги для людства, ніж будь які бізнес можливості через його потенціал для зростання такої галузі як авіація та інших. Як було сказано, більшість учасників космічної діяльності, що фінансуються урядом, а також політики вважають космічний туризм “марною тратою грошей та ресурсів” або не хочуть вкладати кошти, оскільки рентабельність інвестицій може бути дуже низькою. Проте, самі космічні агентства, а не громадськість вирішують, яку технологію розробляти. У результаті космічна діяльність залишається тягарем для платників податків, а не джерелом прибутку для економіки, а громадськість втрачає інтерес до будь якого космічного розвитку. Не дивлячись на економічну нестабільність у світі, космічна індустрія залишається однією з перспективних інвестиційних галузей, тому настав час розвіяти міф, який вводив в оману як уряд, так і громадськість, що космічний простір є бар’єром, а не сферою розвитку можливостей. 40 років знадобилося людству, щоб після Юрія Гагаріна відправити у космос першого туриста, і ще 20 років пішло на те, щоб приватні компанії навчилися відправляти туристів у космос.

Вибухова суміш з дитячих мрій, таланту, наполегливості, доступу до високих технологій, ринку капіталу і державно-приватного партнерства дозволила трьом американським інноваторам у 2021 році започаткувати у США еру приватного космічного туризму.

Вони горять нею і запалюють інших. Нехай технічна база поки недостатня, однак прогрес уже не зупинити. І Маск якось заявив, що хоче померти на Марсі, однак не від зіткнення з ним. І є підстави думати, що йому вдасться втілити свою мрію.

## ЛІТЕРАТУРА

- Andrew, A. (2001). Cash 2021: Commercial Access and Space Habitation. *Astronautica*, 51(1-9), 637–646.
- Ashford, D. (2003). *Spaceflight Revolution*. Imperial College Press.
- Ashford, D., & Collins, P. (1990). Your Spaceflight Manual: How you could be a tourist in a space within 20 years. Eddison Sadd Editions Ltd.
- Collins, P. (2006). The Economic Benefits of Space Tourism. *JBIS*, 59, 400–411.

## МЕДИЧНИЙ ТУРИЗМ У ПІВДЕННІЙ КОРЕЇ

**Орчаковська В. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Лебедева І. М.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Медичний туризм – досить популярний напрям туризму, головною метою якого є організація лікування пацієнта за кордоном. Від звичного туризму він відрізняється тим, що відпочинок за кордоном поєднується з медичними послугами, які готові надати провідні світові центри і клініки. Медичний туризм є досить новим поняттям, яке з'явилося відносно недавно та стало ще одним наслідком глобалізації. Та з кожним роком медичний туризм набирає обертів, і все більше і більше людей у всьому світі відкривають для себе пов'язані з цим нові можливості. Цей вид туризму виконує важливі соціальні функції, пов'язані з лікуванням та профілактикою захворювань, а також різноманітними заходами, спрямованими на охорону здоров'я населення.

В останні роки розвинені країни переорієнтовуються на реалізацію стратегії екологічно орієнтованого зростання, головними складовими якої стають “зелені” технології і розвиток медичного туризму. На сучасному етапі ці дві складові є не тільки прибутковими проектами, але стратегічними планами розвитку Республіки Корея. Лікування в Кореї – один з нових брендів азіяського ринку медичного туризму. В Глобальному світовому рейтингу індустрії медичного туризму Південна Корея посідає шосте місце.

Корейська медицина складається з висококваліфікованих спеціалістів, новітніх технологій медичних центрів, передових методів діагностики, лікування і комплексного сервісу. Південнокорейські клініки надають послуги пластичної хірургії, стоматології, лікування безпліддя та комплексну діагностику. Крім того застосовуються ефективні методики

традиційної східної медицини. Високим попитом серед іноземних пацієнтів користуються послуги фахівців з лікування таких складних захворювань, що вимагають використання передових медичних технологій, як рак, хвороби мозку, серця і судин, трансплантація органів.

Лікування в Кореї вирізняється високою ефективністю за рахунок застосування корейськими лікарями новітніх методів лікування і високих технологій. Тому багато операцій у корейських клініках проводяться малоінвазивно. У порівнянні з США та Японією, вартість медичних послуг у Кореї набагато нижча. Так, деякі хірургічні втручання в корейських лікарнях коштують у 10 разів дешевше, ніж у клініках США.

Південна Корея належить до світових лідерів за кількістю проведених операцій з ендопротезування колінних і тазостегнових суглобів. У країні щороку виконується понад 120 тис. таких хірургічних втручань. Штучні суглоби встановлюються під контролем комп'ютерних навігаційних систем, через мінімально інвазивні доступи.

Південна Корея належить до країн з найуспішнішими показниками лікування запущених форм злоякісних пухлин. Це пов'язано з доступністю новітніх методик терапії. Деякі процедури обходяться дорого, але дозволяють збільшити тривалість життя пацієнта на кілька років, навіть якщо він звернувся із запущеною формою онкології.

Кількість медичних туристів у країні постійно зростає і наближається до 1 млн. осіб на рік. Серед пацієнтів лідирують американці, що складають 32%, далі йдуть японці і росіяни. В останні роки зростає інтерес до корейської медицини серед жителів країн Перської затоки. Але основними ринками постачальниками медичних туристів в країну залишаються Китай, США, Японія і Росія.

Південна Корея проводить найбільше пластичних операцій на душу населення, випередивши за цим показником навіть США. Пластичні хірурги цієї країни мають величезний досвід, так як проводять десятки, а іноді і сотні однотипних операцій або процедур щороку. Тут можна поліпшити форму носа, прибрати зайвий жир на животі або збільшити груди за допомогою нових, мінімально травматичних методів, без ризику для здоров'я. У країні, за даними Міжнародного товариства естетичних і пластичних хірургів, у 2019 р. було проведено близько 17 млн. пластичних хірургічних процедур, таким чином, Корея стала країною з найбільшою кількістю громадян, які скористалися послугами пластичної хірургії. Загалом кожен десятий кореєць піддавався зміні в своїй зовнішності.

Корейськими медичними туристами є не тільки пацієнти, а й іноземні лікарі, які проходять стажування і підвищення кваліфікації на базі новітнього медичного обладнання в клініках країни. Корейські лікарі – це еліта суспільства, тільки 1% випускників середніх навчальних закладів вступає до медичних ВНЗ. Післядипломне навчання лікарів триває ще 7–8 років і проходить у кращих клініках США і Європи.

Отже, привабливість Кореї з точки зору розвитку медичного туризму обумовлюють такі фактори: державна підтримка галузі, високий рівень

медичних та інформаційних технологій, високий рівень фахівців, швидкість і точність діагностики, безперервна система контролю якості медичних послуг, доброзичливе обслуговування та гостинність, висока якість організації сервісу немедичних послуг, лояльність уряду країни до медичних туристів при проходженні митного контролю після зміни зовнішності і низькі ціни в порівнянні з країнами Європи та США.

## ЛІТЕРАТУРА

- Арсенюк, М. А. (2021). Особливості розвитку медичного туризму Південної Кореї. В Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки. *Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції (сс. 571–575)*. Візаві.
- Мальська, М. П., & Бордун, О. Ю. (2018). *Медичний туризм: теорія та практика*. Центр учбової літератури.

## ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У МУЗЕЙНІЙ СПРАВІ ФРАНЦІЇ

**Полянська Ю. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Лебедева І. М.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Музей як соціальний інститут відіграє важливу роль у збереженні та інтерпретації соціокультурної спадщини, організації культурного дозвілля, процесах ідентифікації та соціалізації. Проте інноваційні процеси в інформаційно-комунікативній сфері, трансформація в соціокультурній, економічній та політичній сферах впливає на необхідність детальнішого дослідження інноваційних тенденцій у музейній галузі. Важливим для інноваційного розвитку музейної справи є зарубіжний досвід провідних країн, зокрема Франції.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій є важливим для того, щоб музеї Франції зайняли активну позицію у впровадженні цифрових систем надання інформації відвідувачам. Новітні технічні засоби дають змогу значно розширити можливості експозицій в наданні додаткової текстової та графічної інформації, за відсутності експонатів, в організації віртуальних виставок. Необхідність технологічної модернізації музеїв зумовлена значним ускладненням умов функціонування та розвитку музеїв (Рутинський, 2018, с. 327).

Інноваційні технології – це радикально нові або вдосконалені технології, які значно покращують умови виробництва або самі є товаром. Зазвичай вони мають меншу капіталомісткість, більш екологічні та мають менше енергоспоживання. Інноваційні технології представлені інформаційними технологіями та технічними інноваціями.



Важливим інноваційним аспектом функціонування музейної справи Франції є розробка та вдосконалення інтернет-сайтів музеїв, з розширенням можливостей та інструментарію, залучення 3D-технологій. Музейна служба Франції включає аудіогіди та голографічні інновації, які знайшли своє практичне застосування в експозиційній та культурній діяльності провідних музеїв.

В експозиційну діяльність музеїв Франції впроваджуються інноваційні музейні технології – 3D-панорами. Одними з перших спроб розміщення 3D були музеї – Лувр, **Будинок-музей Леонардо да Вінчі в замку Кло-Люсі**. Наприклад, у Луврі в експозиції представлені голографічні копії цінних речей, що зберігаються у фондах музею. Копії виготовляються у вигляді голографічних скляних дисплеїв з внутрішнім шаром спеціальної фотоемульсії.

З'явилися інтерактивні музеї, наприклад французький Лувр розмістив майже півмільйона експонатів зі своєї колекції на безкоштовному сайті з інтерактивною картою. Найбільш відвідуваний музей світу зібрав відкрити онлайн-базу експонатів, що складається з 482 тис предметів. Більше половини з них вже доповнені інформацією та фотографіями. На сайті представлені твори мистецтва з колекцій восьми відділів музею, починаючи від скульптур епохи Відродження і закінчуючи єгипетськими старожитностями. Дослідити музей можна за допомогою інтерактивної карти (Паливода, 2021).

У фондовій діяльності музеїв Франції використовуються інноваційні технології – відбувається перехід на комп'ютерний облік фондових колекцій і використання голографії в музейній справі (Свецімський, 2019, с. 16).

У музейній практиці поширені QR-коди, які дають змогу швидко отримати значний обсяг інформації (до двох сторінок тексту розміром 12 пунктів у Word). Більшість музеїв долучені до проекту Google Art. Сьогодні арт-проект Google представляє колекції понад 250 музеїв світу (понад 40 тисяч робіт).

Отже, впровадження інноваційних інформаційних технологій у музеї Франції відбувається різними шляхами. Це, зокрема, поява цифрових музейних майданчиків, впровадження в музейну діяльність аудіогідів та інших технічних пристроїв, що покращують музейне обслуговування, використання QR-кодів, налагодження інтерактивного зв'язку між музейною аудиторією та працівниками у соціальних мережах. Важливим є залучення провідних музеїв Франції до проекту Google Art, що сприяє інтеграції музейної спадщини країни у світову культурну спадщину.

Загалом сучасні музеї Франції прагнуть поєднати як інноваційні, так і традиційні риси. Музейна справа адаптується до нових вимог та викликів часу, адже потенційні відвідувачі мають різноманітні способи проведення вільного часу та можливості для пізнання інформації завдяки новітнім цифровим технологіям. Саме тому музеї Франції, з їхніми унікальними експонатами можуть ще більше зацікавити нинішню аудиторію за допомогою сучасних методів музейної роботи, використання віртуального простору та передових технічних досягнень.

## ЛІТЕРАТУРА

- Паливода, Н. (2021, Березень 29). *Лувр тепер можна відвідати он-лайн – музей створив інтерактивну карту експонатів*. MIND.  
<https://mind.ua/news/20224015-luvr-teper-mozhna-vidvidati-onlajn-muzej-stvoriv-interaktivnu-kartu-eksponativ>.
- Рутинський, М. Й. (2018). *Музеєзнавство*. Знання, 2018.
- Свещіньський, Е. (2019). *Модернізація музейних експозицій*. Нова.

## ДОСВІД ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ ПІВДЕННОЇ КОРЕЇ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

**Порвіш М. Р.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Лебедева І. М.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Початок повномасштабного вторгнення змусив українців майже повністю забути про туризм. Поїздки за кордон стали вимушеними. Утім, туристичний сектор української економіки вистояв, а після завершення бойових дій наша країна має всі шанси стати популярним напрямком для подорожей (Кириченко, 2022).

Туризм в Україні знову переживає стадію перезавантаження як під час COVID-19. Однак цього разу є набагато більший потенціал до піднесення туристичної галузі.

Хоча дуже сумним шляхом, але Україна стала відомою на весь світ, і зараз головним завданням для підняття сектору туризму після закінчення війни – це просувати тури Україною за кордоном, а саме, орієнтуватися на іноземну аудиторію. Зокрема, створювати англомовну рекламу, сайти, спілкуватися із потенційними клієнтами. Також не буде зайвою ідея курсів з вивчення української мови для іноземців, що також може мотивувати туристів відвідати Україну.

На нашу думку, зараз дуже актуально просувати не лише туризм Україною, а й все українське за кордоном, використовуючи політику м'якої сили, і таким чином підігрівати інтерес іноземців до України. Найяскравішим прикладом використання політики м'якої сили є культурний феномен під назвою “Халлю” у Південній Кореї.

На сучасному етапі Республіка Корея є досить популярною країною на ринку туристичних послуг завдяки тому, що у 1980-х роках уряд Південної Кореї зробив курс на підвищення бренду своєї країни. Саме так і виник феномен під назвою “Халлю” (перекладається як “корейська хвиля”). Це явище сприяє підвищенню популяризації південнокорейської культури.

На думку деяких дослідників, “зараз Халлю, як найвпливовіша культурна сила Азії – одна з головних перемог в індустрії туризму Південної Кореї, з цим феноменом пов’язана туристська політика та імідж країни. Корейська кухня, музика, мода, туризм, кінофільми і навіть мультфільми – все це

яскраві компоненти корейської хвилі, яка накриває світ і сприяє збільшенню в Південній Кореї туристів” (Франків, 2017).

В Україні є дуже хороший потенціал для реалізації своєї, української хвилі, таким чином створюючи своєрідний бренд країни. Головною рушійною силою для такої політики є людський ресурс, а саме, мотивація громадян розвивати свою державу, просувати її за кордоном, активно заявляти про себе як націю, пишатися своєю країною і захищати її на всіх рівнях, у тому числі й культурному. Не останню роль у цьому відіграє керівництво держави, яке має підтримувати ідею просування країни та фінансування цієї культурної хвилі.

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну спричинило хвилю патріотизму та українізації всередині держави, що разом із значним потенціалом людських ресурсів може бути використано для проведення зазначеної політики.

Отже, на нашу думку, найкращим способом для просування туристичного продукту в Україні є поступове заохочення іноземців відвідувати Україну. Шляхом для реалізації цього плану є просування українських культурних здобутків, у тому числі й поп-культури, що буде підігрівати інтерес іноземців до України і в результаті мотивувати відвідати нашу державу. Попит буде створювати більше пропозицій туристичних продуктів, а далі все залежить від піар-менеджменту.

Отже, сьогоднішня ситуація в країні може стати початком відродження не лише туристичної галузі в Україні, а й України як держави загалом.

## ЛІТЕРАТУРА

- Кириченко, С. (2022, Липень 22). *Подорожі та війна: якою буде туристична індустрія після перемоги. Як війна вплинула на туристичну галузь і від чого залежатимуть темпи її відновлення? Українська правда.* <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/>.
- Франків, А. (2017). Туристична політика в Південній Кореї (туризм на “корейській хвилі”). *Студентський науковий вісник Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*, 41, 61–62.

## ТЕРИТОРІАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ШВЕЙЦАРІЇ

**Рябко Р. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Васильчук В. М.**

*Доктор історичних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Швейцарія є традиційною туристичною країною, входячи в десятку найкращих країн для туризму в Європі. Вивчення швейцарського досвіду організації туристичної діяльності, визначення її місця серед інших

європейських країн на туристичному ринку, встановлення територіальних особливостей швейцарської рекреаційної системи може стати корисним у розробці туристичних стратегій іншими країнами, в тому числі й Україні, якій після закінчення війни потрібно буде розвивати цей напрям діяльності.

Швейцарія, країна, що вражає величністю Альпійських гір, найчистішими ріками та озерами, а також естетичними природними ландшафтами. Швейцарія привернула увагу всього світу саме успіхом в екологічній сфері. За дослідженням індексу екологічної ефективності, у 2022 р. Швейцарія посіла дев'яте місце серед 180 країн (2022 EPI Results).

Гірськолижні курорти Швейцарії вважаються одними з найкращих в Альпійському регіоні, тому вивчення досвіду їх функціонування може бути корисним для туристичного ринку України з метою залучення іноземних інвесторів та налагодження сервісного обслуговування й спрямування потоків європейських відпочивальників у Карпатський гірськолижний регіон.

Швейцарія славиться своїми гірськолижними курортами. Перебуваючи в самому центрі Альп, Швейцарія має більш ніж 140 гірничо-спортивних центрів. Всі курорти Швейцарії мають зручне сполучення з аеропортами Цюриха і Женеви.

Одним з них є Сент-Моріц, суперсучасний курорт-мегаполіс, розташований на південному схилі Швейцарських Альп недалеко від Італії. Стійка погода, стабільний сніговий покрив, 1800 метрів над рівнем моря. Сент-Моріц, який часто називають “Вершиною світу”, є одним з відомих гірськолижних курортів. Сент-Моріц славиться своїми екзотичними зимовими забавами: на льоду озера разом зі скіджорінгом (кінські перегони) щорічно проводяться турніри з таких виключно літніх видів спорту, як крикет, поло і гольф. Єдиний у своєму роді чемпіонат з гольфу на льоду – з червоними м'ячами, більш доречними на снігу, ніж традиційно білі, – живописне видовище.

Інший популярний курорт знаходиться у двох селищах – Кранс і Монтана. Їх називають “селища-близнюки”, через те, що знаходяться поруч у центрі Альп. Цей курорт розташований на висоті 1500 м над рівнем моря, у 180 км від Женеви. Кранс-Монтана – унікальний за своїми кліматичними умовами курорт, що дозволяє і взимку, і влітку займатися гірськолижним спортом (льодовик Plaine-Morte), постійне місце проведення міжнародних чемпіонатів з гірських лиж. Курорт розташований на мальовничому високогірному плато серед сосен і озер, над долиною річки Рони. По місту курсує безкоштовний автобус, який підвозить лижників до підйомників.

Курорт Церматт по праву називають центром альпінізму в Швейцарії. У Церматті сніг лежить з перших чисел грудня до кінця квітня. Символ курорту – гора Серве, яка відома любителям гірськолижного спорту всього світу. Тут можна займатися гірськими лижами незалежно від пори року, як взимку, так і влітку. Спускаючись по знаменитій “падаючій” трасі FIS “National” з висоти 2627 м., можна отримати чудовий гірський загар – Церматт вважається самим сонячним курортом Швейцарії.

Інший гірськокліматичний курорт Давос розташований в Ретійських Альпах, на висоті близько 1560 метрів. Давос відомий як центр туризму

та зимового спорту, місце проведення великих міжнародних змагань. На південь і південний захід від Давоса розташований гіськокліматичні курорти Клавадель, Шпінабад. Не менш відомий у Швейцарії Інтерлакен, розташований у долині річки Ааре (ліва притока Рейну) на висоті 566 метрів.

Отже, Швейцарія – це країна, яка має значний досвід у галузі розвитку і функціонування гірськолижних курортів, вивчення якого може бути корисним для розвитку туристичного сектору України.

## ЛІТЕРАТУРА

- Патійчук, В., & Прокопчук, В. (2017). Особливості розвитку гірськолижного туризму в Альпійському туристично-рекреаційному регіоні. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*, 9, 120–126.
- 2022 EPI Results. (2022).  
<https://epi.yale.edu/epi-results/2020/component/epi>.

## ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В СКАНДИНАВСЬКИХ КРАЇНАХ

**Сандалова Д. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Васильчук В. М.**

*Доктор історичних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

На початку ХХІ ст. динамічно розвивалася глобалізація світової економіки, що в свою чергу вплинула і на розвиток міжнародного туризму в країнах Скандинавії. Зростання попиту на туристичні послуги призвело до утворення гострої конкуренції та поширення багатьох наднаціональних корпорацій у туристичній торгівлі та готельній індустрії. Досвід розвитку туризму в Скандинавських країнах є безумовно цікавим для багатьох країн у всіх відношеннях: починаючи з організації обслуговування і закінчуючи питаннями економічної ефективності.

Скандинавські країни представляють собою яскравий приклад конкурентоспроможних інноваційних економік, стабільно займаючи лідируючі місця в рейтингу конкурентоспроможності економік світу, що складається Всесвітнім економічним форумом. На відміну від більшості країн Європи, які володіють аналогічними широкими та універсальними системами соціальних гарантій, але стикаються з серйозними проблемами, як політичного, так і соціально-економічного характеру, Скандинавські країни зберігають високу динаміку розвитку. Цьому сприяє поєднання унікальних умов Скандинавських країн – історичні традиції егалітаризму, наявність у суспільстві політичного компромісу з основних питань розвитку

країн, високий рівень соціального згуртування і колективізму, широкі права профспілок. Не менш значущим умовою конкурентоспроможності економік Скандинавських країн є їх ефективна трансформація в нових умовах. В останнє десятиліття Скандинавські країни зробили масштабні зусилля у сфері інноваційного та технологічного розвитку, приділяючи величезну увагу освіті та науковим дослідженням (Ткачук, 2015).

При виборі місця для відпочинку туристи часто оминають Скандинавські країни. Вони вважають, що це холодні і нецікаві країни, в яких крім чистоти і високих цін важко знайти щось варте уваги.

Частка туризму у валовому національному продукті Норвегії невелика (близько 2%), але значення цієї галузі господарства для держави важко переоцінити: він не тільки сприяє розвитку легкої, харчової промисловості, сфери послуг, а й допомагає збереженню народних традицій і ремесл, вносить свою частку у розв'язання проблем зайнятості (тут працює понад 60 тис. постійних працівників, кількість яких доповнюється сезонними робітниками різних професій у впродовж року). На міжнародному ринку туристичних послуг Норвегія позиціонується як країна пізнавального і гірськолижного туризму, активного літнього відпочинку, із значними природними ресурсами: озера, річки та ліси. Таким чином, Норвегія є дуже дорогою для туристів. Це неминуче впливає на її конкурентоспроможність на міжнародному туристичному ринку (Ціни. Відпочинок і тури до Скандинавських країн).

Батьківщина тролів і мужніх вікінгів, Норвегія – одна з небагатьох європейських держав, яка зуміла зберегти первозданну чистоту дивовижно, неповторної природи: величні гори і льодовики, величезна кількість річок, озер, водоспадів, широкі затоки і піщані пляжі, знамениті норвезькі фіорди, національні парки і природні заповідники. Невипадково Норвегія визнана благополучною країною за рівнем економічного розвитку і тривалості життя людей.

У Норвегії представлені майже всі можливі види туризму. Це такі як екскурсійний, гірськолижний, багато видів активного відпочинку (рибалка, полювання, піші і гірські походи, верхова їзда та ін.) та екстремального туризму (рафтинг, дайвінг, сноубординг, гірські лижі). З екзотичних видів туризму варто окремо сказати про сафари, участь в якому дозволить ближче ознайомитися з норвезькою фауною. У Норвегії добре розвинена інфраструктура туризму. Ця сфера економічної діяльності стоїть на наступному місці після видобутку нафти, рибальства і деревообробки.

Отже, міжнародний туризм – провідна галузь економіки, яка дає основну частину доходів країнам в іноземній валюті. На частку міжнародного туризму в Скандинавські держави припадає величезна частина економіки цих країн. Причому ця частина збільшується з кожним роком. Сфера міжнародного туризму в країні розвинена добре і продовжує удосконалюватися (цьому сприяє уряд і країни Європи). Це сприяє покращенню міжнародного туризму і залучає новий потік туристів в Скандинавські країни.

## ЛІТЕРАТУРА

- Ткачук, А. (2015). Скандинавський шлях. Досвід реформ адміністративно-територіального устрою і місцевого самоврядування в Данії та Швеції. Логос.  
<http://sklinternational.org.ua/wp-content/uploads/2016/09/Scandinavian20way20-20BOOK.pdf>.
- Ціни. Відпочинок і тури до Скандинавських країн. Історія Фінляндії, Норвегії та Швеції.  
<http://finlandia-info.com/tsini/>.

## ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ У ТУРЕЧЧИНІ

**Сисак А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Лебедева І. М.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Сфера туризму як сучасне глобальне явище постійно розвивається, з'являються нові види даної галузі. Одним з нових популярних видів туристичних послуг є гастрономічний туризм. Це вид туризму, головною метою якого є знайомство з національними кулінарними традиціями країн світу, з виробництвом та особливостями технологій приготування страв. Гастрономічний туризм має значні перспективи розвитку, а організація “гастрономічних турів” сприяє відродженню національних кулінарних традицій. Туреччина має велику гастрономічну цінність, адже вважається, що її кухня є третьою у світі за популярністю.

Туреччина – це країна, яка має високий гастрономічний туристичний потенціал з багатою кулінарною історією. Різноманітність турецької кухні полягає в тому, що завдяки своєму унікальному географічному положенню країна увібрала в себе багато інших культур. Унікальне географічне положення, а саме сприятливий м'який клімат з родючими ґрунтами, наявність морів з трьох сторін та знаходження одразу у двох частинах світу, сприяло широкій різноманітності рослинного та тваринного світу на її території, що призвело до цікавого поєднання продуктів у стравах національної кухні.

Взаємодія між Туреччиною та різними культурами в історичному процесі, різноманітність продуктів, які використовувалися азійською та анатолійською кухнями зіграли значну роль у формуванні сучасної турецької кулінарної культури. Багато страв турецької кухні, таких як риба, оливки та страви з оливкової олії, прийшли з Візантії. Система харчування, сформована м'ясними і кисломолочними продуктами, була привезена до Анатолії самими турками, які мігрували з Центральної Азії.

Особливе місце у гастрономічному туризмі у Туреччині посідає кава. Ібрик, джезва, турка – це все не просто слова, чи назва способу приготування



кави, це ціла історія, культура та традиція. Для турків – це ритуал, правила приготування включно з культурою споживання напою. Кава по-турецьки або на піску претендує на звання найстарішого методу приготування кави в світі та включена у списку Нематеріальної культурної спадщини людства. Традиція приготування кави супроводжувала процес заручин, коли сім'я молодого чоловіка приходила в дім нареченої, щоб просити її руки. Дівчина, яку сватали, мала приготувати каву по-турецьки. Турки зазвичай п'ють каву без цукру чи солі, але не в цьому випадку. Іноді наречена, щоб перевірити любов потенційного нареченого, додавала до кави сіль. Він мав випити каву, жодного разу не скривившись, і при цьому ще й хвалити дівчину за приготовлений нею напій. Традиційно каву варили на відкритому вогні, згодом її почали варити у спеціальних пісочницях з нагрітим піском. Звідси і назва – кава на піску. Іноді споживання кави супроводжувалося ворожінням.

Традиція приготування кави не втрачає своєї популярності і сьогодні, більше того, даний метод приготування, став основою для проведення щорічних чемпіонатів World Cezve/Ibrik Championships, де баристи всього світу борються за звання найкращих у приготуванні кави в джезві (2022 Cezve/Ibrik Championship Heads to Warsaw, 2022).

Регіонально Туреччина поділяється на 7 частин, що зумовлює особливості національної кухні в кожному з них. Це позитивно впливає на розвиток кулінарного туризму в країні, адже дає можливість як досліджувати окремі локації країни, так і поєднувати їх в одну насичену подорож. Більшість внутрішніх та іноземних туристів у пошуках гастророзваг приїжджають до таких міст, як Стамбул, Газіантеп, Ізмир, Хатай, Адана, Мерсин, що робить їх світовими центрами гастрономічного туризму.

У Туреччині існує співпраця з між туристичними фірмами та місцевими ресторанами. Але поки не вироблено стабільних інструментів для поглиблення цієї співпраці з метою розвитку та просування гастрономічного туризму. Для покращення даного фактору необхідно встановити міцні зв'язки між підприємствами туристичної сфери, розважальними закладами та державними установами, що відповідають за розвиток гастрономічного туризму. Міністерство туризму та культури Туреччини вважає одним із своїх першочергових завдань сприяти розвитку гастрономічного туризму.

Отже, сьогодні гастрономія грає важливу роль у розвитку туризму. Туреччина як країна із різноманітною кухнею має усі шанси зробити гастрономічний туризм візитівкою країни.

## ЛІТЕРАТУРА

Слащева, А. В. (2020). Етнічні кухні. ДонНУЕТ. All About Turkish Coffee.

<https://www.tastepak.com/p/turkish-coffee>.

Clarke, C. 2022 Cezve/Ibrik Championship Heads to Warsaw. (2022, January 19). *Cezve/Ibrik Championship*.

<https://www.ibrikchampionship.org/2022-cezve-ibrik-championship-heads-to-warsaw/>.

## ОСОБЛИВОСТІ САМОДЕТЕРМІНАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЇ ПСИХОЛОГА

**Скляр М. Ю.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Бондаренко О. Ф.**

*Доктор психологічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Під самодетермінацією розуміють здатність людини вибирати і здійснювати вибори, відчувати себе, а не підкріплення, стимули або якісь інші сили, які також можуть виступати детермінантами її поведінки. При цьому саме людина, її переконання, бажання і прагнення виступають джерелом і причиною її поведінки, а успіхи або невдачі в діях пояснюються ефективністю саморегуляції.

Основою самореалізації особистості є цінності, характерні для особистості, що самоактуалізуються, які забезпечують їй психологічне благополуччя та задоволеність життям. Характер і зміст цих цінностей визначають загальну спрямованість людини, зумовлюють її активність та соціальну спрямованість.

Самодетермінація визначається як полімодальна емоційно-ціннісна система, що посідає особливе місце в системі ставлень особистості. Вирішальним є те, що вивчення психологічної природи самодетермінації, факторів його формування, виявлення особистісних ресурсів для формування зрілого ставлення до себе є необхідними передумовами для вивчення освітніх закономірностей і технологій самодетермінованої особистості.

Особистісна автономія є ключовою ознакою самодетермінації особистості. Автономія особистості проявляється у таких характеристиках особистості, як: самостійне цілепокладання; усвідомленість поведінки; розвинена рефлексія; гнучкість і креативність мислення і діяльності.

Життєва перспектива у самодетермінації постає як феномен майбутнього образу життєвого шляху особистості, потенційна можливість розвитку особистості; розглядається в єдності ціннісно-сміслових й організаційно-діяльнісних аспектів життєвого досвіду особистості. Визначаючи місце життєвої перспективи в структурі самодетермінації розвитку особистості, ми беремо за основу поняття образу бажаного або усвідомленого майбутнього, що відіграє активуючу, орієнтуючу та прогностичну роль в регуляції поведінки. Структурними компонентами життєвих перспектив виступають цілі, смисложиттєві орієнтації та стратегії їх досягнення.

Професійний розвиток психолога-практика в процесі професійної діяльності вимагає від професійного комплексу інтенсивної творчої роботи над розвитком власної особистості, вибору одних варіантів і відкидання інших. Фахівець повинен, перш за все, досягти найвищого

рівня розвитку мистецтва жити – особливих навичок і високої майстерності у творчому побудові свого життя, що ґрунтується на глибоких знаннях життя, впевненості в собі та володінні засобами, методами, технології, програмування, проектування та реалізація життя як індивідуально-особистого життєвого проекту.

Професійний розвиток є невід’ємною частиною персоналізації. Вона починається на етапі оволодіння професією і продовжується на наступних етапах. Причому вона не закінчується самостійним виконанням діяльності, а триває до тих пір, поки людина повністю не залишить справу і набуде певної форми і змісту.

Професійна самодетермінація людини створює умови для досягнення нею високих результатів діяльності і, тим самим, укріплення її психологічного благополуччя, оскільки дозволяє людині погоджувати наявні у неї ресурси (здібності, особистісні риси, нерозкриті можливості, задатки) для організації власної життєдіяльності в цілому і досягнення поставлених цілей зокрема.

У студентів різних курсів спостерігається різна динаміка самодетермінації в процесі професіоналізації. Для першокурсників характерні прагнення свободи вибору і підвищена значимість самостійного визначення ходу власного життя, та заодно вони відчують, що завжди життя відповідає їх очікуванням.

Студенти другого курсу переживають відчуття, що життя проживає не так, як хотілося б, але загалом мають середні показники за іншими складовими самодетермінації.

У студентів третього курсу помітно знижено показники автономії та свідомості життя, їм меншою мірою властиве відчуття свободи вибору, проте показники самовираження у цій групі респондентів здебільшого середні.

На четвертому курсі студенти більшою мірою мають високі показники самовираження, здібності до самоврядування та свідомості життя, вони сповнені надій, що стосуються майбутнього, пройшли серйозну професійну підготовку і відчують, що життя підвладне їх контролю та відповідає їхнім бажанням та потребам.

## **ЛІТЕРАТУРА**

- Самодетермінація особистості як психологічна основа її самореалізації. (2017). *Актуальні проблеми психології. Психологія обдарованості Збірник наукових праць. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України.*
- Чирков, В. И. (1996) Самодетерминация и внутренняя мотивация поведения человека. *Вопросы психологии.*
- Schwartz, B. (2000). Self-Determination. The Tyranny of Freedom. *American Psychologist.*

## РОЗЛАДИ ХАРЧОВОЇ ПОВЕДІНКИ В ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ: ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

**Танасієнко А. Є.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Кириленко В. Г.**

*Кандидат психологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

В теперішніх реаліях проблема розладів харчової поведінки набула гострої актуальності. Сучасні тенденції, культурні фактори, активність ЗМІ, стандарти краси, якість та темп життя мають безпосередній вплив на особистість людини. Зокрема, її самооцінка, самоставлення, ціннісні орієнтації, установки зазнають найбільших змін. Бажаючи відповідати так званим “нормам” суспільства, люди схильні використовувати будь-які засоби. Адже часто приваблива зовнішність прирівнюється соціальному успіху.

У разі виникнення проблемних обставин та негарздів найлегшим способом зняття напруги та пониження рівня стресу є їжа. Це доступний метод, який послуговує приемним стимулом задоволення потреб та переживання будь-яких емоцій. Однак, як тільки їжа перестає виконувати лише базисну функцію – підтримання гомеостазу і посідає високе місце в ієрархії цінностей індивіда, тоді річ йде про розлади харчової поведінки.

Розлад харчової поведінки – це будь-який розлад, що характеризується головним чином патологічними порушеннями ставлення та поведінки, пов’язаних з їжею. *Когнітивно-поведінкові* психотерапевти притримуються думки, що розлади харчової поведінки викликані певними психопатичними станами такими як депресія, наявність *дисфункціональних думок і припущень, нервовими розладами*.

Виділяють три види порушень харчової поведінки: нервова анорексія, нервова булімія і розлад за типом переїдання. Нервова анорексія характеризується зникненням апетиту та відмови від їжі через психологічні причини і страх набору ваги. Такий розлад призводить до низької маси тіла, яка є небезпечною для організму. Головна ознака нервової булімії – компенсаторна поведінка, що супроводжується штучно викликаним блюванням або надмірними фізичними навантаженнями. Крім того, такий розлад супроводжується приступами голоду і переїдання. Компульсивне переїдання характеризується повторюючими епізодами поїдання великого обсягу їжі, при цьому почуття контролю над собою втрачається (Фатеева, 2021: 37).

Шебанова Віталія & Яблонська Тетяна (2019) виділяють психологічні особливості осіб з розладами харчової поведінки: самоізоляцію, відчуття власної “ненормальності”, суперечливість почуттів та розірваність Я-концепції, активність примітивних захисних механізмів, *соматизація*

здоров'я, але наявність різних груп осіб з розладами харчової поведінки в Інтернет-мережі, дозволяє обмінюватись інформацією щодо новітніх підходів у її нормалізації.

На думку Абсаямової Л. М. (2019, с. 44), у порівнянні з юнаками та чоловіками, дівчата й молоді жінки захворюють на порушення харчової поведінки в 10 разів частіше. В результаті було виділено декілька типів харчової поведінки жінок: за ступенем адекватності (адекватна, неадекватна); за параметром норми (нормальна, девіантна); за ознаками (залежна, активна, гнучка, ригідна); за походженням (рефлекторна, вроджена, набута).

Причини та умови виникнення розладів харчової поведінки є різноманітними, тому необхідно враховувати роль широко аспектних факторів та їх вплив на поведінку особистості. Абсаямова Л. М. (2019) виділяє декілька основних чинників розвитку порушень харчової поведінки. Соціальний тиск – один з лідируючих чинників. Задоволення соціальних потреб є однією з найважливіших детермінант вибору стилю харчової поведінки сучасної молоді. Саме в підлітковому та ранньому дорослому віці виникають розлади зазначеного типу. Навмисна зміна харчової поведінки є інструментом контролю фізичних перетворень, що відбулися після статевого дозрівання та дорослішання. Наступний фактор, що впливає на появу розладів харчової поведінки – сім'я та найближче оточення. Критичні зауваження відносно маси з боку цих людей нерідко провокують занижену самооцінку та занепокоєння формою тіла. Втім, порушення харчової поведінки виникають також у тому випадку, якщо у членів сім'ї відзначалися розлади такого типу. Останні дві причини – це інші психологічні проблеми (розлади настрою, когнітивні розлади тощо) та біологічні чинники.

В якості психодіагностичного інструменту застосовуються тест на наявність розладів харчової поведінки Eating Attitudes Test – Eat 26 й опитувальник для визначення рівня самоставлення В. В. Століна та С. Р. Пантелеєва. Емпірична частина дослідження проводиться на базі Київського національного лінгвістичного університету серед студентів 2–4 курсів.

Підсумовуючи вище сказане, варто наголосити, що наслідками порушеної харчової поведінки є виражені порушення соматичного здоров'я та рівня психосоціального функціонування.

## ЛІТЕРАТУРА

- Абсаямова, Л. М. (2019). Психологія харчової поведінки жінок: розлади та корекція. [Дис. д-ра псих. наук].
- Фатеева, М. С. (2021). Психологічні особливості самоусвідомлення осіб з орторексією. [Дис. д-ра філософії].
- Шебанова, В. & Яблонська, Т. (2019). Нікнейм як засіб мовної самопрезентації в Інтернеті осіб з порушеннями харчової поведінки. *Psycholinguistics*, 25 (1), 409-430. DOI: 10.31470/2309-1797-2019-25-1-409-430

## ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНОЇ СФЕРИ УКРАЇНСЬКИХ БІЖЕНЦІВ

**Ткаченко М. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Зінченко О. В.**

*Кандидат психологічних наук*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Конфлікт в Україні обумовив появу значної кількості біженців від війни, які покинули свої домівки в пошуках безпеки в інших частинах України або переїхали в інші країни. Такі люди пережили опинилися в новому соціальному й культурному середовищі, що поглиблює травму отриману від воєнних дій. Очевидно, що емоційна сфера біженців характеризується низкою особливостей. Розглянемо їх більш детально:

1. Травма та посттравматичний стресовий розлад.

Причини травми у контексті війни можуть бути різноманітними – руйнування житла, смерть близької людини, знущання і насильство ворожих військ, фізичні каліцтва внаслідок бойових дій. Відповідні переживання можуть спричинити появу посттравматичного стресового розладу (ПТСР), що проявляється у кошмарах, спогадах, гіпертривожності. За результатами досліджень, поширеність ПТСР перебуває в діапазоні від 25% до 70% (van Toogenburg et al., 2020).

2. Депресія і тривога.

Депресія й тривога є поширеними розладами психічного здоров'я серед українських біженців війни. Депресія може проявлятися різними шляхами, наприклад через почуття безнадії, втрату інтересу до життя, втрату апетиту й порушення режиму сну. Індикаторами тривоги є надмірне занепокоєння, проблеми зі сном і напади паніки. Поширеність депресії та тривоги серед українських біженців війни є високою – від 30% до 60%.

3. Переживання акультурації.

Акультурація – це процес адаптації до нової культури. Українські біженці від війни часто стикаються зі значними проблемами у пристосуванні до нового середовища, а саме – мовними бар'єрами, культурними відмінностями, дискримінацією (Картунов, 1999). Акультурація може вплинути на емоційну стабільність людини, оскільки відображає переживання соціалізаційних аспектів особистості.

4. Соціальна підтримка.

Соціальна підтримка має вирішальне значення для психічного здоров'я та емоційної стійкості українських біженців. Соціальна підтримка може надходити з різних зовнішніх джерел – родини, друзів, членів громади. Цей феномен формує у біженців почуття причетності, зменшення усвідомлення ізоляції. Підтримка часто проявляється у практичній допомозі – пошуку житла, працевлаштуванні, полегшенні доступу до медичного обслуговування.

## 5. Стигматизація.

Стигматизація є важливою проблемою для українських біженців війни що може суттєво вплинути на їх емоційну стабільність. Стигма може виникати з різних джерел, таких як дискримінація, негативні стереотипи та упередження. Цей феномен може провокувати почуття самотності, депресивні прояви, відчуття відчаю.

## 6. Суперечність культурних аспектів.

Українські біженці від війни часто мають культурні переконання та звичаї, які відрізняються від вірувань та звичаїв приймаючої спільноти. Наприклад, можуть не співпадати переконання щодо психічного здоров'я та хвороби, релігійні вірування, уявлення про гендерні ролі, специфіка ставлення до дітей та старших, позиція щодо фінансово-економічних питань (Костира, 2018).

Підсумовуючи, українські біженці від війни мають унікальні емоційні характеристики. Акультурація, соціальна підтримка, стигматизація та культурні переконання та практики – усі ці чинники впливають на емоційні показники особистості українських біженців. Дослідження цих факторів має вирішальне значення для зміцнення психічного здоров'я та благополуччя означеної категорії осіб.

## ЛІТЕРАТУРА

- Van Toorenborg, M. M., Sanches, S. A., Linders, B., Rozendaal, L., Voorendonk, E. M., Van Minnen, A., & De Jongh, A. (2020). Do emotion regulation difficulties affect outcome of intensive trauma-focused treatment of patients with severe PTSD? *European Journal of Psychotraumatology*, *11(1)*, 1724417. <https://doi.org/10.1080/20008198.2020.1724417>
- Картунов, О. В. (1999). *Вступ до етнополітології: науково-навчальний посібник*. с. 300.
- Костира, І. О. (2018). Культурна політика України в умовах євроінтеграції. *Науковий вісник. Гілея*, *131*, 384–387. <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/grail-of-science/article/view/15600>

## ЗМІСТ ПОНЯТТЯ ПСИХОЛОГІЧНА КУЛЬТУРА ПЕДАГОГА

**Харламова М. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Кучеровська Н. О.**

*Кандидат психологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Психологічна культура педагога – це багатогранне поняття, що включає в себе сукупність знань із педагогіки, психології та використання цих знань в практичній діяльності: здатність бачити психологічний та душевний стан дитини, рівень розвитку пізнавальних процесів та рис характеру,



орієнтування в педагогічних ситуаціях, оцінювання їх та вибір способу спілкування із учнем. Також, уміння аналізувати свою поведінку, та вміння виявляти недоліки у своїй педагогічній діяльності та роботу над цими недоліками.

В соціально-педагогічному аспекті психолого-педагогічна культура постає як явище соціальне, як характеристика особливостей психолого-педагогічної взаємодії поколінь, як засіб педагогізації навколишнього середовища.

Її носіями і творцями виступають педагоги, батьки, громадські установи установи і заклади. В аспекті діяльності педагогічних закладів психолого-педагогічна культура досліджується як сутнісна характеристика середовища, способу життя, особливостей психолого-педагогічної системи, як процес її руху до нового якісного стану.

В індивідуально-особистісному аспекті вона розглядається як вияв сутнісних властивостей особистості, професійної діяльності і спілкування педагога .

Готовність педагога до професійної діяльності залежить від рівня розвитку психологічної культури та рівня загальнолюдської культури взагалі, від отриманої загальної і професійної освіти.

Поняття “психологічна культура”, на думку Н. Обозова, складається з трьох компонентів :

- 1) розуміння та знання себе й інших людей;
- 2) адекватна самооцінка та оцінка інших людей;
- 3) саморегулювання особистісних станів і властивостей, саморегуляція діяльності, регулювання стосунків з іншими людьми.

Психологічна культура включає в себе як освіченість, так і основні параметри розвитку особистості. До того ж індивідуальна психологічна культура не може розглядатися за межами контексту тієї культури, в якій людина виросла, живе, вона включає в себе риси як загальнолюдської, так і національної, соціально-стратової культури, вичерпуючи її переваги у просторі та часі .

Психологічна грамотність – це основа психологічної культури. Психологічна грамотність означає оволодіння психологічними знаннями (фактами, уявленнями, поняттями, законами), уміннями, символами, правилами і нормами у сфері спілкування, поведінки тощо.

Психологічна грамотність може виявлятися у світогляді, ерудиції, усвідомленості з приводу різноманітних явищ психіки як з погляду наукового знання, так і з погляду життєвого досвіду щодо традицій, звичаїв, безпосереднього спілкування людини з іншими людьми тощо.

Психологічна грамотність обумовлює оволодіння системою знаків і їх значень, способами діяльності та способами психологічного пізнання . Основна відмінність психологічної грамотності від компетентності полягає в тому, що грамотна людина знає, розуміє (наприклад, як поводити себе, як спілкуватися в тій чи іншій ситуації), а компетентна – реально та ефективно може використати знання в розв’язанні тих чи інших проблем. Завдання

розвитку компетентності – не просто більше й краще знати про людину, але й застосовувати ці знання на практиці.

Отже, набуття професіоналізму закладає відповідну модель і стандарт поведінки, яка впливає на всю організацію навчально-виховного процесу – від найнижчої до глобальної, оскільки створює єдність, яка характеризує професійну групу як віртуальне суспільство.

Тобто, будь-яка діяльність може успішно здійснюватися лише за умови готовності до її виконання. Готовність до професійної педагогічної роботи – це наявність певного рівня сформованості у педагога знань та умінь, щоб здійснювати педагогічну діяльність.

Готовність до педагогічної діяльності – це багаторівнева характеристика особистості, яка включає систему мотивів, установок, спеціальні знання, уміння та навички, які дозволяють суттєво підвищити ефективність навчально-виховного процесу.

Психологічні знання у будь-якому суспільстві мають загальні риси, завдяки яким вони відрізняються від економічної, політичної та ідеологічної складової у суспільстві – це творення людини як єдиного джерела соціального світу.

## **ЛІТЕРАТУРА**

- Рибалка, В. В. (2003). Методологічні питання наукової психології (Досвід особистісно центрованої систематизації категоріально – поняттєвого апарату). Ніка-Центр.
- Іванова, Т. В. (2003). *Культурологічний підхід до формування педагогічної майстерності*, 83–95.

## **КУЛІНАРНІ ТРАДИЦІЇ ІТАЛІЇ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ**

**Хмаріна А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Кучерява Г. О.**

*Кандидат географічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Кулінарні традиції Італії відіграють ключову роль у розвитку гастрономічного туризму в країні. Італійська кухня відома своєю унікальністю та автентичністю, приваблює багатьох туристів з усього світу.

Туристи відвідують Італію, щоб скуштувати оригінальні страви національної кухні, ознайомитися з місцевими традиціями їх приготування та подачі. Гастрономічні тури, кулінарні курси та майстер-класи стають все більш затребуваними серед туристів, які хочуть ознайомитися з італійською кухнею та культурою.

Італія характеризується різноманітністю типових регіональних продуктів. *Кухня північної Італії* зазнала значного впливу з боку Швейцарії, Австрії та Франції. Знаходячись у долині річки По, що відома своїми родючими ґрунтами, цей регіон знаний різноманітними молочними продуктами. Популярними є сири пармеджано реджано, горгонзола та маскарпоне, які є незамінними інгредієнтами багатьох регіональних страв.

Однією з найвідоміших страв північної Італії є ризотто. Базовими компонентами цієї страви є рис та бульйон. Сьогодні існує безліч рецептів ризотто. Зазвичай до рису додають шафран, овочі, морепродукти, м'ясо, сир. Ризотто по праву вважається одним із найсмачніших кулінарних символів Італії, його подають як гарнір або основну страву.

Ще однією класичною стравою північної Італії є оссобуко – повільно приготована теляча гомілка, яку зазвичай подають із вершковим ризотто. Серед інших м'ясних страв цього регіону також відомим є брасато – тушкована яловичина, яку часто подають з полентою – кукурудзяною кашею, що є дуже корисною та поживною.

Також Північна Італія славиться своїми десертами, до яких найчастіше включають ситні молочні продукти та горіхи. Одним із класичних десертів цього регіону є панеттоне – солодкий хліб, що містить цукати та горіхи. Його традиційно подають під час різдвятих свят.

*Центральна Італія* – це кулінарна скарбниця, де кожна провінція може похизуватися своїми унікальними стравами. Регіон відомий використанням простих свіжих інгредієнтів і традиційними рецептами приготування їжі, які передавалися із покоління в покоління.

Тоскана, зокрема, відома своєю сільською кухнею, яка підкреслює простоту у використанні місцевих продуктів. Однією з найпопулярніших тосканських страв є флорентійський стейк – товсто нарізаний стейк, який смажать на відкритому вогні та подають, посипавши морською сіллю. Ще одна класична тосканська страва – паппа аль помодоро – густий суп із помідорів і хліба, який ідеально підходить для холодних зимових вечорів.

Умбрія – регіон центральної Італії, що відомий своїми насиченими смаками та ситними м'ясними стравами. Однією зі страв цього регіону, яку люблять туристи, є порчета – повільно смажена свинина, приправлена часником і диким фенхелем.

Уздовж узбережжя Адріатичного моря розташований регіон Марке, де популярними є страви з морепродуктів і фаршированих макаронів. Бредетто – рибний суп, який традиційно готується з різних видів риби та моллюсків, є класичною стравою цього регіону. Також і туристи, і місцеві мешканці люблять лазанью – страву, до складу якої входять паста, м'ясо та соус бешамель.

*Південні регіони Італії*, включаючи Кампанію, Апулію, Калабрію та Сицилію, відомі багатою кулінарною спадщиною, у формуванні якої значну роль відіграли історія, географія та клімат регіону. Південноіталійська кухня характеризується використанням свіжих, простих інгредієнтів, а також сміливих, яскравих смаків.

Кампанія – регіон, розташований на півдні Італії на узбережжі Тірренського моря. До його складу входять провінції Неаполя, Авелліно, Беневенто, Казерта і Салерно. Регіон славиться піцою та пастою. Багато хто вважає неаполітанську піцу найкращою піцою в світі з її тонкою хрусткою скоринкою та простим томатним соусом. Ще одна класична страва цього регіону – спагетті вонголе. Це макаронна страва зі свіжими моллюсками, часником і оливковою олією.

Сицилійська кухня, мабуть, найрізноманітніша та найскладніша з усіх регіонів південної Італії. Її унікальність є результатом впливу Північної Африки, Греції та Іспанії. Регіональні страви часто складаються з суміші солодких і пікантних смаків із такими інгредієнтами, як родзинки, кедрові горіхи та каперси. Однією з класичних сицилійських страв є капоната – кисло-солодка приправа з баклажанів, яку часто подають як закуску або гарнір.

Отже, можна стверджувати, що кулінарні традиції регіонів Італії дуже різноманітні. Італія є одним із найпопулярніших напрямів у світовому гастрономічному туризмі. Вивчення традицій італійської кухні – чудовий спосіб познайомитися з природними особливостями та багатою історико-культурною спадщиною країни.

## ЛІТЕРАТУРА

Best traditional Italian food by region. (2023, March 21).

<https://fullsuitcase.com/traditional-italian-food-by-region/>.

Cucine regionali: le ricette della tradizione Italiana.

<https://www.parmalat.it/magazine/dieta-sana/cucine-regionali-le-ricette-della-tradizione-italiana/>.

Tradizioni culinarie: il giro d'italia a tavola.

<https://www.bioitalia.it/it/blog/tradizioni-culinarie-a-tavola-b205.html>.

## ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИНИКИ ПРОЯВИ ЕМОЦІЙНОЇ ЗАЛЕЖНОСТІ: ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ

**Черниш А. Ю.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Кириленко В.Г.**

*Кандидат психологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Емоційна залежність – це психологічний феномен, який полягає в тому, що людина залежить від позитивних емоцій, які вона отримує від інших людей, або від різноманітних зовнішніх подразників. Людина з емоційною залежністю може витрачати значну кількість часу, зусиль та ресурсів на те, щоб отримати бажані емоції. Залежність від позитивних емоцій може мати негативний вплив на життя людини, її стосунки та здоров'я.

Емоційна залежність може виявлятися в різних формах, включаючи залежність від романтичних відносин, дружби, сімейних відносин або

професійних контактів. Дослідження емоційної залежності ведуться в рамках різних теорій та підходів. Однією з важливих причин виникнення емоційної залежності є нестача емоційної підтримки у дитинстві та підлітковому віці. Згідно з теорією Джона Боулбі, нестача емоційної підтримки у ранньому віці може призвести до формування страхів, тривоги та депресії. Важливим аспектом є вплив соціальних мереж та інтернету на емоційну залежність, яка була описана у теорії Керол Гренфілд, користування соціальними мережами може викликати залежність від позитивних емоцій, а також сприяти розвитку депресії та тривожності. Люди з емоційною залежністю можуть мати низьку самооцінку, боятися відмови, і не вміють самостійно розв'язувати свої проблеми. Вони постійно шукають підтримки від інших людей і відчувають незадоволення, коли не отримують достатньо уваги та підтримки (Ващенко О. & Соколова В., 2016).

Один з підходів до дослідження емоційної залежності – це аналіз гендерних особливостей. Гендер – соціальні ознаки, які приписують жінкам і чоловікам; пов'язані з фемінністю та маскуліністю. Гендер не є біологічною категорією: індивід не отримує гендер автоматично від народження, а набуває у процесі включення в суспільне життя. Гендерний підхід дозволяє вивчити, як саме чоловіки та жінки виражають свої емоції, що допомагає зрозуміти, які особливості прояву емоційної залежності можуть бути характерні для кожної статі.

Окремі дослідження вказують, що жінки мають більш виражені емоційні реакції та швидше реагують на негативні стимули, що може сприяти розвитку емоційної залежності. Крім того, жінки частіше використовують різні стратегії для зменшення негативних емоцій, такі як спілкування з близькими людьми та пошук підтримки, що також може бути пов'язане з ризиком розвитку емоційної залежності. З іншого боку, чоловіки можуть проявляти більш виражену прагнення до контролю за емоційними реакціями та уникання виявлення слабкостей, що також може призвести до розвитку емоційної залежності через надмірне використання адаптивних та неадаптивних механізмів регуляції емоцій. Таким чином, аналіз гендерних особливостей прояву емоційної залежності може допомогти визначити, як саме чоловіки та жінки реагують на емоції, та встановити можливі ризики розвитку емоційної залежності для певного гендеру.

## ЛІТЕРАТУРА

- Ващенко, О. М., & Соколова, В. Є. (2016). Емоційна залежність як психологічний феномен. *Наукові записки Кіровоградського національного технічного університету*, 38, 154–161.
- J. Matias Kivikangas, (2014) Gender Differences in Emotional Responses to Cooperative and Competitive Game Play / J. Matias Kivikangas, J. Kätsyri, S. Järvelä, N. Ravaja.  
<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0100318>.
- Ведишева, А. Теорія При'язаності Джона Боулбі.  
<https://taslife.com.ua/blog/attachment-theory>.

## ЕТИЧНІ ТА ЗАКОНОДАВЧІ АСПЕКТИ КОНСУЛЬТАТИВНОГО І ПСИХОТЕРАПЕВТИЧНОГО ПРОЦЕСУ: РОЛЬ ПСИХОЛОГА ПОЗИЦІЯ КЛІЄНТА/ПАЦІЄНТА

**Черняєва К.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Кириленко В. Г.**

*Кандидат психологічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Психотерапія та консультування є сьогодні актуальним й затребуваним у суспільстві напрямком професійної діяльності психолога. Нова шокуюча реальність та війна, в якій опинилась наша країна і живе наша нація суттєво скорегували та поглибили зміст психологічної допомоги і супроводу людини в різних напрямках її життя: в процесі становлення та розвитку особистості, в професійній діяльності, у процесі розв'язання сімейних питань та проблем, подолання складних життєвих обставин.

Співпраця психолога та клієнта – це дуже багатогранний та глибокий процес взаємодії. Перед психологом постають складні завдання, які вимагають постійного вдосконалення професійних вмій і, безперечно, дотримання високих професійних стандартів у роботі, передусім етичних. Саме професійні стандарти, професійна етика – це те, що забезпечує надання якісних психологічних послуг, а також захищеність інтересів як самого психолога, так і його клієнтів.

Під професійною етикою найчастіше розуміють систему моральних норм, цінностей, принципів поведінки, що слугує внутрішнім регулятором поведінки і взаємин у співтоваристві професіоналів. Етичні норми в роботі психолога базуються на загальнолюдських моральних принципах: повазі особистості, її прав та свобод, доброзичливості, прагненні працювати на благо клієнта.

Важливе місце серед них належить принципу конфіденційності та збереженню таємниці клієнта. Іншою специфічною етичною нормою є уникання фізичного контакту з клієнтами (окрім контакту, передбаченого експериментами чи техніками в процесі надання консультативної допомоги), а також соціальних контактів з ними, професійних та інших стосунків з клієнтами, окрім клієнт-терапевтичних.

Яблонська Т.М., & Булатевич Н.М. (2018), зазначають, що в основних документах, котрі вказують на етичну сторону діяльності психолога, а саме Етичний кодекс ЄФРПА (Європейської Федерації Професійних Психологічних Асоціацій) та кодексі професійної етики *Американської психологічної асоціації (АПА)*, чітко регламентована професійна діяльність психолога та виділені загальні принципи: повага прав та гідності клієнта; компетентність; відповідальність; чесність та сумлінність, цілісність (чесність, справедливість і повага до інших), професіоналізм і наукова відповідальність; повага до прав і гідності людей; турбота про благополуччя людей; соціальна відповідальність.

Проблема етичних принципів діяльності психолога, ціннісних основ його діяльності активно розробляються вітчизняними і зарубіжними дослідниками. Науковці відзначають, що професійна діяльність психолога – це робота з внутрішнім світом людини, з людською особистістю, що вимагає дотримання особливих принципів і правил етики. Ця “практична” етика консультанта спирається на узагальнене уявлення про психічну реальність, “карту душі” клієнта (тобто на психологічну теорію, якою керується спеціаліст), а також на парадигму життя психолога, емоційно-ціннісне ставлення до нього. Все це є тією основою, на якій будеться психологічний вплив на людину, визначає його вектор і глибину. Зрозуміло, що задекларовані етичні принципи є лише загальними рекомендаціями щодо психологічної практики. Жоден етичний кодекс не може встановити, що є правильним в конкретній проблемній ситуації, але він є хорошим підґрунтям для прийняття таких рішень і виконує важливі функції, оскільки інформує як консультантів, так і їх клієнтів, а також широку громадськість щодо тих функцій та зобов’язань, які бере на себе психолог; є основою відповідальної практики, а також захисту клієнтів від неетичних дій консультанта; є базою рефлексії та вдосконалення психолога.

В межах нашого дослідження підіймаються проблема розподілу відповідальності психолога і клієнта; проблема “професійної моди”, що проявляється у гонитві за новими підходами і методиками і що не дозволяє опанувати їх досконало; надмірне експериментування щодо методів надання допомоги і використання клієнтів як “матеріалу” для наукових досліджень, що відсуває на другий план власне допомогу клієнтові; спокуса спекуляції на відсутності загальноприйнятих критеріїв оцінки ефективності консультаційної роботи, що створює ризик несумлінної роботи психолога. Перспектива дослідження проблеми професійної етики психолога вбачається в ракурсі трансформації процесу професійної підготовки майбутніх фахівців-психологів, оскільки саме звернення до ціннісної та етичної проблематики в процесі навчання має значний потенціал для розвитку їх професіоналізму.

Також треба зазначити, що більш ретельна увага до вдосконалення, конкретизації та своєчасного внесення змін згідно з успішними світовими практиками, з етнічною поправкою, до загальноприйнятих етичних регламентів, стандартів та розробка критеріїв оцінки ефективності консультаційної роботи, значно поліпшили ситуацію щодо розвитку професійної етики в нашій країні.

## ЛІТЕРАТУРА

- Яблонська, Т. М. & Булатевич, Н. М. (2018) Етичні виміри діяльності психолога в практиці психологічного консультування. *Psychological journal*, 5(15).  
<https://doi.org/10.31108/1.2018.5.15>
- Горбунова, В. В. (2005) Етичні та правові аспекти психологічних досліджень. *Практична психологія соціальна робота*, 3, 18–23



## ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**Шаповалов А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Лебедева І. М.**

*Кандидат історичних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Природні ресурси – це особливості природи, природні та природно-технічні геосистеми, об’єкти і явища природи, їх компоненти і особливості. Наявність і різноманітність природних ресурсів впливає не лише на організацію туристичного бізнесу, а й відбивається на економічній ефективності функціонування регіону.

Житомирська область утворена 22 вересня 1937 року. Вона посідає одне з провідних місць в Україні щодо обсягу природних ресурсів.

Великою цінністю цього регіону є ліси, якими вкрита третина його території. Площа земель лісового фонду області перевищує 1 млн. га. На кожного жителя області припадає 0,7 га лісу, по Україні – 0,2 га. Показник лісистості – 31,3%, тобто Житомирщина займає четверте місце в Україні після Закарпатської (50%), Івано-франківської (39%), Рівненської (35%) областей. Найбільшу лісистість в області мають Овруцький та Олевський райони, де вона відповідно становить 59% та 63%.

Рекреаційно-оздоровчі ліси становлять 70,3% загальної площі лісів області, що дозволяє організувати як санаторно-курортне оздоровлення так і спортивно-оздоровчий та екскурсійно-пізнавальний відпочинок. За рахунок переважання хвойних порід в області сформувався мікроклімат, який позитивно впливає на відновлення людського організму та лікування дихальних шляхів.

Важливим чинником, який впливає на можливості розвитку багатьох видів туризму є рельєф. Незважаючи на те, що територія області в основному рівнинна, туристичну привабливість рельєфу області визначає Словчансько-Овруцький кряж, природа якого надзвичайно схожа до краєвидів Закарпаття. Це – перлина Житомирського Полісся. Абсолютна висота його над рівнем моря 320 метрів, він простягається більш ніж на 60 км, маючи ширину 5 км на сході і 14-20 км на заході. На цій території можна побачити мальовничі скелі кристалічних порід, Каньйони глибиною 80 м з невеликими, але бурхливими річками. Значний інтерес для дослідників кряжа викликає походження лесу на ньому. Лес – карбонатна глиниста порода, характерна для лісостепової та степової зон України. Саме на основі лесу сформувалися чорноземи України – найбільше наше багатство. Словчансько-Овруцький кряж багатий джерелами кришталево-чистої води. У багатьох селах ці джерела вважають святими і чудодійними.

Привабливими для туристів є такі особливості рельєфу, як скелі: “Голова Чацького”, яка розмістилася на схилах Тетерева, “Баранячі лоби”, “Велетенські котли”, “Ольжині купальні”, які можна побачити на околицях Коростеня, скеля “Кам’яний гриб” біля Новоград-Волинського. Пісковики з відбитками

викопних рослин третинного періоду збереглися на скелі “Волянщина” Володарського Волинського району на правому березі річки Ірші.

Важливою складовою природних багатств Житомирщини є значні водні ресурси. На території області протікає 221 річка загальною довжиною 5366 км. Найбільша річка регіону – Тетерів, на берегах якої розміщені численні бази відпочинку, санаторії та профілакторії. Перспективними для розвитку водного туризму є річки Случ, Уборть, Горинь.

Бальнеологічні ресурси області представлені радоновими водами та лікувальними грязями. Широко відомий бальнеологічний курорт “Денеші”, розташований за 22 км від Житомира. На північному заході області поширені торф’яні лікувальні грязі. Відоме в області Зарічанське родовище, яке багате на гіпсові і купоросні торфи з мінеральним грязьовим розчином.

На території Житомирщини нараховується 23 парки – пам’ятки садово-паркового мистецтва, у тому числі 5 загально-державного і 18 місцевого значення загальною площею 361,84 га. На території Олевського і Овруцького районів розміщується найбільший в Україні за площею Поліський природний заповідник. На жаль, значна частина його території зараз закрита для масового туризму, відпочинку оздоровлення через згубний вплив наслідків катастрофи на ЧАЕС.

Таким чином, Житомирська область має надзвичайно багатий природний потенціал, але вона не належить до лідерів серед областей України за показниками розвитку туризму. Уже більше року розвиток туристичної галузі на Житомирщині, як і на Україні загалом, повністю зупинила агресивна, загарбницька російська війна. Після нашої перемоги туризм на Житомирщині, безсумнівно, буде активно розвиватись.

Зручне географічне положення, унікальність природи і мальовничі ландшафти створюють передумови для того, що б цей регіон зайняв важливе місце в міжнародному туризмі.

## ЛІТЕРАТУРА

- Івченко, А. С. (2010). *Вся Україна*. Картографія.  
Костриця, М. М., & Костриця, М. Ю. (2009). *Житомирщина туристична: краєзнавчі нариси*. Полісся.

## FEATURES OF THE VALUES AND MEANING'S SPHERE OF THE PERSONALITY IN TERMS THE CONDITIONS OF CHRONIC SOMATIC DISEASE

**Mazur V.**

*Kyiv National Linguistic University*  
Scientific supervisor: **Bondarenko O. F.**  
*Doctor of Psychological Sciences, professor*  
*Kyiv National Linguistic University*

The current state of the problem of the values and meaning's sphere of an individual in the situation of a chronic somatic disease requires consideration of

not only from the point of view of the medical aspects of the disease, but from the social and psychological factors that accompany the course of the disease as well (Mykolaeva, 1987).

The conditioning of somatic diseases by mental factors has been known since ancient times. Since the 19th century, attempts have been made to understand the causes, mechanisms, factors and conditions of the development of somatic diseases. All attempts to somehow explain the development of somatic pathology led to the development of various theories and concepts united under the term “psychosomatic”. In the modern sense, the term “psychosomatics” combines the biological, psychological and social aspects of suffering (Royal, 2023).

The topicality of the problem of the relationship between the physical and the mental has been manifested in recent decades, first, by the desire to study the cause-and-effect relationships between somatic and mental factors in the etiopathogenesis of many somatic disorders according to their clinical picture, as well as to relate them to the patient’s personality.

A chronic somatic disease leads to a decrease in the level of a person’s mental capabilities in carrying out activities, to limited contacts with other people, to a change in the objective place in life, and thus, to his internal position in relation to all the circumstances of life and to himself. The disease, being included into the social situation of development, changes the terms of many types of activities’ order, which leads to the appearance of certain psychological consequences that significantly affect the course of the formation of a person (Sokolova, 1995). The range of possible mental changes in patients is extremely wide. These are primarily negative emotional reactions associated with the change in the physical condition of patients: anxiety, irritability, which appear in a person at various stages of the disease’s development and its treatment. Emotions have the evident subjective color; this is the individual attitude of a person to everyday events, phenomena, sensations, to various signals from the outside world and the internal environment of the organism itself. These are neurotic and asthenic states that have developed with the somatic disease at the background. A serious somatic illness can change the conditions of a person’s activity (First, 2022).

The issue of assessing the impact of the patient’s personality characteristics on the probability of occurrence, development and progression of a somatic disease is most often considered in the context of the concepts of psycho-emotional stress and mental traumatization of the individual and his mental adaptation in general. The subjective world of the patient, his attitude towards the disease, the acuteness of perception of irritations from the outside world and the internal environment of the body depend on the type of higher nervous activity, the temperament that has developed as a result of the implementation of hereditary determined characteristics of higher nervous activity in the external – both physical and social – environment (Maksimenko, 2007).

In the context of the mentioned above, we should note that one of the classical provisions of psychosomatics is the provision that an intense negative emotional reaction, which is a link in the activity of the psychological and somatic spheres, is in most cases blocked by the activity of the protective mechanisms

of the individual, including somatization. In this regard, it is relevant to study not only the peculiarities of personal response to psychotraumatic circumstances as personal risk factors for the formation of somatic disorders, but the specific features of the personality structure and the system of its object relations as well (Maksimenko, 2007).

## REFERANCES

- Миколаєва, В. В. (1987). *Вплив хронічної хвороби на психіку*.
- Соколова, Є. Т. & Миколаєва, В. В. (1995). Особливості особистості при прикордонних розладах та соматичних захворюваннях. *Педагогіка*.
- Максименко, С. Д. & Шевченко, Н. Ф. (2007). *Психологічна допомога тяжким соматично хворим*. Міланік.
- Bethlehem Royal and Maudsley NHS Hospitals Trust; London. (n.d.). *Patients do not demand and doctors do not misunderstand-how...: Psychosomatic medicine*. LWW. Retrieved March 19, 2023.  
[https://journals.lww.com/psychosomaticmedicine/Citation/2006/11000/PATIENTS\\_DO\\_NOT\\_DEMAND\\_AND\\_DOCTORS\\_DO\\_NOT.24.aspx](https://journals.lww.com/psychosomaticmedicine/Citation/2006/11000/PATIENTS_DO_NOT_DEMAND_AND_DOCTORS_DO_NOT.24.aspx)
- First, M. B. (2022). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders: Dsm-5-Tr*. American Psychiatric Association Publishing.

## PSYCHOLOGICAL SUPPORT OF PERSONS IN NEED OF SECONDARY PREVENTION OF CARDIOVASCULAR DISEASES

**Rakhuba A.**

*Kyiv National Linguistic University*

Scientific supervisor: **Bondarenko O. F.**

*Doctor of Psychological Sciences, professor*

*Kyiv National Linguistic University*

Cardiovascular diseases amount to 17,3 million deaths worldwide. They account for 31,5% of all deaths and 45% of all deaths from non-communicable diseases, more than twice the rate of cancer, and more than all infectious diseases, maternal and newborn diseases and malnutrition combined. Cardiovascular diseases are ones of the main causes of mortality worldwide, and Ukraine is no exception (Mishchenko, 2009).

This topic is becoming particularly relevant, since the pathogenesis and progression of these diseases are clearly related to the characteristics of the patient's psychology. His/her negative habits, due to his/her psychological attitude towards himself/herself and the environment – smoking or alcohol abuse; individual characteristics in overcoming stressful situations; reluctance to adhere to a diet and lack of adequate physical activity are all factors that determine the occurrence and progression of such diseases. So, these are the peculiarities of the psychological response to the disease that make it impossible to adequately deal with the risk factors and consequences of the disease.

A chronic somatic disease, such as a disease of the cardiovascular system, is perceived by a person as a critical situation, which leads to a change in a number of semantic and temporal aspects of the subjective picture of his/her life path and the subjective experience of his own psychological well-being. Nowadays, in modern medical psychology and medicine, a person is more often considered in the context of a certain nosological group of diseases. In many studies, the situation of the disease is considered separately, and aspects of the patient's existence are considered only within the limits of their relationship with the disease. It is important to note that the disease situation is only a part of a person's existence, and studies that study it in depth often do not take into account the person himself and the structure of his life as a whole.

The topicality of the problem is determined by the fact that the disease is reflected in the context of self-perception and self-reflection, life experience of a person and in its internal critical processing, thereby influencing the subjective experience of one's psychological well-being. Determination and taking into account the psychological characteristics of patients with cardiovascular diseases is a necessary condition for effective medical care and prevention of disease progression.

Most patients with diseases of the cardiovascular system, especially those who have suffered a myocardial infarction and impaired cerebral circulation, need psychological support. Therefore, the main goal of psychological support for a psychologist is to restore a patient after a stroke by exerting a positive psychological influence on the patient's formation of a harmonious relationship to the disease; teaching patients and persons with disabilities effective mechanisms of psychological protection in stressful situations; promoting the activation of the ability of patients and persons with disabilities to adapt to life, taking into account the limitations that have arisen in connection with such diseases.

After experiencing a cardiovascular disease, psychological disorders of the neurotic type almost inevitably occur to varying degrees. Many patients become extremely dependent on the doctor, medical staff, or family members involved in taking care of them (Melnyk, 2009).

Depression often develops after unresolved anxiety. Depression can precede cardiovascular disease and accelerate its risk and progression. On the other hand, cardiovascular disease may come first, and its presence may cause biological or behavioral changes that ultimately contribute to depression. The patient can be completely absorbed in the functions of the body and express a sense of hopelessness regarding the prospects for recovery and return to normal life. Some defense mechanisms help in psychological adaptation more than others. Trust in the doctor, reflection, the example of other patients who have already returned to work after a heart attack, allow the patient to perceive his illness correctly. With pronounced negativism, adaptation goes poorly (Gladys Mulle, 2013).

People who have had a heart attack often suffer from a constant or sudden feeling of fear that the disease may happen again or that they will not be able to recover. Therefore, along with a cardiologist, the help of a psychologist in such a case is very important and necessary. A psychologist can help cope with problems

that arose during or after a stroke and, ultimately, help a person achieve physical and mental health.

## REFERANCES

- Мельник, В. С., Куц, К. В. & Потапович, П. В. (2009). Когнітивні розлади після гострого інфаркту мозку. *Укр. невр. журн.*, 3, 16–20.
- Міщенко, Т. С. (2009) Судинні захворювання головного мозку: ситуація в світі та в Україні. *Терапія*, 12(42). 5–7.
- Gladys Mulle, J. (2013, April 6). Cardiovascular Disease, Psychosocial Factors, and Genetics: The Case of Depression. *National Library of Medicine*. Retrieved May 1.  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3639443/>

## ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ РФ

**Гончаренко Д. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Насікан Н. І.**

*Кандидат економічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Повномасштабна війна, розв'язана РФ проти України 24 лютого 2022 року, стала випробуванням для всіх – цивільних, військових, держслужбовців, і, звісно, підприємців. Цю війну можна порівняти з Другою світовою війною, її вплив на міжнародну політику, економіку, світогляд лідерів країн є неймовірним, вона сколихнула не тільки наше суспільство, а й інші країни, особливо Європи, які накладають санкції на країну-агресора, перебудовують свою економіку під сучасні реалії, в яких співпраця з нею стає не тільки не етичною, а і не надійною, а подекуди небезпечною.

Українській економіці було завдано нищівного удару, від якого вона оговтується до цих пір. Росія веде неконвенціональну війну, що тягне за собою численні витрати на відновлення інфраструктури. За даними Київської школи економіки (2023), загальна сума прямих збитків, завдана інфраструктурі країни через війну, зросла до майже \$138 млрд. У 2022 році Україна була змушена збільшити об'єм фінансування оборонного сектору до 1,6 трлн. грн., що на 100 млрд. більше, ніж весь обсяг бюджету 2021 року. Таке навантаження на економіку, відповідно, спричинило станом на вересень прискорення інфляція до 24,6% (Заражевська, 2022).

На кожному етапі війни вітчизняні підприємства стикались з багатьма викликами та ризиками. Прямим наслідком російської агресії стало фізичне руйнування значної кількості підприємств. Станом на кінець літа 2022 року загалом було пошкоджено, зруйновано або захоплено щонайменше 388 підприємств (Київська школа економіки, 2023).

На початку війни кожен українець опинився в ситуації повної невизначеності. Тільки за перший місяць війни з України в сусідні країни виїхало близько 4-х мільйонів українців, це майже 10% від всього населення. Таким чином, економіка країни втратила велику кількість працівників, що надзвичайно ускладнило роботу як малих, так і великих підприємств.

Для підприємців безпека персоналу стала одним із ключових пріоритетів. Багато середніх і великих бізнесів переїхали у безпечніші місця, щоб зберегти своє устаткування та робітників. Підприємства релокували свої потужності в західні області України, наприклад, такі підприємства, як ТОВ



“Матролюкс” (виробник м’яких меблів і матраців), ТОВ “ІМЕКС МАКС” (виробник дезінфікуючих засобів для шкіри рук та поверхонь), ТОВ “Снек Трейд Юей” (виробник натуральних снєків і чипсів) у перші ж півроку війни скористалися державною програмою з релокації (Шведа, 2022).

Однією з найбільших проблем для кожного бізнесу стало розірвання логістичних зв’язків. Тому українським підприємствам довелося вибудовувати ланцюги поставок з “нуля”, що стало неймовірно складним завданням на тлі значного удорожчання сировини, матеріалів, палива. У той же час платоспроможність покупців суттєво знизилась. Бізнес був затиснутий в лещата між високою собівартістю виготовлення товарів та низьким попитом на них.

Також підприємства зіткнулися з наслідками масованих ракетних ударів по об’єктам енергетичної інфраструктури і повинні були підлаштовуватися до нових реалій. На сьогодні більшість підприємств, в першу чергу, малого і середнього бізнесу мають генератори, які дають можливість не зупинятись і працювати навіть в умовах відключення електроенергії.

З глобальними викликами стикнулись під час війни і виробники сільськогосподарської продукції. Через російську окупацію навесні минулого року вдалося засіяти лише три чверті посівних земель. Наслідком хаотичних обстрілів зі сторони агресора стала велика кількість нерозірваних снарядів, мін, інших вибухонебезпечних предметів. Чинником, який ускладнив роботу аграріїв став дефіцит пального та погіршення логістики. Станом на червень 2022 року було зафіксовано викрадення або знищення окупантами 2281 одиниці сільськогосподарської техніки та обладнання (Оленін, 2022). Проблемою для фермерських господарств також стала блокада українських портів, яка унеможливила експорт агропродукції на світовий ринок. Це спричинило скорочення доходів підприємств та дефіцит пшениці на світовому ринку, що призвело, в свою чергу, до її подорожчання.

Отже, українським підприємствам довелося витримати чимало викликів, які, водночас, значно покращили управлінські навички їх керівництва. Виявилось, що найголовніші якості, якими має володіти топ-менеджер або підприємець в умовах війни, це гнучкість, стійкість та вміння приймати виважені рішення у стислі строки. Підприємці такого рівня є великою цінністю, і на них буде спиратись країна в післявоєнному відновленні. За рахунок отриманих в майбутньому репарацій, післявоєнної допомоги партнерів та інвестицій Україна обов’язково відбудується, і, не в останню чергу, за участі представників вітчизняного бізнесу, підприємств, організацій і підприємців, які змогли вистояти, втриматись і перемогти кожен на своєму фронті.

## ЛІТЕРАТУРА

Заражевська, С. (2022, Жовтень, 20). Видатки держбюджету-2022 зросли майже на 400 млрд грн. Кошти підуть на армію. Чи вплине це на курс та інфляцію. *Forbes Ukraine*.  
<https://forbes.ua/money/vidatki-derzhbyudzhetu-2022-zrosli-mayzhe-na-400-mlrd-grn-koshti-pidut-na-armiyu-chi-vpline-tse-na-kurs-ta-inflyatsiyu-20102022-9158>

- Київська школа економіки. (2023). Загальна сума прямих збитків, завдана інфраструктурі України через війну, зросла до майже \$138 млрд. <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-suma-pryamih-zbitkiv-zavdana-infrastrukturі-ukrayini-cherez-viynu-zrosla-do-mayzhe-138-mlrd/>
- Оленін, А. (2022, Червень, 14). Посівна воєнного часу. *LB.ua*. [https://lb.ua/economics/2022/06/14/519990\\_posivna\\_voienного\\_chasu.html](https://lb.ua/economics/2022/06/14/519990_posivna_voienного_chasu.html)
- Шведа, О. (2022, Жовтень, 2). Переїхали понад 200 підприємств. Як український бізнес релокували на Львівщину. Суспільне Новини. <https://suspilne.media/286939-pereihali-ponad-200-pidpriemstv-ak-ukrainskij-biznes-relokuvali-na-lvivsinu/>

## **КЛЮЧОВІ ПРІОРИТЕТИ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ**

**Жук Ж. С.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Насікан Н. І.**

*Кандидат економічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

В умовах війни наша країна зіткнулася із агресивною реальністю і змушена була швидко адаптуватися до неї. Невизначеність та постійні загрози зруйнували усталений режим функціонування усіх сфер життєдіяльності суспільства. У складній ситуації підвищеного ризику опинився і вітчизняний бізнес, що змусило менеджерів приймати швидкі рішення у критичних умовах, імпровізувати та докладати надмірних зусиль для підтримання діяльності організації та збереження колективу співробітників.

За даними дослідження ринку праці України, проведеного Європейською Бізнес Асоціацією (2022), 76% опитаних представників бізнесу визнали, що їх компанія зазнала змін під час воєнного стану. Найбільшу частку серед змін (23%) посіла оптимізація бізнес напрямів, переміщення (16%), реорганізація (12%), кожна четверта компанія змушена була або оголошувати про зникнення, або закрити філії і відділення, або призупинити діяльність на невизначений період. Разом із тим, жоден із опитаних учасників дослідження не планував повного закриття своєї компанії.

Філософія менеджменту за таких складних умов почала набувати виразного людиноцентричного характеру, оскільки основною цінністю стають фізична і психологічна безпека людини. Остання, стверджують Михаліцька та Караїм (2022), передбачає “умови життєдіяльності, що не сприяють порушенню цілісності особи, адаптивності її функціонування; відсутність страху або тривоги щодо задоволення власних нагальних та майбутніх потреб; стан захищеності інтересів” (с. 238).

У зв’язку з цим, особливе значення має підтримання сприятливого соціально-психологічного клімату в організації, забезпечення взаємодії

членів колективу співробітників для досягнення спільних цілей, безперечно, за умов відновлення роботи організації. Ці завдання повинен вирішувати менеджер, який зберігаючи належний власний емоційний стан, підтримує і організовує свою команду, спрямовує її зусилля на задоволення процесом і результатом праці, на успіх, що в нинішніх умовах означає – на перемогу.

З метою зниження психологічного напруження персоналу на практиці рекомендують не відмовлятися від планування робочого дня, оскільки це не тільки дисциплінує і налаштовує на результат, але й позитивно впливає на психологічний стан людини. Кожне досягнення навіть найменших планових параметрів викликає позитивну емоцію, яка дійсно сприймається як успіх, хоча і маленька, але перемога. Тут доцільно використовувати всі елементи корпоративної культури, особливо ті, які мають символічно-ритуальний характер, тобто, зберігати традиції та ритуали, яких дотримувалися у довоєнний період, ділитися жартами, підтримувати колективні заходи, які згуртовують людей і заохочують до спільного вирішення проблем, зміцнюють особистісний потенціал кожного, залучають до волонтерства.

Завдяки креативності менеджерів з персоналу у багатьох організаціях з'являються нові ритуали – онлайн-активності, які проводяться у зручний час, щоб підтримувати емоційний стан і корпоративний дух. Чимало організацій уже облаштували укриття, створили відповідний соціально-комунікаційний простір, який уможливує ефективну взаємодію колективу, безпечну працю чи просто відпочинок, заняття спортом, бесіди із психологами тощо. Наприклад, менеджери ІТ-компанії Universe докладають максимальних зусиль для виведення на новий рівень комунікацій з працівниками та турботи про них. Тому у фокусі прийнятої в компанії програми підтримки персоналу ключовими пріоритетами стали комунікація в команді, збереження психічного здоров'я та зміцнення у працівників відчуття безпеки – і фізичної, і моральної, і фінансової. Для цього, ділиться досвідом на інформаційній платформі з розвитку кар'єри Harry Monday HR Business Partner компанії Universe К. Гонтарук (2022), будь-якій формальній комунікації передуює прояв емпатії – кожен дзвінок починається зі small talk, запитань про стан та справи людини, і лише після цього співрозмовники переходять до робочих питань. Важливим є і підтримання у працівників відчуття стабільності за рахунок продовження звичних бізнес-процесів в компанії, зустрічей за стандартним графіком, плануванням бізнес-цілей на кожен квартал, підбиттям підсумків роботи за попередній період. Надзвичайно продуктивною також стала практика проведення співробітниками компанії часу разом навіть на відстані (рандом-кава двох випадково обраних колег, які домовляються про онлайн-зустріч у зручний час, або неформальні обговорення різних тем у чаті).

Отже, в сучасних умовах пріоритетами в управлінні персоналом повинні бути прозорі комунікації, сприяння розвитку командного духу, єдності, допомоги і емпатії, що дозволить і керівникам, і співробітникам організації з найменшими втратами адаптуватись до реалій і складних викликів сьогодення.

## ЛІТЕРАТУРА

- Європейська Бізнес Асоціація. (2022). Дослідження ринку праці України. <https://eba.com.ua/doslidzhennya-gynku-pratsi-ukrayiny/>
- Михаліцька, Н. Я., Караїм, О. О. (2022). Управління соціально-психологічним кліматом колективу в умовах воєнного стану. *Менеджмент і безпека в умовах війни: теоретичні та прикладні аспекти. Матеріали науково-практичної інтернет-конференції. Львів, 238–241.*
- Happy Monday. (2022). Як ІТ-бізнес підтримує співробітників під час війни: досвід Universe. <https://happymonday.ua/it-biznes-pidtrymuyc-spivrobitnykiv-dosvid-universe>

## ЗАДОВОЛЕНІСТЬ СПОЖИВАЧІВ ФУНКЦІЯМИ ПРОДУКТУ: МОДЕЛЬ КАНО, ІНДЕКС CSI

**Закорко Ю. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Богачова А. В.**

*Кандидат економічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Забезпечення позитивного клієнтського досвіду (Customer Experience, CX) – мета будь-якого успішного бізнесу. Але, незважаючи на недавню появу концепції CX, найвірнішим і найціннішим виміром клієнтського досвіду залишається задоволеність клієнтів (GII Global Research, 2022).

Задоволеність споживачів є ключовим показником успіху будь-якого бізнесу. У сучасному світі потужної конкуренції, продукти та послуги повинні не тільки задовольняти базові потреби клієнтів, а й пропонувати щось унікальне і привабливе. Для цього бізнесам потрібно розуміти, які функції та можливості продукту найбільш важливі для споживачів та як вони впливають на рівень задоволеності клієнтів (Bogachova, 2021).

Розглянемо використання моделі Кано та індексу CSI, для користувачів сучасних смарт-годинників. Ці маркетингові інструменти допомагають оцінити задоволеність споживачів функціями продукту.

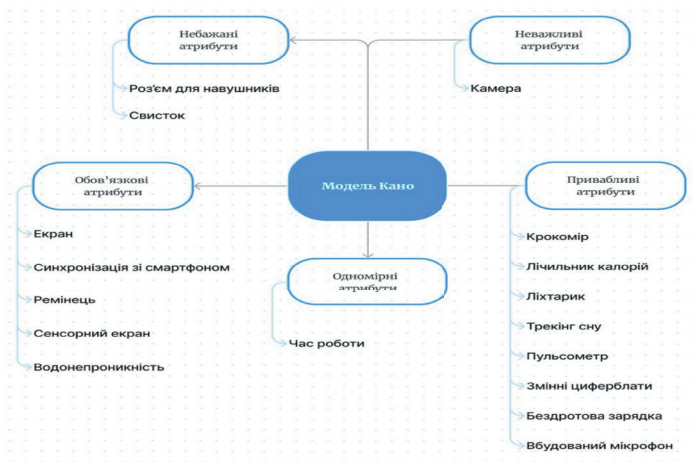


Рис. 1. Розподілення атрибутів для користувачів смарт-годинників за моделлю Кано



Рис. 2. Матриця CSI для користувачів смарт-годинників

## ЛІТЕРАТУРА

- TTI Global Research (2020). Measure, track and analyse Customer Satisfaction for CX transformation.  
<https://www.tti-global-research.co.uk/customer-satisfaction-index-csi-research>
- Bogachova, A. (2021). Improving living standards in a globalized world: opportunities and challenges. Monograph (846 p).  
[https://www.wszia.opole.pl/wp-content/uploads/2020/05/2021\\_10\\_2.pdf](https://www.wszia.opole.pl/wp-content/uploads/2020/05/2021_10_2.pdf)

## ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ

**Закорко Ю. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Богачова А. В.**

*Кандидат економічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Маркетинг є невід’ємною частиною успішної роботи будь-якого підприємства, включаючи малий бізнес.

Організація маркетингу на підприємствах малого бізнесу потребує врахування особливостей цього сегменту ринку, таких як обмежені бюджети та обмежені ресурси.

Правильне використання онлайн-маркетингу, такого як сайт компанії, соціальні мережі та електронна пошта, може значно покращити результати маркетингових кампаній на підприємствах малого бізнесу. Необхідно розробити конкретну маркетингову стратегію для кожного підприємства малого бізнесу, враховуючи його особливості, цілі та потреби потенційних клієнтів.

Ефективне управління відгуками та репутацією в Інтернеті може допомогти малим підприємствам залучити нових клієнтів та зберегти лояльність існуючих клієнтів.

Не слід забувати про важливість аналізу інтернет ресурсів конкурентів галузі, щоб оптимізувати маркетингову стратегію та досягти максимальної віддачі від вкладених ресурсів. Результати дослідження конкурентного середовища на ринку опалювального обладнання м. Київ, представлено як таблицю чек-лист для аналізу основних конкурентів галузі.

*Таблиця*

### Аналіз сайтів конкурентів ринку опалювального обладнання м. Київ

Criteria	Конкуренти			
	Фенікс	Італгаз	Спринглад	ТК Совлад
USP	Зробивши замовлення у нас, Ви в найкоротші терміни отримаєте потрібне Вам обладнання в повній комплектації і готове до експлуатації.	Здійсноємо сервісне, гарантійне і післягарантійне обслуговування устаткування і змонтованих об'єктів в комплексі.	Кудуючи у ТзОВ ІВП «Спринглад» складне інженерне обладнання для промислових цілей або побутові товари, Ви завжди можете розраховувати не тільки на кваліфіковану консультацію, але й замовити його встановлення на всій території України.	Відсутня інформація
Positioning	Ми пропонуємо весь спектр газового обладнання виробленого на Україні, в ЄС і країнах ближнього зарубіжжя.	З 2006 року успішно організовано виробництво комерційних вузлів об'їму газу, ШГРП (шафових газорегулювальних пунктів) на базі кращих імпортерних і вітчизняних комплектуючих	Оперативно реагуючи на ринкову ситуацію, підприємство почало, крім торгівлі, також надавати інжинірингові послуги.	Наш досвід дозволяє гарантувати правильний підбір і високу якість товару.
Mission	Контакти з виробниками та експлуатуючими організаціями дають нам знання зміни та досвід роботи у підборі та постачанні потрібного Вам газового обладнання.	Особлива увага приділяється монтажу систем колективних димоходів багатоповерхових житлових будинків і подальшому підключенню до них індивідуальних опалювальних котлів (автономне квартирне опалення), сервісній систем вентиляції та димовідведення.	Індивідуальний підхід та комплексне вирішення поставлених завдань дозволяє швидко займати провідні позиції на ринку, якісно виконувати всі види робіт, починаючи від проектування та закінчуючи гарантійним та сервісним обслуговуванням усього інсталюваного обладнання.	За роки роботи ми обрали найкращих виробників газового обладнання і з упевненістю пропонуємо цю продукцію нашим клієнтам.

## ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ НА РИНКУ B2B

**Ільєнко Д. М.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Оленцевич Н. В.**

*Кандидат економічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Поступовий розвиток комунікаційних технологій зумовив виникнення Інтернету як нового джерела просування та продажу товарів та послуг. Існує багато визначень Інтернет-маркетингу, але всі вони зводяться до лаконічно описаного явища як проведення маркетингової діяльності в онлайн-середовищі. До дій, за які відповідає Інтернет-маркетинг, відносяться:

- Рекламна діяльність в Інтернеті;
- Досягнення маркетингових цілей в онлайн-просторі за допомогою цифрових технологій;
- Використання Інтернету для комунікації з цифровим ринком;
- Залучення онлайн-середовища до здійснення різноманітних операцій, таких як відслідковування поставок, комунікація з клієнтами, ведення бази даних, здійснення продажів, підтримка відносин з споживачами (CRM).

Інтернет-маркетинг є одним з різновидів маркетингової діяльності, тож актуальним є співвідношення ефективності традиційного підходу до використання онлайн-простору. Велика перевага онлайн-маркетингу над офлайн-маркетингом – це точність і керованість, адже є змога визначити кількість переглядів інформації із точністю до одиниць. В інтернеті можна відстежувати динаміку статистики кліків та відвідувань, покращуючи кампанію залежно від отриманих даних. За допомогою аналітичних сервісів можна відстежувати статистику прочитання та скролінгу публікацій, час перебування на сайті, стать, вік та інші параметри аудиторії. (Іванчик).

В цілому, традиційний маркетинг та Інтернет-маркетинг доповнюють одне одного. Наприклад, якщо говорити про продукт, то Інтернет-маркетинг розширює можливість оперування з ним завдяки використанню цифрових технологій, надаючи можливість клієнту взяти участь у кастомізації продукту, використанні віртуального продукту тощо.

Найбільших змін з приходом Інтернет-технологій зазнала сфера просування. Мова йде насамперед про виникнення великої кількості інструментів Інтернет-маркетингу, так і каналів зв'язку по типу блогів, офіційних сайтів компанії та магазинів, соціальних мереж тощо. Власне тема даного дослідження присвячена різноманітним технологіям і методам просування товару чи послуги в Інтернеті.

Особливістю B2B ринку є взаємодія між двома юридичними особами, а не між постачальником і її споживачем. Прийнято вважати, що B2B-сфера характеризується формалізованим стилем прийняття рішень, у ній споживачі розглядаються як раціональні, що використовують під час покупки об'єктивні критерії. (Mitchell, King & Reast). Поширеною ситуацією на ринку B2B є



випадок, коли людина, що приймає рішення про покупку товару чи послуги, і людина, що веде переговори з відділом продажу – різні люди.

Однією з особливостей Інтернет-маркетингу в секторі B2B є набір очікувань клієнтів щодо роботи з Інтернет-магазином компанії. Для B2B характерні великі каталоги в залежності від потреб компанії, декілька прас-листів, підтримка бізнес-акаунтів, користувацькі шаблони замовлень, можливість підписатися на розсилку та відмінити її, наявність різних платіжних систем та способів платежу тощо.

У B2B маркетингове повідомлення є інформативним: воно закликає споживача (або замовника) розширити свої знання про товар чи послугу. Мета контенту – навчати, а не продавати. У деяких випадках B2B продаж може здійснитися через рік або більше після представленого повідомлення.

Затребуваність Інтернет-маркетингу обумовлена тим, що сьогодні стають актуальними і діючими маркетинговий аналіз і маркетингові дослідження в Інтернеті. Сучасний маркетинг набуває нові форми й значення завдяки активному розвитку глобальної мережі. Настає час комплексного Інтернетмаркетингу, інструменти якого ефективно працюють на досягнення маркетингових цілей компанії. (Іванчик).

## **ЛІТЕРАТУРА**

Іванчик, Т. В. *Інтернет як ефективний маркетинговий інструмент*.  
Mitchell, P., King, J., Reast, J. (2001). Brand values related to industrial products. *Industrial Marketing Management*, 30(5), 415–425.

## **ВІДБІР ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

**Кияшко Є. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*  
**Насікан Н. І.**

*Кандидат економічних наук, доцент*  
*Київський національний лінгвістичний університет*

Відбір персоналу – найважливіша функція кадрового менеджменту організації. Якість, ефективність і обґрунтованість відбору персоналу є ключовим елементом її кадрової політики, запорукою стабільної життєдіяльності, економічного розвитку, одним із чинників, що формує імідж організації. Водночас, відбір персоналу виступає фактором довгострокового розвитку людських ресурсів, оскільки його результати дозволяють враховувати індивідуальний досвід, особистісні та професійні особливості, цільові установки персоналу.

У сучасній літературі можна зустріти різну кількість заходів, які у сукупності складають технологію відбору персоналу. Так, за Кочумою і Лакутіним (2021) процес відбору персоналу включає: первинне знайомство з кандидатами; збір і обробку інформації про претендентів на вакантні

посади; оцінку якостей і особливостей кандидатів; порівняння їх якостей з вимогами вакансії; порівняння кандидатів на вакантну посаду між собою і вибір найкращого; наймання кандидатів, укладення трудових договорів. Організації можуть використовувати більш скорочену, або більш ускладнену процедуру відбору персоналу в залежності від специфіки їх діяльності, розмірів, ступеня розвитку системи управління персоналом. При цьому, на осіб, які займаються відбором персоналу, покладається важливе і відповідальне завдання – підібрати кадри так, щоб вони максимально відповідали кваліфікаційним характеристикам вакантної посади. Цей процес досить суб'єктивний, чим компетентніші менеджери, задіяні у відборі, тим ефективніше діяльність персоналу, який вони відбирають. І ключовим тут можна вважати питання методів відбору персоналу, їх оптимальної комбінації, їх ефективності.

На сьогодні процес відбору ускладнився, його завдання змінилися, а вимоги до результатів стали більш значущі. На думку Берташ, Клевець та Коханець (2022), у нинішніх реаліях необхідно відбирати кадри на майбутнє, формувати довгострокові зв'язки, що вигідно самому претенденту, адже людина рідко шукає роботу на короткий термін і кожен кандидат повинен стати “своїм” в компанії.

Зміни в управлінні персоналом виявились неминучими, саме тому на ринку з'явилися HR-технології (HR Tech), що забезпечують конкурентоспроможність організацій. Активно почали застосовуватись інформаційні технології, які автоматизують інтуїтивно зрозумілі HR-процеси або скорочують час виконання рутинних кадрових операцій. Мова йде про використання аналітики соціальних мереж. Для малого бізнесу, як зазначають Джерелюк і Зінов'єва (2020), доступним залишається лише аналіз відкритих даних з одного джерела. Якщо роботодавець хоче зробити кадровий менеджмент справжньою системою аналітики великих даних, йому доводиться зтикатись з такими проблемами, як розробка або придбання програмного комплексу для аналізу даних, забезпечення інформаційної безпеки цієї системи як з технічної, так і з нормативної сторін. Тому вкладання коштів у використання Big Data при відборі персоналу можуть бути виправдані, в першу чергу, в тих організаціях, які активно впроваджують інновації, де обсяг інвестицій в розвиток технологій досить високий, що допомагає значно знизити ризики розповсюдження інформації.

З метою кращого структурування і деталізації процесу відбору персоналу в організації, доцільним може бути створення єдиного документу, що регламентує процес відбору, де будуть зафіксовані найбільш результативні для кожної конкретної організації методи відбору. Разом із тим, цей документ не може в жодному разі обмежувати організацію в методах і способах відбору персоналу. Він повинен допускати використання менеджером з персоналу, на якого будуть покладені функції відбору, інших методів, які сприятимуть кращій адаптації зовнішніх і внутрішніх джерел відбору персоналу до поточної ситуації на ринку праці.

Отже, важливо враховувати, що персонал відбирається для реалізації цілей організації, а не тільки для виконання будь-якої конкретної роботи, тобто претендентів потрібно розглядати комплексно, враховувати їх кваліфікаційний рівень, досвід, здібності і те, як нові співробітники впишуться в соціальну структуру організації. Адже помилки, допущені при відборі претендентів, у більшості, негативно позначаються на результатах діяльності всієї організації. Основна проблема відбору персоналу полягає у виборі найбільш ефективної комбінації методів, за допомогою яких організація зможе вирішити проблему плинності кадрів, поліпшити якість виконання трудових обов'язків працюючими та підвищити продуктивність їх праці, якнайкраще задовольнити потреби у висококваліфікованому персоналі у довгостроковому періоді.

## ЛІТЕРАТУРА

- Берташ, М., Клевець, Л., & Коханець, А. (2022). Особливості конкретних методів та методик професійного відбору персоналу. *Вісник Національного університету оборони України*, 6(70), 5–13.  
<https://doi.org/10.33099/2617-6858-2022-70-6-5-13>
- Джерелюк, Ю. О., Зінов'єва, І. С. (2020). Сучасні методи оцінки ефективності менеджменту персоналу на підприємстві. *Вісник Херсонського національного технічного університету*, 2, 31–37.  
<https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2020.1.2.4>
- Кочума, І., Лакутін, Д. (2021). Метапрограмний підхід до відбору та оцінки персоналу фінансової установи. *Вісник Університету банківської справи*, 3(42), 94–101.  
[https://doi.org/10.18371/2221-755x3\(42\)2021253534](https://doi.org/10.18371/2221-755x3(42)2021253534)

## ПОБУДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

**Ковзусь Д. Є.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Данченко Л. Г.**

*Кандидат економічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Однією з ключових тенденцій розвитку можна вважати пошук нових підходів та ефективних концепцій у галузі управління персоналом. Залежно від своєї корпоративної стратегії, організаційної культури, цілей та потреб будь-яка організація має можливість обрати найбільш продуктивну методологію. При всьому різноманітті існуючих адміністративних підходів їх основним принципом, як і раніше, є визнання персоналу вирішальним фактором ефективності та конкурентоспроможності компанії.

Одна з перших заяв про концепцію управління персоналом була опублікована школою Мічиганської (Fombrun, 1984). Це твердження

ґрунтувалося на думці, що система персоналу та структура компанії мають бути організовані таким чином, щоб відповідати стратегії розвитку, звідси назва “модель відповідності”. Також існує цикл персоналу, який поділяється на чотири процеси, що протікають у кожній організації: *розвиток* – прагнення до найму висококваліфікованих працівників; *відбір* – відповідність наявних людських ресурсів робочим місцям; *атестація* – оперування значеннями ефективності діяльності; *винагорода* – методика винагороди є інструментом управління, який застосовується для стимулювання організаційної діяльності (с. 145).

Іншими основоположниками моделі управління персоналом були представники Гарвардської школи. Гарвардська схема вплинула на теорію і практику управління персоналом, зокрема те що, що управління персоналом є справою менеджерів, а чи не приватною функцією відділу кадрів. Головну роль у управлінні персоналом ці вчені віддавали керівникам середньої ланки.

Перевагою Гарвардської схеми є те, що вона: враховує інтереси всіх груп впливу; визнає важливість компромісів між інтересами власників та працівників, виражених чи прихованих, а також між різними групами інтересів; дає ширше поняття управління персоналом, включаючи вплив співробітників, організацію праці та пов’язану з цим проблему стилю управління на нижчому рівні; визнає широкий спектр впливу навколишнього середовища на вибір стратегії управління; виділяє стратегічний вибір – ця модель не керується ситуаційним чи пов’язаним із довкіллям детермінізмом (Черник, 2013).

Цілі та завдання організації досягаються шляхом застосування різних методів. Методи управління – методи впливу суб’єкта на об’єкт управління. У практиці управління, як правило, одночасно застосовують різні методи та їх поєднання. Серед методів управління персоналом поряд із загальними використовуються приватні.

Методи управління поділяють на: примуси (адміністративні), спонукання (економічні) та переконання (соціально-психологічні) (Мармаза, 2015). Адміністративні методи базуються на владній мотивації, що ґрунтується на підпорядкуванні закону, правопорядку, старшому за посадою. Для цих методів характерний прямий централізований вплив суб’єкта на об’єкт управління. Економічні способи управління спираються на матеріальні стимули, тобто. виконання певних завдань та економічну винагороду за результати роботи. Серед економічних засобів впливу виділяються планування, фінансування, ціноутворення, стимулювання, страхування.

Так, наприклад, у своїй статті Черник Л. М. (Черник, 2016) класифікує методи управління персоналом за ознакою приналежності до функцій управління (нормування, організації, планування, координації, регулювання, мотивації, стимулювання, контролю, аналізу, обліку). Більш докладна класифікація методів управління персоналом дозволяє побудувати в технологічну ланцюжок всього циклу роботи з персоналом. За цією ознакою виділяються методи: найму, відбору та прийому персоналу; ділову оцінку персоналу; соціалізації, профорієнтації та трудової адаптації персоналу; мотивації трудової діяльності

персоналу; організації системи навчання персоналу; управління конфліктами та стресами, управління безпекою персоналу, організації праці персоналу, управління діловою кар'єрою та службово-професійним просуванням персоналу; вивільнення персоналу (с.123).

Усі розглянуті вище методи управління персоналом тісно пов'язані, доповнюють одне одного разом складають єдину систему методів управління. Системний підхід до управління персоналом відбиває взаємозв'язки між окремими аспектами цього процесу; він забезпечує формування кінцевих цілей та шляхи їх досягнення і дозволяє створити адекватний механізм управління.

Таким чином, методологія сучасного управління персоналом висуває головним об'єктом управлінської діяльності людини, визначає методи управління персоналом, що сприяють формуванню трудового потенціалу працівників, що відповідає цілям та завданням організацій. Отже, система управління персоналом має дуже велике значення у розвитку будь-якої організації. Керівництво організації зобов'язане підбирати собі співробітників таким чином, щоб його потенціал був спрямований лише на благо компанії.

## ЛІТЕРАТУРА

- Мармаза, О. І. (2015). *Основи теорії менеджменту*. Планета-принт.
- Харун, О. А. (2016). Класифікація методів управління трудовим потенціалом промислових підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, 10 (2), 121–125.
- Черчик, Л. М. (2013). Стратегія управління розвитком персоналу. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*, 5, 77–85.
- Fombrun, Ch., Tichy, N., & Devanne, M. (1984). *Strategic human resource management*. Wiley.

## ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ КОМПАНІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

**Коломієць А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Богачова А. В.**

*Кандидат економічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Соціальні мережі є одним із найбільш ефективних інструментів просування бренду компанії, оскільки вони дозволяють компанії перебувати у прямому контакті зі споживачами. Для успішного просування бренду компанії в соціальних мережах необхідно розробити стратегію, яка включає вибір платформи, визначення цілей і створення привабливого контенту. Важливо взаємодіяти з аудиторією у соціальних мережах, відповідати на коментарі та відгуки, проводити опитування та акції, що сприяє збільшенню лояльності клієнтів та формуванню позитивного іміджу бренду. Реклама в соціальних

мережах дозволяє компаніям вибірково налаштовувати свою аудиторію та підвищувати ефективність рекламної кампанії, а також отримувати точніші звіти про результати. Відстеження репутації бренду у соціальних мережах є важливим елементом просування, оскільки дозволяє компаніям відреагувати на негативні коментарі та запропонувати вирішення проблем.

Аналіз результатів просування у соціальних мережах дозволяє компаніям оптимізувати витрати, коригувати стратегію та покращувати якість продуктів та послуг. Правильно просуваючи свій бренд у соціальних мережах, компанія може підвищити впізнаваність бренду та залучити нових клієнтів, що позитивно позначиться на її доходах та зростанні бізнесу.



Рис. 1. Піраміда бренду для ПРАТ «Центр реклами і сприяння міжнародному співробітництву»

## СУЧАСНІ МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

**Мелашенко А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Решетник Н. І.**

*Кандидат економічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Мотивація праці є однією з головних рушійних сил в реалізації загальної стратегії підприємства, сприяє прояву інтелектуального і виробничого потенціалу персоналу організації і забезпечує його стійке функціонування.

Теоретичні і практичні питання мотивації праці знаходяться в колі наукових інтересів вітчизняних і зарубіжних вчених, серед яких: Д. Богиня, А. Грішнова, Г. Дмитренко., Завадський, М. Карлін, В. Сладкевич, В. Врум, Ф. Герцберг,

Д. Мак-Грегор, Д. Мак-Клелланд, А. Маслоу, М. Мескон, Р. Оуена, А. Армстронг та М. Полюк.

Мотивація – це сукупність рушійних сил, що стимулюють людину до виконання визначених дій. Ці сили можуть мати як зовнішнє, так і внутрішнє походження і змушувати людину свідомо або несвідомо робити ті або інші вчинки (Кліпкова, 2014).

Важливим при роботі з персоналом є визначення їхнього відношення до праці. Саме цей фактор є ключовим при досягненні успіху діяльності підприємства. Задля визначення дійсного відношення людини до праці варто зауважити її прагнення проявляти свої найкращі духовні чи фізичні якості, використовувати в роботі свої навички та досвід. Саме поведінка, мотивація та оцінка праці є основними показниками ставлення людини до своєї роботи.

Вдосконаливши процес мотивації праці персоналу, організація зможе отримати наступне:

- підвищення результативності роботи персоналу;
- оперативне досягнення цілей підприємства;
- прозорість системи заохочування;
- зниження плинності кадрів;
- покращення психологічного клімату;
- покращення командної роботи (Зеленько, 2012).

Процес мотивації допомагає покращувати професійну характеристику персоналу. Розвинена система мотивації забезпечує залучення та утримання в організації кращих спеціалістів, а також підвищення трудової активності колективу підприємства. Через застосування різноманітних форм визнання відбувається покращення морально-психологічного стану персоналу та популяризація результатів праці кращих працівників.

Існує три види мотивування, а саме: грошове заохочення, організаційні та морально-психологічні методи.

Одним із найбільш відомих методів матеріального заохочення є індивідуальна премія. Особливістю використання цього методу є частота нагородження. Індивідуальну премію необхідно давати один раз на рік, тому що якщо робити це частіше, премія стане просто заробітною платою і втратить свою мотивуючу функцію. Важливим також є грамотне встановлення відсотку премії. Розмір премії в більшості випадків не менше 30% основного заробітку, при цьому на нижчому рівні керівництва премія повинна бути 10–30%, на середньому 10–40%, на вищому 15–50% (Козак, 2013).

Ефективність преміювання складається з грамотного вибору критеріїв, їх диференціацією залежно від місця і характеру підструктури, рівня посад, орієнтацією на вклад і підсумкові результати, гнучкість критеріїв оцінки досягнень співробітника.

Окрім економічних способів мотивації виділяють ще організаційні та морально-психологічні.

Прикладами організаційних способів мотивації є участь співробітників у справах компанії та можливість тримання нових знань та навичок (Лазарєв, 2018).



Морально-психологічні методи мотивування включають в себе:

- створення умов, які допомагали б становленню професійної гордості, особистої відповідальності за виконану працю;
- визнання;
- атмосфера взаєморозуміння, поваги.

Особливим методом мотивації виступає просування по кар'єрних сходах. Але даний метод внутрішньо обмежений, тому що на підприємстві число посад високого рівня є обмеженим, а також тягнеться збільшення витрат на перепідготовку.

Отже, мотивація персоналу є одним із ключових способів підвищення результативності роботи підприємства. Виділяють три методи мотивації: матеріальні, організаційні та морально-психологічні. Найбільш поширеним в Україні є метод грошового заохочення. Проте, лише матеріальна складова не дасть бажаного результату, якщо не компонувати її разом з іншими двома видами мотивування. Організаційні та морально-психологічні методи спрямовані більше на створення комфортного клімату всередині робочого колективу та тимблдингу.

## ЛІТЕРАТУРА

- Кліпкова, О. І. (2014). Дослідження мотиваційного процесу в аспектах формування креативного потенціалу працівників підприємства. *Європейські перспективи*, 2, 192–196. ЮНЕСКО.
- Зеленько, Г. І. (2012). Мотивація як чинник підвищення ефективності праці персоналу підприємства. *Економічні науки*, 133, 65–70. *Наукові записки НаУКМА*.
- Козак, К. Б. (2013). Мотиваційна політика підприємства як фактор його конкурентоспроможності. *Економіка харчової промисловості*, 1(17), 21–24. Фенікс.
- Лазарев, С. В. (2018). Японський варіант управління мотивацією праці персоналу. *Мотивація і оплата праці*, 1, 48–53. Весна.

## КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

**Пазич А. П.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Шульпіна Н. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Розвиток Інтернету та електронної комерції зумовив зміну маркетингового мислення та практики через необхідність розробки нових методів роботи в онлайн-середовищі. Сьогодні використання інструментів Інтернет-маркетингу є необхідним для залучення нових клієнтів і максимізації

продажів серед невпинно зростаючої кількості користувачів Інтернету. Однак, не менш важливо вміти відстежувати дієвість Інтернет-маркетингу та сформувати ключові метрики для вимірювання їх ефективності на конкретному підприємстві. Це призвело до появи розбіжності між швидкістю появи нових методів цифрового маркетингу і темпами змін методології оцінювання результатів, що здатна забезпечувати коректне вимірювання ефективності.

Інтернет-маркетинг займає вагоме місце в маркетинговій стратегії сучасного підприємства. Відповідно, Застосування цих метрик дозволяє підвищити результативність рекламних кампаній за рахунок зниження витрат та підвищення конверсії.

Ключові метрики інтернет-маркетингу залежать від цілей та стратегії компанії, проте, деякі фахівці (Rahal A.) виділяють основні типи, що дозволяють оцінити ефективність онлайн-маркетингу, фокусуючись на результативності маркетингової діяльності в Інтернеті, для розуміння поточної ситуації та її вдосконалення.

Одним з найпопулярніших показників є Коефіцієнт клікабельності (CTR) – це показник, який відслідковує кількість кліків на посилання, оголошення або контекстну рекламу відносно загальної кількості користувачів, які її побачили. Вищий CTR свідчить про те, що реклама є більш ефективною в залученні трафіку на веб-сайт.

Іншим важливим показником є Коефіцієнт конверсії (CR, який вимірює відсоток відвідувачів, які виконують бажану дію на веб-сайті, таку як покупка товару, заповнення форми зворотного зв'язку, підписки на розсилку або будь-яку іншу цільову дію. Визначення конверсії допомагає зрозуміти, наскільки ефективно на веб-сайті відвідувачі перетворюються на клієнтів.

Вартість залучення нового клієнта можна оцінити за допомогою показника Вартість залучення клієнта (CPA). Нижчий CPA свідчить про те, що маркетингова кампанія є більш ефективною у залученні нових клієнтів.

Важливим для кожного бізнесу є фінансовий аспект будь-якої діяльності. Для цього в інтернет-маркетингу використовується “Окупність інвестицій (ROI)”. Цей показник порівнює обсяг прибутку, отриманого від маркетингової кампанії, з витратами на неї. Ця метрика допоможе визначити, наскільки результативно використовується маркетинговий бюджет. Вищий ROI свідчить про те, що кампанія є більш ефективною в генеруванні прибутку.

Джерела трафіку та ефективність роботи з аудиторією вимірюються за допомогою показників розподілу трафіку, тобто аналізу відвідувань веб-сайту з різних джерел, таких як: органічний пошук, платна реклама, соціальні мережі, прямі відвідування та інше. Результати такого аналізу допомагають зрозуміти, які джерела трафіку найбільш ефективні для компанії, а які можна оптимізувати для збільшення кількості відвідувань. А, показник Кількості повторних відвідувачів показує, скільки користувачів повторно відвідують веб-сайт після першого відвідування. Визначення цієї метрики допоможе зрозуміти, наскільки ефективно залучається та утримується аудиторія.

Таким чином, ключові показники ефективності інтернет-маркетингу, що представляють собою числові значення, відображають результати роботи з реалізації маркетингової стратегії в онлайн-просторі. Вони також є ресурсом корисної інформації, необхідної для ухвалення рішень з метою досягнення поставлених бізнес-цілей.

Визначення та аналіз ключових метрик ефективності інтернет-маркетингу допомагає ґрунтовно оцінювати успішність проведених рекламних кампаній, стратегій в Інтернет-просторі та вносити покращення у поточні маркетингові заходи. Тим не менш, при використанні даних інструментів варто пам'ятати, що кожна компанія має свої унікальні потреби та цілі, тому метрики та їхня пріоритетність можуть відрізнятися для різних підприємств. Тому, незалежно від того, які основні метрики обирає маркетолог, важливо мати можливість аналізувати та моніторити дані показники на постійній основі, щоб досягнути кращих результатів просування бізнесу в Інтернеті.

## ЛІТЕРАТУРА

- Роль КРІ в інтернет маркетингу. 14 основних формул. Msystem.  
<https://msystem.com.ua/ua/rol-kpi-v-internet-marketingu-14-osnovnih-formul/>.
- Magill P., Moorman C. (2022). Do your marketing metrics show you the full picture? Harvard Business Review.  
<https://hbr.org/2022/04/do-your-marketing-metrics-show-you-the-full-picture>.
- Marketing metrics: what they are, and how to use them to measure the success of your outreach. Salesforce.  
<https://www.salesforce.com/in/blog/2021/11/marketing-metrics.html>.
- Rahal A. (2021). Measuring success: six digital marketing metrics and kpis for 2021. Forbes.  
<https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/people/amineralah/>.

## ОСОБЛИВОСТІ БРЕНДИНГУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

**Пожидаєв О. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Лиса С. С.**

*Кандидат економічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Проблеми маркетингу в системі освіти досить давно вивчаються фахівцями і досі не втратили своєї актуальності. Маркетинг освітніх послуг часто визначають як інформаційно-аналітичне задоволення освітніх потреб населення з урахуванням потреб ринку праці та можливостей системи освіти.

Проблему маркетингу в системі вищої освіти можна розглядати з двох взаємопов'язаних і взаємообумовлених боків: по-перше, з точки зору застосування маркетингового підходу до стратегії розвитку вищих навчальних закладів; по-друге, з точки зору якості викладання цієї дисципліни та її розділів усередині вишів.

Розглядаючи перший аспект проблеми, ми стикаємося з особливостями освітніх послуг, серед яких фахівці відзначають нематеріальність, невіддільність від суб'єкта, що надає послугу, обов'язковість участі у виробництві послуги її споживача, який відіграє при цьому активну роль, відтермінованість прояву результатів освіти тощо. Освітні послуги належать до того типу послуг, якість яких важко однозначно визначити, навіть після споживання.

Слід зазначити, що якісна освіта – один з головних факторів фінансової захищеності і водночас саме освіта є надзвичайно важливим чинником економічної нерівності. Сьогодні в Україні соціально-економічний статус тісно пов'язаний з рівнем освіти: якщо серед осіб з повною вищою освітою частка бідних становить 11%, осіб із середніми доходами – 35%, а заможних – 7,5%, то серед тих, хто має лише повну загальну середню освіту (тобто не має системної професійної підготовки) бідних 29%, осіб із середніми доходами – 18%, а заможних – 2%.

Наявність вищої освіти у 2,3 рази знижує ризик бідності і в 1,6 рази підвищує імовірність отримання середніх доходів, значною мірою впливає і на спосіб життя, зокрема споживчу поведінку. Так, серед осіб з вищою освітою значно більше тих, хто робить заощадження – 14% проти 6% серед людей, які не мають навіть середньої освіти. Населення з вищою освітою витрачає більшу частину коштів (навіть за їх обмеженості) на навчання своїх дітей. Серед тих, хто за допомогою банківських кредитів будує собі житло, особи з вищою освітою становлять близько 90%.

З урахуванням вищесказаного, з точки зору вищих навчальних закладів важливим, і, мабуть, найбільш значущим фактором є створення стійкого іміджу та довгострокової споживчої переваги. Це завдання розглядається в рамках брендингу, самостійного розділу дисципліни маркетинг.

Брендинг – це комплекс заходів, процес зі створення довгострокової споживчої переваги при купівлі (або споживанні) конкретного маркованого товару (або послуги). Своєю чергою, бренд – це послідовний набір функціональних, емоційних і самовиражальних обіцянок цільовому споживачеві, які є унікальними, значущими і важко імітованими (Кучерук, 2013, с. 225)

Ринково-орієнтоване управління університетів вже давно набуло популярності в США, Канаді та Західній Європі. З одного боку, університет має риси підприємства, але з іншого, – суттєві відмінності. В умовах конкуренції, яка з кожним роком загострюється, університети вимушені знаходити та розвивати власні переваги над іншими університетами.

Наявність цікавих ідей удосконалення університету в цілому, а також кваліфікованих викладачів, наукових досліджень світового значення, кращої репутації і навіть розташування – все це безпосередньо впливає на конкурентоспроможність навчального закладу. Отже, конкурентні

характеристики університету прямим чином залежать від його зв'язків із зовнішнім середовищем та маркетинговою стратегією. Але найважливішим при цьому стає вираження унікальності навчального закладу, формування його власного іміджу. Тобто, на сьогоднішній день неабиякого значення для розвитку університетів набуває брендинг.

Найповніше суть бренду може бути розкрита при розгляді його складових фізичні властивості, раціональні переваги, емоційні переваги. Саме сила емоційних переваг найчастіше рухає багатьма споживачами. Зміцнюючи цю сферу, вищі здатні підвищувати свій імідж у очах цільової аудиторії.

Мета брендингу – довгострокова споживча перевага – може бути досягнута тільки при повному усвідомленні високої необхідності застосування маркетингових технологій, у загальній політиці вишів.

Використання принципів неймінгу та брендингу в діяльності освітніх організацій – необхідний крок у нових ринкових і правових умовах. Активне та професійне використання цих принципів приватними освітніми організаціями свідчить про актуальність використання неймінгу та торгової марки як ефективного інструменту просування організації та її продуктів, важливість емоційної прив'язки аудиторії до діяльності організації за допомогою цього елемента комплексу маркетингу (Грищенко, 2013, с. 122).

Отже, комплексна системна стратегія просування освітнього закладу зазвичай формує позитивний та індивідуальний образ серед існуючих та потенційних споживачів на ринку та дозволяє позиціонувати себе як сучасний освітній заклад серед конкурентів.

## **ЛІТЕРАТУРА**

- Кучерак, І. В. (2013). Теоретичні аспекти формування освітнього бренду вищого навчального закладу. *Обрії*.
- Грищенко, І. М. (2013). Ефективність комунікаційної діяльності вищих навчальних закладів. *Вісник Хмельницького національного університету*.

## **АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ: МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ**

**Попова А. Б.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Решетник Н. І.**

*Кандидат економічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Враховуючи нестабільність світової економіки у ХХІ столітті, значення антикризової політики підприємства неухильно зростає. Мінливість економічних процесів спричиняє пошук нових методів протидії кризовим

явищам та способів зберігання, укріплення позицій суб'єктів господарювання на ринку.

Згідно з економічним словником, антикризове управління – це діяльність менеджменту фірми, спрямована на подолання гострих проблем підприємства, що накопичилися внаслідок поганого управління (Економічний словник). Криза є свого роду фільтром, який залишає на ринку лише сильні підприємства, які здатні швидко і ефективно приймати рішення, вчасно реагувати на зміни зовнішнього середовища, а також націлених не лише на короткострокові маркетингові заходи в кризовий період, але і на стратегічний розвиток підприємства в цілому.

Маркетингова складова управління в кризових ситуаціях допомагає підприємству зменшити спричинений негативний ефект, знайти можливості виведення компанії з кризового стану та дослідити перспективи розвитку підприємства. Основою маркетингового антикризового управління є постійний моніторинг чинників макросередовища та мікросередовища, які безпосередньо впливають та контактують з підприємством (Пілецька & Петровська, 2020, с.162).

Цілями антикризового маркетингу виступають:

- пошук нових ринків збуту;
- вплив на процес виготовлення якісної продукції та її покращення;
- оптимізація витрат підприємства;
- аналіз маркетингових можливостей;
- захист іміджу бренду компанії;
- створення антикризової стратегії.

Зважаючи на види маркетингової діяльності, підприємство приймає нище зазначені антикризові рішення (Багорка та ін., 2021, с. 282–283).

### **Основні напрямки антикризових маркетингових рішень**

<b>Види маркетингової діяльності</b>	<b>Види рішень</b>
1. Аналіз маркетингових можливостей	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Оцінка факторів маркетингового середовища (мікро- та макросередовища), що перешкоджають діяльності організації та їх усунення.</li><li>2. Оцінка ризиків роботи на конкретних ринках.</li><li>3. Оцінка сильних сторін організації та виокремлення унікальної торгової пропозиції (Unique Selling Proposition).</li><li>4. Оцінка потенційних маркетингових стратегій.</li></ol>
2. Проведення дослідження ринку	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Оцінка попиту на послуги або товари.</li><li>2. Оцінка негативних та позитивних факторів, що впливають на формування цільових сегментів та умов їх розвитку.</li></ol>

3. Розробка маркетингового міксу (комплексу)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формування товарної пропозиції.</li> <li>2. Розрахунок та установлення ціни продукту або послуги.</li> <li>3. Визначення місця товару на ринку, каналів збуту та методів збільшення інтенсивності розповсюдження.</li> <li>4. Створення стратегій просування.</li> </ol>
4. Розробка та реалізація маркетингової програми	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Містить узагальнені результати досліджень, створені стратегії (цінова, товарна, маркетингова, формування попиту та каналів збуту) для реалізації та антикризові рішення.</li> </ol>

Маркетинг у антикризовому управлінні застосовується на різних стадіях циклу: у передкризовий, кризовий та після кризовий період, оскільки всі ці стадії є об'єктом антикризового управління. В період загострення кризи, коли виникає складна непередбачувана ситуація виникає необхідність пошуку нагальних адекватних рішень, що обумовило появу категорії антикризовий маркетинг. Поширеним є твердження, що основою антикризових планів підприємств мають бути маркетингові заходи. Отже, антикризовий маркетинг є складовою частиною маркетингу у антикризовому управлінні.

Антикризовий маркетинг не змінює сутності, цілей та завдань маркетингу. Він застосовується до конкретної програми дій для досягнення цілей компанії в нових умовах. Це означає, що під час кризи не переглядається стратегія маркетингу. Вона залишається тією ж, і завдяки цьому підприємство не втрачає інтересу до перспективи свого розвитку і в після кризовий період (Мельник, 2011, с. 106).

Таким чином, можна стверджувати, що для реалізації пріоритетів розвитку та досягнення стратегічних цілей, орієнтованих на сучасні ринкові умови, необхідним є використання інструментів, засобів та методів механізму антикризового управління на засадах маркетингу, що дозволить без значних фінансових витрат досягти результатів за рахунок організаційно-управлінських інновацій.

## ЛІТЕРАТУРА

- Економічний словник. (б. д.). <https://ekonomichnij-slovnik.slovaronline.com/>
- Багорка, М. О., Писаренко, В. В., Кадирус, І. Г., & Юрченко, Н. І. (2021). Антикризовий маркетинг. Пороги.
- Пілецька, С. Т., & Петровська, С. В. (2020). Інструменти маркетингу в антикризовому управлінні. *Економічний вісник Донбасу*, 2(60), 158–164.
- Мельник, Ю. М. (2011). Маркетингові стратегії антикризового управління: класифікаційні ознаки та умови їх застосування. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2(4), 105–109.



## ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

**Пшенична О. Л.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Лиса С. С.**

*Кандидат економічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Управління персоналом є однією з ключових функцій будь-якого підприємства. Персонал є одним з найбільш важливих ресурсів організації, адже від того, наскільки ефективно він працює, залежить її успіх. Принципи управління персоналом підприємства визначаються цілями, які воно ставить перед собою, та стратегією, яку воно використовує для досягнення цих цілей (Калашникова, Полякова, 2018).

Значний внесок у розроблення сучасної оцінки якості персоналу, проблем ефективного використання трудового потенціалу, мотивації трудової діяльності, підвищення продуктивності, результативності управління персоналом зробили такі відомі українські вчені, як А. Акмаєв, Л. Балабанова, Д. Богиня, Н. Борецька, В. Василенко, М. Ведерников, Н. Войнаренко, Н. Гавкалова, А. Грішнова, А. Денисюк, Б. Ігумнов, А. Колот, А. Кредісов, М. Мурашко, В. Нижник, В. Савельєва, Г. Савіна, та інші.

За Василенко, Ковальов та Пінчук (2019), управління персоналом – це система організаційних заходів, які спрямовані на використання людського потенціалу підприємства. Одним з основних принципів управління персоналом є принцип відповідальності керівництва за формування і розвиток персоналу. Керівництво повинно розуміти, що від якості персоналу залежить успіх підприємства, і забезпечувати належний рівень розвитку працівників. Для цього необхідно відбирати кваліфікованих працівників, надавати їм можливості для професійного зростання та розвитку, а також створювати сприятливу атмосферу на роботі. Ще одним важливим принципом управління персоналом є принцип збереження персоналу. На підприємстві повинна бути розроблена політика збереження персоналу, яка буде сприяти зниженню текучості кадрів та збереженню найкращих працівників. Для цього необхідно створювати конкурентні умови праці, забезпечувати перспективи для кар'єрного зросту, а також стимулювати працівників за досягнення високих результатів (Дунаєва, Кондратюк, 2021).

Принцип гнучкості та адаптивності також є важливим управлінським принципом. У змінних умовах ринку підприємство повинно бути готове швидко реагувати на зміни, адаптувати свої процеси та стратегії до нових вимог. Це також стосується управління персоналом. Керівництво повинно бути готове до змін в організації, до змін в потребах персоналу та до змін в економічному середовищі. Для цього необхідно створювати гнучкі системи управління персоналом, які можуть пристосовуватись до нових викликів та задач. Принцип прозорості та відкритості також є важливим управлінським принципом управління персоналом. Керівництво повинно

бути відкрите для спілкування з працівниками та надавати їм можливість висловлювати свої думки та ідеї. Це допоможе зберегти внутрішній потенціал організації та створити сприятливу атмосферу на роботі. Принцип ефективності та результативності є також важливим принципом управління персоналом. Підприємство повинно ставити перед собою чіткі цілі та міркувати про ефективність виконання завдань. Керівництво повинно відстежувати результати роботи працівників та надавати їм фідбек з метою підвищення ефективності та результативності (Нечитайло, Герасименко, 2019).

Загалом, управління персоналом підприємства має бути спрямоване на досягнення стратегічних цілей організації. Для цього необхідно використовувати різні стратегії управління персоналом, зокрема стратегію збереження персоналу, стратегію розвитку персоналу, стратегію мотивації персоналу та стратегію гнучкості та адаптивності. Важливо також забезпечити належні умови для розвитку та самореалізації працівників, забезпечуючи доступ до різноманітних навчальних та розвиваючих програм. Управління персоналом також повинно звертати увагу на різні аспекти робочого середовища, включаючи безпеку та охорону праці, здоров'я та добробут працівників, та інші аспекти, які можуть впливати на їхню продуктивність та задоволеність роботою. Важливим аспектом управління персоналом є також ефективне використання різноманітних інструментів та технологій, що дозволяють підприємствам забезпечувати оптимальне використання ресурсів, максимізувати ефективність та забезпечувати належну якість роботи (Василенко, Ковальов, Пінчук, 2019).

Отже, управління персоналом є складним та багатогранним процесом, який вимагає від керівництва підприємства уваги до різних аспектів, включаючи відбір, навчання, розвиток та мотивацію персоналу, створення ефективної та гнучкої системи управління персоналом, забезпечення безпеки та охорони праці, та використання сучасних технологій та інструментів. Використання цих принципів може допомогти підприємствам забезпечити належний рівень продуктивності та ефективності, збільшити задоволеність працівників та підвищити конкурентоспроможність на ринку.

## ЛІТЕРАТУРА

- Василенко, Н. М., Ковальов, Є. В., Пінчук, Н. Ю. (2019). *Управління персоналом*. ВПЦ "Київський університет".
- Дунаєва, О. Є., Кондратюк, Н. В. (2021). *Інструменти управління персоналом у сучасних умовах господарювання. Інноваційна економіка*. Знання.
- Калашникова, О. В., Полякова, Л. В. (2018). *Система управління персоналом в організації*. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка.
- Нечитайло, І. М., Герасименко, Г. В. (2019). *Кадровий потенціал як основа стратегії управління персоналом підприємства*. Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського.

## **АДАПТАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ БАНКІВ ДО КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ**

**Скопенко І. І.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Брайловська О. О.**

*Доктор економічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Враховуючи загальну нестабільність в світі, які спричиняють кризові ситуації в світовій економіці, в економіці країни та на підприємствах, підприємствам необхідно пристосовуватись та адаптуватись до цих змін для подальшого успішного функціонування. Тому, саме актуалізація ефективності маркетингової стратегії та її адаптація до кризових ситуацій є однією з проблем, що потребує першочергового розв'язання. (Антикризове управління, 2000).

Питання розроблення комплексу послідовно здійснюваних заходів щодо запобігання, профілактики, подолання кризового стану, зниження рівня його негативних наслідків на діяльність підприємства підкреслює його незаперечно актуальність (Василенко, 2003).

Теоретико-методичні основи адаптації маркетингових стратегій у кризових ситуаціях розкрито у працях вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як Короткова Є. М. (Антикризове управління, 2000), Василенко В. О. (Василенко, 2003), Ковальчук С. В. (Ковальчук, 2010), Barton, L. (Barton, 2008), Ситник Л. С. (Ситник, 2000), Vaubion (Vaubion, 2013), Лігоненко Л. О. (Лігоненко, 2004), Мельник Ю. М. (Мельник, 2010) та ін. Але, власне питання адаптації маркетингової стратегії банку в науковій літературі не достатньо розкрито.

Отже, метою даної роботи є огляд адаптації до кризових ситуацій банків відповідно до сучасних умов господарювання.

Науковцям важко досягти згоди щодо того, як визначити кризову ситуацію – як явище саме по собі. Різні дисципліни мають різні способи бачення кризової ситуації, отже, були запропоновані різні визначення того, що є кризовою ситуацією. (Ситник, 2000). У більш загальному сенсі кризову ситуацію можна розглядати як ситуацію, яка раптово виникає і порушує рутинні процеси в системі. По суті, кризові ситуації – це хаотичні ситуації, з якими можуть стикатися люди, держави, уряди чи організації. (Barton, 2008).

Спільним для майже всіх визначень кризової ситуації є елемент несподіванки. Такою ситуацією є для нас епідемія коронавірусу, війна.

Пов'язуючи кризову ситуацію з банком, можна сказати, що кризова ситуація – це ситуація, яка спричиняє негативні або небажані результати для банку. Це нестандартна, несподівана та раптова подія, яка створює невизначеність і загрожує пріоритетним цілям банку, а також має підстави спричинити фінансові збитки та підірвати репутацію банку. Різноманітні

інциденти останнього часу створили новий кризовий ландшафт, який передбачає ідею, що двадцять перше століття, ймовірно, стане свідком дедалі руйнівніших і дорогих потрясінь. (Vaubion, 2013).

Банки повинні мати засоби, щоб протистояти тиску, пов'язаному з кризовими ситуаціями. Вміння адаптуватись до сучасних умов залишається міцною опорою [6]. На прикладі українського мобільного банку Monobank, ми можемо розглянути декілька вдалих прикладів. Олег Гороховський (один з засновників) розповідає на своєму телеграм-каналі про заходи, які робить банк. Важливо слідкувати за подіями та новинами в світі для того щоби заповнювати прогалини в бізнесі та створювати позитивний імідж перед споживачем.

Ключовим завданням для будь-якого банку, який потрапив в кризову ситуацію, є мінімізація негативного чи ворожого висвітлення в ЗМІ, яке може підірвати всіх зацікавлених сторін. Банки також повинні швидко зарекомендувати себе як найкраще джерело інформації про свою організацію та те, як вона реагує на кризу. На прикладі Сенс Банку України, можемо розглянути їх адаптацію до початку війни в Україні. Банку поставив собі на меті сформувати образ, пов'язаний з Україною та діяльністю банку в Україні. Банк допомагає ЗСУ, планує ребрединг зі зміни назви, корпоративних кольорів на блакитно-жовті.

У цій роботі розглядалася адаптація маркетингової стратегії банку до кризових ситуацій. Було виявлено, що маркетингова стратегія справді відіграє величезну роль у цьому, особливо у зв'язку з сучасними подіями на загальною нестабільністю. Також було зазначено, що спроможність координувати управління кризовою ситуацією є фундаментальним елементом належного управління, оскільки перевіряє спроможність банку надавати відповідні відповіді в потрібний час, щоб захистити своїх зацікавлених сторін і бізнес, а також пом'якшити вплив кризових ситуацій.

## ЛІТЕРАТУРА

- Антикризове управління : навч. посібник. (2000). Є. М. Короткова (Ред.). Інфра-М.
- Василенко, В. О. (2003). Антикризове управління підприємством. ЦУЛ.
- Ковальчук, С. В. (2010). Антикризовий маркетинг: інноваційний аспект. ТОВ “Друкарський дім “Папірус”, 490–496.
- Barton, L. (2008). *Crisis leadership now: a real world guide to preparing for threats, disaster, sabotage*, McGraw-Hill.
- Vaubion, C. (2013). *Strategic Crisis Management*, OECD Risk Management.
- Лігоненко, Л. О. (2004). *Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій*. КНТЕУ.
- Мельник, Ю. М. (2010). *Маркетингові інструменти антикризового управління підприємством*. ТОВ “Друкарський дім “Папірус”.
- Ситник, Л. С. (2000). *Організаційно-економічний механізм антикризового управління підприємством*. ІЕП НАН України.

## **ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ: СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИ ЇЇ ОЦІНКИ**

**Усенко Ю. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

**Данченко Л. Г.**

*Кандидат економічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Сучасний ринок неможливо уявити без добре розвинутої інфраструктури. Серед вчених останніми роками сформувалася наукова думка, що інфраструктура товарного ринку, власне, і формує ринкове середовище. Виходячи з того, що теперішній ринок – це складний механізм, який являє собою регульовану сукупність множинності економічних відносин між фізичними та юридичними особами в процесі їх діяльності, доречним було б стверджувати, що сутність ринкової інфраструктури витікає із економічних тлумачень категорії “ринок”. Ми вважаємо, що саме це стало причиною множинності класифікаційних підходів науковців до пояснення категорії “інфраструктура” та її підсистемних елементів у кінці ХХ і на початку ХХІ століть.

За етимологією, термін “інфраструктура” походить із латинської мови та дослівно складається зі слів “infra” та “structura”. Де, відповідно, “infra” означає “під, нижче”, а “structura” – “будова або взаєморозташування”. Оскільки ринок виник водночас із товарним виробництвом і зазнав в процесі еволюції кількісно-якісних змін, як власне, і товарно-грошові відносини, то й формування його механізму функціонування, вибудова субординаційної, впорядкованої й узгодженої структури зв'язків економічного обміну ґрунтується на поглибленні процесів суспільного розподілу праці, спеціалізації, кооперації, інтеграції, економічному відокремленні товаровиробників та урізноманітненні відносин власності.

Фактично, сьогодні у наукових колах визначення “ринку” як економічної категорії розглядається у вузькому та широкому розумінні. Ринок сьогодення, це складний механізм не тільки отримання грошової вигоди, а і виявлення і узгодження економічних, як правило, комерційних інтересів, організації співробітництва, налагодження контактів, подання інформації тощо. По мірі еволюційного формування галузей економіки, структуру товарного ринку, а в подальшому, і його інфраструктури, науковці класифікували та економічно оцінювали за об'єктами купівлі-продажу. Наприклад, І. Ф. Радіонова, А. С. Гальчинський, В. Д. Базилевич, розкриваючи складові ринкової інфраструктури, акцентували увагу, на тому, що її суб'єкти функціонально обслуговують певні ринки: ринок природних ресурсів; ринок капіталів; ринок праці; ринок цінних паперів тощо. У свою чергу, В. Г. Пасічник, О. В. Акіліна, розкриваючи сутнісні складові інфраструктури товарного ринку, зосередили свою увагу на питаннях організації та функціонування різних бірж та угод. Не дивлячись на досить звужений підхід до сутності

інфраструктури товарного ринку, вищезазначені науковці привернули увагу до різноманітного організаційного спрямування господарської діяльності її суб'єктів. Зауважимо, що в сучасній економічній вітчизняній літературі не існує однозначного визначення сутності інфраструктури товарного ринку. Інколи, при визначенні даної категорії, науковці наголошують на ролі посередників, які сприяють комерційним зв'язкам і прискорюють кругообіг на галузевих ринках.

Таким чином, під сутністю інфраструктури товарного ринку, слід розуміти різні види господарської діяльності конкретних підприємств, організацій, що позиціонують на місцевому, регіональному, національному чи міжнародному рівні товарного ринку, прискорюючи кругообіг ресурсів, продуктів та інших цінностей, сприяючи оптимізації та відтворенню ринкового середовища. Ми вважаємо, що її підсистемні складові організаційного, технічного, фінансового та іншого забезпечення набуватимуть по мірі формування ринкових процесів все більшого значення.

На сьогодні науковці пропонують диференційовано підходити до методів оцінки виробничої діяльності підсистемних суб'єктів інфраструктури. Для оцінки використовують абсолютні макроекономічні показники, а також відносні, і показники стану й розвитку підсистемних складових. Мова йде про загальний товарооборот, чистий товарооборот, роздрібний товарооборот торговельної мережі та окремих видів господарств; коефіцієнт перепродажів (ланковості); коефіцієнт механізації певних робіт; площу складських приміщень; відстань перевезень тощо. Наприклад, загальний товарооборот підприємств оптової торгівлі розраховується за формулою (1, с. 35):

$$T = \sum_{j=1}^m \times \sum_{i=1}^n \times Q_{ij} \times \Pi_{ij}$$

де  $Q_{ij}$  – обсяг  $i$ -го товару, відвантаженого чи відпущеного покупцям  $j$ -им суб'єктом інфраструктури;

$\Pi_{ij}$  – ціна реалізації одиниці  $i$ -го товару  $j$ -им суб'єктом інфраструктури;

$i$  – тип чи номенклатура товарної одиниці продукції ( $i = 1, 2, 3 \dots n$ );

$j$  – суб'єкт інфраструктури, який здійснює продаж ( $j = 1, 2, 3 \dots m$ ).

Безумовно, вищезазначені показники доцільно доповнювати традиційними економічними показниками. Не виключенням є і соціально-побутова та соціально-культурна інфраструктура.

Отже, можна зробити висновок, що інфраструктура товарного ринку являє собою сукупність підприємств, установ та організацій, які мають складну підсистемну будову (організаційно-технічну, фінансову, інформаційну, кадрову) і забезпечують стабільний розвиток і функціонування ринкового механізму на основі безперервного та прискореного раціонального руху ресурсів та продуктів у різних сферах суспільного відтворення. У нашій країні вона ще продовжує формуватися, а за її рівнем можна оцінити ефективність та ступінь мобільності матеріальних, фінансових, інформаційних, кадрових та інших ресурсів. До основних економічних показників, за яким слід оцінювати інфраструктуру товарного ринку можна віднести як економічні, так і показники стану та розвитку її підсистемних складових.

## ЛІТЕРАТУРА

Прокопенко, О. В., Школа, В. Ю., Дегтяренко, О. О., Махнуша, Є. М. (2007). Інфраструктура товарного ринку. Навчальний посібник. Центр учбової літератури.

## РОЛЬ ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГУ В РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

**Фурманова А. О.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Лиса С. С.**

*Кандидат економічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Інтернет-маркетинг є одним із найсучасніших та найефективніших засобів маркетингових комунікацій. Одним із найбільших плюсів інтернет-маркетингу є швидкість поширення інформації, широке охоплення аудиторії та її залучення за доволі короткий проміжок часу.

Інтернет-маркетинг не вимагає великих матеріальних ресурсів. Але ціна на окремі послуги може перевищувати вартість традиційних видів реклами. Сучасні інструменти статистики допомагають відстежувати поведінку користувачів на сторінках (які саме сторінки користувачі відвідують, яка середня тривалість перебування на тій чи іншій сторінці, за допомогою яких посилянь було здійснено перехід на наступні сторінки сайту і якими розділами користувачі користуються найчастіше, а з якими в процесі роботи виникають труднощі.

Перш ніж виходити підприємству в інтернет, слід перевірити свої цілі та особливо кошторис, тому що рішення про ведення бізнесу (просування послуг/товару) в мережі інтернет має бути обґрунтованим, адже може вимагати багато витрат.

Якщо говорити про кроки в розвитку бізнесу за допомогою інструментів інтернет-маркетингу, то можна виділити кілька рівнів розвитку е-ринку. Першим рівнем використання Інтернет для бізнесу є передавання інформації про продукцію фірми і запрошення до співпраці. Цей спосіб розширює можливості реклами і забезпечує двостороннє спілкування. Другий рівень – це електронна комерція. Вона дозволяє клієнтам, не виходячи з будинку, прямо на сайті замовити продукцію і послуги, а потім отримати їх традиційним способом. Сучасний рівень – це використання Інтернету й інших електронних пристроїв для підвищення ефективності всіх сторін економічних стосунків, включаючи продажі, маркетинг, фінансовий аналіз, платежі, пошук співробітників, підтримку клієнтів і партнерських стосунків. Цей рівень характеризує економіку, яка отримала назву “електронної економіки”, підприємництво в ній – “електронний бізнес” (“електронна комерція”), ринок – “е-ринок”.

Бізнес-моделі, які підприємство може використовувати – це бізнес-бізнес (**B2B**) і бізнес-споживач (**B2C**). B2B складається з компаній, які роблять бізнес між собою, в той час як B2C – прями продажі кінцевому споживачеві.



Першою з'явилася модель B2C. B2B схема виявилася складнішою й почала діяти пізніше. Третя, більш рідкісна модель, це – “споживач-споживач” (consumer-toconsumer, **C2C**), де звичайні користувачі Інтернету міняються між собою і продають товари один одному. Як приклад, можна навести міжнародний аукціон eBay або систему обміну файлами Kazaa. Ще одна – споживач-адміністрація (consumer-toadministration, **C2A**).

Також важливо виділити такі **елементи системи**, які включає в себе інтернет-маркетинг:

- медійна реклама;
- контекстна реклама;
- пошуковий маркетинг і SEO;
- прямий маркетинг;
- вірусний маркетинг;
- Інтернет-брендинг;

Отже, проаналізувавши можливості, які надають інструменти інтернет-маркетингу підприємству для його просування, можна дійти до висновку, що з переваг ми маємо доступність, швидкий зворотній зв'язок та відсутність географічних бар'єрів. Із недоліків можемо виділити збільшення вартості інтернет-маркетингу, складність охоплення в мережі всіх користувачів та загроза хакерських і вірусних атак.

Але все ж таки, інтернет-маркетинг слугує ефективним засобом просування послуг чи то товарів підприємства навіть при наявності скромного рекламного бюджету.

## **ЛІТЕРАТУРА**

- Шпилик, С. В. (2015). Інтернет як ефективний маркетинговий інструмент сучасного підприємства. *Галицький економічний вісник*, 49(2), 212–223.
- Ус, М. І. (2018). Інтернет-маркетинг як інструмент маркетингових комунікацій та складова комерційної діяльності підприємства. *Економіка і суспільство*, 15.
- <http://economyandsociety.in.ua>.

## **ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ НА РИНКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ**

**Хашемі В. А.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Тарасюк М. В.**

*Доктор економічних наук, професор*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Інтернет маркетинг – це невід'ємна складова будь-якого сучасного бізнесу. Інтернет дозволяє компаніям залучати нових клієнтів, збільшувати свої охоплення та підвищувати прибуток. Ринок інтелектуальних продуктів також не став виключенням. У статті розглянуто, як інтернет маркетинг

впливає на ринок інтелектуальних продуктів та яким чином його можна використовувати для досягнення успіху в цій галузі.

Ринок інтелектуальних продуктів – це доволі специфічна сфера, оскільки основою його продуктів є інтелектуальна власність, яка захищена законодавством (Тихонечко & Ясніков, 2011). Це означає, що власник інтелектуальної власності має ексклюзивні права на використання свого продукту, що забезпечує йому можливість контролювати його використання та отримувати прибуток від його продажу або ліцензування.

Успішний маркетинг інтелектуальних продуктів вимагає відповідної маркетингової стратегії, що враховує специфічні характеристики цього виду продукції. Наприклад, для просування інтелектуальних продуктів можна використовувати інтернет-маркетинг, соціальні мережі та рекламні кампанії (Юдін, 2016).

Соціальні мережі є важливим інструментом для просування інтелектуальних продуктів, оскільки вони дозволяють залучати та взаємодіяти з цільовою аудиторією. Для успішного використання соціальних мереж важливо розуміти, які мережі найбільш популярні серед цільової аудиторії та які контент-формати найбільш ефективні для досягнення мети.

Один з основних елементів інтернет маркетингу на ринку інтелектуальних продуктів – це контент-маркетинг (Молодець, 2019). Цей метод полягає в створенні цікавого та корисного контенту для цільової аудиторії. Наприклад, відео-уроки, інструкції, блог-пости, наукові статті тощо. Контент-маркетинг дозволяє компанії створювати сприятливу атмосферу для своїх клієнтів, відображаючи свою експертність у тій чи іншій сфері. Це створює довіру до бренду та дозволяє залучити нових клієнтів.

Наступним елементом інтернет маркетингу на ринку інтелектуальних продуктів є SEO-оптимізація. SEO (Search Engine Optimization) – це комплекс заходів, спрямованих на підвищення позицій сайту в пошуковій системі (Bevisible, 2022). Оптимізація дозволяє залучити більше відвідувачів з пошукових систем та збільшувати своє охоплення. Для цього потрібно використовувати ключові слова, які підходять для продукту та аудиторії товару. Дослідження показують, що більшість користувачів не переходять на другу сторінку результатів пошуку, тому важливо забезпечити оптимізацію сайту.

Google AdWords є іншим важливим елементом інтернет-маркетингу, який може допомогти підприємцям залучити нових клієнтів. Ця рекламна платформа дозволяє показувати оголошення користувачам, які шукають товари певного підприємця. Щоправда власники інтелектуальних продуктів повинні платити за кожен “клік” на оголошення, але це один з найефективніших способів залучення нових клієнтів у наш час.

Email маркетинг дає можливість прямо комунікувати зі своїми клієнтами, надсилаючи персоналізовані пропозиції та повідомлення про нові послуги (Молодець, 2019). Одним з ключових аспектів email маркетингу є збір і підтримка бази даних клієнтів. Це включає в себе збір контактної інформації (імені, прізвища, електронної пошти тощо) та взаємодію з клієнтами, щоб зберігати ці дані актуальними. Для забезпечення успішного email маркетингу

на ринку інтелектуальних продуктів, важливо розуміти потреби та інтереси своїх клієнтів. Це дає можливість створювати персоналізовані повідомлення та пропозиції, що відповідають їхнім потребам.

Influence маркетинг базується на залученні впливових людей, які є лідерами думок у своїй галузі, та мають велику аудиторію в соціальних мережах (Шудрик, 2021). Ці люди можуть бути блогерами, акторами та іншими впливовими особистостями. Основна ідея Influence маркетингу полягає в тому, щоб використовувати впливових людей для підвищення обізнаності про продукт або послугу та залучення цільової аудиторії до його придбання. Цей метод дозволяє зменшити витрати на рекламу та збільшити ефективність маркетингу.

Крім того, Інтернет-маркетинг дозволяє авторам та видавцям інтелектуальних продуктів вести моніторинг та аналізувати результати своїх маркетингових кампаній. За допомогою аналітики, вони можуть виявити найбільш ефективні маркетингові канали, які приводять до збільшення продажів своїх продуктів.

Отже, інтернет-маркетинг є важливою складовою ринку інтелектуальних продуктів. За допомогою контент-маркетингу, SEO та інших інструментів, автори та видавці інтелектуальних продуктів можуть залучати свою цільову аудиторію, просувати свої продукти та збільшувати продажі.

## ЛІТЕРАТУРА

- Тихонечко, Т. П., Ясніков, Г. Є. (2011). Маркетинг об'єктів інтелектуальної власності. *Економіка і управління*.
- Юдін, А., (2016). 10 найбільш популярних інструментів інтернет-маркетингу.
- Молодець, О. (2019). *5 інструментів інтернет-маркетингу*.
- Bevisible, (2022). *Що таке SEO оптимізація сайту*.
- Шевченко, С. (2022). *Що таке Google Ads*.
- Шудрик, В. (2021). *Що таке Influence-маркетинг і як його використовувати*.

## ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА

**Черната І. В.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

Науковий керівник: **Брайловська О. О.**

*Доктор економічних наук, доцент*

*Київський національний лінгвістичний університет*

Рекламна діяльність є однією з ключових складових успішної стратегії підприємства. За допомогою реклами компанії можуть залучати нових клієнтів, збільшувати обіг та підвищувати свідомість про свій бренд серед споживачів. Проте, дії підприємств у цій сфері можуть бути не тільки ефективними, але і недоцільними, якщо не будуть використовуватися правильні стратегії та інструменти.

Реклама є важливим інструментом у діяльності будь-якого підприємства, який дозволяє залучати нових клієнтів та зберігати існуючих. Суть рекламної діяльності полягає у плановій та системній діяльності підприємства з метою розповсюдження інформації про його товари або послуги, зокрема їх переваги, характеристики та унікальність.

Реклама допомагає підприємству займати лідируючі позиції на ринку та збільшувати обіг продукції та послуг. Вона дозволяє залучати нових клієнтів та зберігати існуючих, стимулювати їх до покупки та підвищувати лояльність до бренду.

Реклама також допомагає підприємству вести конкурентну боротьбу на ринку та змагатися з іншими компаніями в своїй сфері діяльності. Вона дозволяє виділитися серед інших підприємств та привертати увагу споживачів, що дозволяє збільшувати обіг продукції та послуг, а також соціальний аспект, оскільки вона допомагає споживачам знайти потрібний їм продукт або послугу, а також надає інформацію про новітні технології та інноваційні рішення. Реклама створює свідомих та досвідчених споживачів, які можуть зробити правильний вибір серед великої кількості товарів та послуг на ринку.

У сучасному світі реклама виконує різноманітні функції: вона інформує про нові продукти та послуги, підвищує усвідомленість бренду, стимулює попит на товари та послуги, допомагає змінити споживчі звички, формує позитивне ставлення до товару та бренду, залучає увагу споживачів до акцій та знижок, збільшує лояльність клієнтів, та інше.

Реклама стала невід'ємною частиною сучасного бізнесу та споживчого ринку. Вона дозволяє підприємствам побудувати успішні взаємовідносини зі споживачами, розвивати та підтримувати свій бренд, займати лідируючі позиції на ринку, забезпечувати стійкий попит на свої товари та послуги та забезпечувати стабільний ріст підприємства.

Тому реклама є необхідним інструментом у діяльності будь-якого підприємства, який дозволяє залучати нових клієнтів, збільшувати продажі та розвивати бізнес. У нашому дослідженні ми будемо досліджувати ефективність рекламної діяльності на підприємстві та її вплив на результативність бізнесу.

Значення реклами полягає не тільки в просуванні продукту чи послуги, але й у спонуканні споживачів до придбання та використання продукту або послуги. Однак, вплив реклами на споживачів може бути різним в залежності від цільової аудиторії, її потреб, цінностей та інших факторів.

Також, рекламна діяльність підприємства може бути взаємозв'язана з іншими маркетинговими інструментами. Наприклад, прямий маркетинг може бути використаний для персоналізації пропозицій та спонукання споживачів до придбання продукту або послуги після ознайомлення з ним через рекламу. Відносини зі споживачами можуть бути зміцнені через ефективну рекламну кампанію, що забезпечить позитивний імідж бренду та сприятиме побудові довгострокових відносин зі споживачами.

Отже, аналіз впливу реклами на споживачів та взаємозв'язок з іншими маркетинговими інструментами є важливим етапом оцінювання

ефективності рекламної діяльності підприємства. Врахування цих факторів дозволить зрозуміти, як рекламна кампанія впливає на споживачів, як її можна покращити та як інші маркетингові інструменти можуть бути використані для підвищення ефективності рекламної діяльності.

Для оцінювання ефективності рекламної діяльності підприємства існує багато методичних підходів, кожен з яких має свої переваги та недоліки. Розглянемо деякі з них:

1) Аналіз витрат та прибутку від рекламної діяльності – дозволяє оцінити ефективність рекламної кампанії за допомогою порівняння витрат на її проведення та отриманого прибутку. При цьому враховуються не лише прямі витрати на рекламу, а й витрати на виробництво та реалізацію товару. Якщо витрати на рекламу окупилися або принесли додатковий прибуток, то можна говорити про ефективність кампанії.

2) Аналіз змін споживчого поведінки – полягає в тому, щоб вивчити зміни у споживчому поведінці, такі як збільшення обсягів продажу, зміна складу замовлень, збільшення лояльності споживачів тощо, що можуть бути пов'язані з проведенням рекламної кампанії. Якщо зміни спостерігаються, то це свідчить про ефективність рекламної діяльності.

3) Аналіз брендової свідомості та іміджу – полягає в тому, щоб вивчити зміни в свідомості споживачів, такі як підвищення впізнаваності бренду, зміна уявлень про бренд, підвищення довіри тощо, що можуть бути пов'язані з проведенням рекламної кампанії. Якщо спостерігаються позитивні зміни в брендовій свідомості та іміджі, то це свідчить про ефективність рекламної діяльності, оскільки реклама має на меті підвищити усвідомленість та впізнаваність бренду серед споживачів та збільшити його привабливість. За допомогою аналізу брендової свідомості та іміджу можна встановити, чи вдалося досягти цих цілей, і визначити, наскільки ефективною була рекламна кампанія.

4) Аналіз конкурентоспроможності – дозволяє вивчити зміни в конкурентній позиції підприємства на ринку, такі як збільшення частки ринку, зменшення цінової конкуренції, підвищення рівня сприйнятливості споживачів до пропозицій підприємства тощо, які можуть бути пов'язані з рекламною діяльністю. Якщо спостерігаються позитивні зміни в конкурентній позиції, то це свідчить про ефективність рекламної діяльності.

Отже, різні методичні підходи до оцінювання ефективності рекламної діяльності підприємства дозволяють отримати різноманітні результати. Кожен з них має свої переваги та недоліки, тому для повної оцінки ефективності рекламної кампанії рекомендується використовувати комплексний підхід, що враховує різноманітні показники та фактори.

## **ЛІТЕРАТУРА**

Бойчук, І. В. (2010). *“Інтернет в маркетингу*. Центр учбової літератури, Домашева, С. А. (2016). *“Підходи до оцінювання ефективності маркетингових інтернет-комунікацій”*. *Економічний вісник Національного технічного університету України “Київський політехнічний інститут”*.

## МОВОЗНАВСТВО. ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО. ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО. ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ

<i>Агілар Коток А. І.</i>	Відтворення значень італійських артиклів при перекладі художніх текстів українською мовою . . . . .	3
<i>Алимова Ю. І.</i>	Лексико-семантичний аспект перекладу кулінарних рецептів французької регіональної кухні. . . . .	5
<i>Ан Д. Д.</i>	Фонетична транскрипція слів іншомовного походження в китайській мові: проблеми та перспективи . . . . .	6
<i>Ань Луян</i>	Історія вживання фемінітивів в українській мові	8
<i>Бабенко А. І.</i>	Вербалізація концепту жорстокість у серіалі <i>PEAKY BLINDERS</i> . . . . .	10
<i>Байдала В. С.</i>	Перекладацькі особливості англومовних текстів ораторського стилю . . . . .	13
<i>Банарюк О. А.</i>	Вербалізація концептів чоловік та жінка в сучасній китайській мові. . . . .	15
<i>Безручко Є. О.</i>	Способи номінації концепту <i>GÖNÜL</i> у турецькій мовній картині світу. . . . .	17
<i>Бекін В. С.</i>	Лінгвокультурологічний аспект реалізації значення “похвали” у сучасній китайській мові	19
<i>Беспалова Є. О.</i>	Філософські ідеї Румі: гносеологія кохання, що доступна кожному . . . . .	21
<i>Битько А. О.</i>	Переклад як засіб міжкультурної комунікації. .	23
<i>Бібікова А. О.</i>	Лінгвокультурологічні особливості лексики китайської мови у сфері архітектури . . . . .	25
<i>Білозерцев З. С.</i>	Система військової лексики та комунікації в Китаї: розвиток китайської військової лексики від давніх часів до сучасності. . . . .	27
<i>Бобрик Ю. О.</i>	Синтетичні й аналітичні словотвірні терміни в українській мові . . . . .	28
<i>Богущька В. В.</i>	Культура мислення як український виклик “Матриці ідеологій” . . . . .	30
<i>Бойко Ю. В.</i>	Багатозначні (полісемічні) слова в японській мові . . . . .	32
<i>Бойко Я. В.</i>	Відображення концепту “Час” в мовній картині світу китайців . . . . .	34

<i>Бондар К. О.</i>	Функції вживання стилістичних засобів в публічних виступах . . . . .	36
<i>Бондар У. С.</i>	Сучасні інформаційні технології при перекладі	38
<i>Бохан О. Ю.</i>	Переклад фразеологічних виразів політичної та освітньої тематики, що наведені у трактаті "Лунь-юй" . . . . .	40
<i>Ващенко Д. О.</i>	Модальні частки 吧 та 啦 як маркери функції впливу у китайськомовних текстах комерційної реклами . . . . .	42
<i>Венгльовська Л. В.</i>	Особові назви як твірна база фемінітивів у сучасній українській мові . . . . .	44
<i>Власюк Ю. Д.</i>	Роль пива у німецькій кулінарній культурі . . . .	46
<i>Вовк Є. В.</i>	Особливості функціонування прислів'їв та приказок в арабській мові . . . . .	48
<i>Волгіна О. В.</i>	Етапи розвитку лінгвoseміотики . . . . .	50
<i>Волкова В. С.</i>	Безеквівалентні засоби ввічливого звертання у китайському діловому дискурсі та способи їхньої передачі українською мовою . . . . .	51
<i>Волошин К. О.</i>	Стилістичні особливості китайськомовного рекламного тексту . . . . .	53
<i>Гавриленко А. В.</i>	Особливості перекладу японських фразеологізмів: лінгвокультурний і діахронічний аспекти. . . . .	55
<i>Гемба О. І.</i>	Лінгвокультурологічна складова фахової компетентності перекладача . . . . .	56
<i>Герасименко Л. Г.</i>	Фонетичні діалектизми в романі-колажі Д. Кешелі "Родаки" . . . . .	58
<i>Гибало О. С.</i>	Постправда як феномен сучасного медіа простору . . . . .	60
<i>Гімбер В. О.</i>	Специфіка перекладу англomовних текстів новин . . . . .	62
<i>Гірня Л.</i>	Поезія Тараса Шевченка у перекладах Віри Річ	64
<i>Глава Л. О.</i>	Відтворення топонімів як різновиду лінгвокультурних реалій при перекладі художнього тексту з турецької українською мовою (на матеріалі роману Кемала Їлмаза "Елефтерія зі Стамбула") . . . . .	66
<i>Гойса Б. І.</i>	Специфіка найменування перських назв місяців у календарях місячної і сонячної хіджири . . . . .	68
<i>Головащенко М. В.</i>	Ідеологія чучке: виникнення і сучасний стан . .	70
<i>Голяченко Н. С.</i>	Жанрово-стилістичні особливості перекладу іспаномовних юридичних текстів. . . . .	72
<i>Горлатова В. В.</i>	Засоби вербалізації концепту "Академічна доброчесність" у китайськомовних наукових статтях . . . . .	74



<i>Городнича В. В.</i>	Гумористичний феномен ідіолекту в англомовних стендапах . . . . .	76
<i>Городня Д. В.</i>	Англомовні дискурсивні маркери . . . . .	78
<i>Гребеник Д. В.</i>	Структура науково-технічної лексики в сучасній китайській мові . . . . .	80
<i>Гребінник Т. О.</i>	Іншомовні запозичення у сучасній арабській мові: типологія й особливості функціонування . .	82
<i>Григурко О. П.</i>	Переклад культурних реалій, як спосіб міжкультурної комунікації . . . . .	84
<i>Гриневич Б. М.</i>	Фразеоформули як індикатори художнього дискурсу . . . . .	87
<i>Гринь Д. В.</i>	Лінгвістичні засоби вираження імперативної семантики у сучасній китайській мові . . . . .	88
<i>Гриценко А. О.</i>	Семантичні особливості фразеологічних одиниць із компонентом розум (на матеріалі сучасної турецької мови). . . . .	90
<i>Гула О. Ю.</i>	Переклад англомовних криптовалютичних терміносполучень українською мовою . . . . .	91
<i>Гуменюк В. В.</i>	Вживання синтетичних і аналітичних форм ступенів порівняння деяких двоскладових прикметників у сучасній англійській мові . . . .	94
<i>Гунько К. Д.</i>	Структурно-семантична специфіка усталених порівнянь у сучасних українській і англійській мовах . . . . .	96
<i>Гуріна Т. В.</i>	Мовна особистість як об'єкт дослідження у сучасній лінгвістиці . . . . .	98
<i>Гхонім Надія Абед Ель Рахім</i>	Морфологічні діалектизми в романі-колажі Д. Кешелі “Родаки” . . . . .	100
<i>Давискиба В. С.</i>	Проблемні питання вивчення присудка в ЗЗСО	102
<i>Данильченко О. С.</i>	Лінгвістичний фактор у розумінні сучасної міжнародно-правової доктрини КНР . . . . .	104
<i>Дащенко А. В.</i>	Англіцизм в сучасній перській мові . . . . .	106
<i>Дидикало Д.</i>	Специфіка відтворення гумору: перекладознавчий аспект. . . . .	107
<i>Докієнко К. П.</i>	Архітектоніка й стилістика українськомовного вітального дискурсу. . . . .	110
<i>Дордука Є. А.</i>	Деякі особливості абревіатур у сучасному англомовному військовому дискурсі та їх перекладу . . . . .	112
<i>Дробна М. С.</i>	Лінгвокультурологічні особливості рекламного тексту (на матеріалі сучасної китайської мови)	115
<i>Дубнова К. П.</i>	Особливості буддизму в Кореї . . . . .	116
<i>Дудкіна Д. Ю.</i>	Образ Родини у мовній свідомості українців та англійців . . . . .	118

<i>Душка А. І.</i>	Засоби відтворення українською мовою соціально маркованої лексики італійських медійних текстів. . . . .	120
<i>Дятченко Д. О.</i>	Перекладацькі стратегії та труднощі відтворення заголовків назв книг . . . . .	122
<i>Дячук Ю. Р.</i>	Сутність поняття “Аргументативна структура” в сучасних лінгвістичних студіях. . . . .	125
<i>Жукова Д. М.</i>	Англомовні промови Нобелівських лауреатів у перекладі на українську мову . . . . .	127
<i>Забара О. О.</i>	Функціональні особливості конструкцій з усіченим інфінітивом в турецьких військово-політичних текстах. . . . .	129
<i>Загребнюк Є. І.</i>	Тема фемінізму в китайській публіцистиці на початку ХХ ст. . . . .	131
<i>Заславська К. І.</i>	Феномен жіночого тіла як симулякр в сучасному соціальному просторі . . . . .	133
<i>Зварич М. В.</i>	Структурно-мовленева специфіка драматичного діалогу в українськомовних перекладах сучасних британських драматичних творів . . . . .	135
<i>Ісаєвич Д. Ю.</i>	Заголовки англомовних і українськомовних наукових статей з філології: синтаксичний аспект. . . . .	137
<i>Каленюк Ю. М.</i>	Жанрово-композиційні особливості роману Дарії Піскозуб “Машина”. . . . .	139
<i>Каленюк Ю. М.</i>	Стилістичні функції новітніх запозичень у сучасних засобах масової інформації . . . . .	141
<i>Калінчук Т. В.</i>	Турецька республіка в тюркському світі: сучасний стан . . . . .	143
<i>Камерська К. О.</i>	Йоджджіюкуго як особливий вид фразеологічних одиниць в японській мові . . . . .	145
<i>Каневська К. В.</i>	Концепт “Дружба” як фрагмент китайської мовної картини світу . . . . .	147
<i>Капарис Я. В.</i>	Феномен політичної коректності в мовознавстві та перекладознавств . . . . .	149
<i>Карпенко О. О.</i>	Лімінальність топосу бібліотеки у романі Метта Гейга “Опівнічна Бібліотека”. . . . .	150
<i>Кибукевич А. В.</i>	Лінгвостилістичні особливості політичних промов . . . . .	152
<i>Кінтеро К. Н.</i>	Вплив англіцизмів на формування сучасного китайського сленгу. . . . .	154
<i>Коваленко Т. І.</i>	Структурно-семантичні особливості вираження модальності в арабській мові. . . . .	156
<i>Ковальова А. І.</i>	Комунікативні типи речень в сучасній англійській мові . . . . .	158

<i>Ковальок А. А.</i>	Явище редуплікації прикметників в сучасній китайській мові . . . . .	160
<i>Ковач Б. В.</i>	Лінгвальні засоби творення образів як лінгвістична проблема . . . . .	162
<i>Коверда А. О.</i>	Дефініції поняття “Суспільно-політична термінологія” у сучасній лінгвістиці . . . . .	164
<i>Коврига В. В.</i>	Функційно-семантичні особливості вигуків у сучасній китайській мові. . . . .	166
<i>Козка Д. С.</i>	Лінгвокультурологічні аспекти використання запозичень в іспанському дискурсі та їх переклад українською мовою . . . . .	168
<i>Компанець А. О.</i>	Національна ідентичність крізь призму культури діалогу. . . . .	170
<i>Коновал Д. Г.</i>	Суб’єктно-об’єктні відношення та їхня реалізація в корейській мові . . . . .	172
<i>Костюченко Н. В.</i>	Порівняння, як засіб зображення комічного у прозі Юй Хуа . . . . .	174
<i>Кошовий М. В.</i>	Соціальна реклама як різновид китайськомовного рекламного дискурсу. . . . .	176
<i>Крамаренко А. О.</i>	Засоби вираження антонімії у сучасній китайській мові. . . . .	178
<i>Крезуб К. С.</i>	Поняття та характеристика фразеологічної одиниці . . . . .	179
<i>Кривенко А. О.</i>	Концептуальна метафора в промовах Президента України Володимира Зеленського	181
<i>Кривошеєва О. Є.</i>	Стандартизація лінгвістичної термінології сучасної китайської мови . . . . .	183
<i>Крисан О. О.</i>	Особливість використання ченьюй в розмовній мові . . . . .	185
<i>Крисан Ю. С.</i>	Художнє моделювання екранного хронотопу: лінгвокультурологічний і перекладацький аспекти. . . . .	186
<i>Кротко С. А.</i>	Вербалізація емоцій за допомогою вигуків сучасної китайської мови . . . . .	189
<i>Курява А.</i>	Перекладацькі стратегії як складова стратегічної компетенції . . . . .	190
<i>Лавренчук Я. С.</i>	Стратегії перекладу французьких рекламних текстів українською . . . . .	192
<i>Ласкава А. М.</i>	Явище евфемізації в сучасному українському політичному дискурсі . . . . .	195
<i>Левандовська Т. А.</i>	Способи відтворення мотиваційного дискурсу особистості українською мовою. . . . .	197
<i>Лисенко А. С.</i>	Війна і мир у мовній свідомості українців . . . .	199
<i>Личковська О. Г.</i>	Специфіка використання звертань в арабській мові . . . . .	201

<i>Лютик А. В.</i>	Простий минулий і простий теперішній часи в заголовках англомовних новинних повідомлень . . . . .	203
<i>Максимишена Д. І.</i>	Структурно-функціональні особливості модальних часток в сучасній китайській мові .	205
<i>Маленченко Ю. С.</i>	Засоби відтворення соціокультурних лакун у міжкультурному спілкуванні на матеріалі текстів різної жанрово-стилістичної характеристики гвінейського варіанту іспанської мови. . . . .	207
<i>Малецька А. Є.</i>	Вербальні засоби іміджу України в перекладі англомовного публіцистичного дискурсу . . . . .	209
<i>Мамчур А. О.</i>	Чеські фразеологізми на позначення рис характеру людини та їх еквіваленти українською мовою . . . . .	211
<i>Маслак Д. О.</i>	Міфологічна образність у романі Ілларіона Павлюка “Я бачу, вас цікавить нітьма” . . . . .	213
<i>Маслак Д. О.</i>	Особливості мовного оформлення українських рекламних текстів . . . . .	215
<i>Мельничук В. Ю.</i>	Мовні особливості локалізації (на прикладі гри GENSHIN IMPACT). . . . .	216
<i>Михалик І. М.</i>	Словотворення у воєнний час: неологізми сучасної української мови. . . . .	218
<i>Мільченко Л. І.</i>	Структурні та семантичні особливості сленгу російсько-української війни в інтернет-дискурсі. . . . .	220
<i>Мірохіна Д. Г.</i>	Соціокультурний та прагматичний аспекти перекладу рекламних текстів сучасних французьких ЗМІ . . . . .	222
<i>Мавласєва А. З.</i>	Суніти та шиїти: загальні відмінності двох течій ісламу. . . . .	224
<i>Молодоженя К. А.</i>	Використання метафор номінаціях збройних конфліктів . . . . .	226
<i>Момот Е. Ю.</i>	Службові слова, як спосіб зв’язку складного речення в сучасній китайській мові . . . . .	229
<i>Москаленко Н. В.</i>	Структурно-семантичні особливості фразеологізмів з компонентом “GÜL” . . . . .	231
<i>Мясоєдова М. П.</i>	Складнощі ідентифікації та обробки діалектизмів вбудованими перекладачами . . . . .	233
<i>Нагорний І. С.</i>	Способи утворення нових лексичних одиниць в сучасній мові іврит . . . . .	237
<i>Наконечна Х. Ю.</i>	Історично-маркована лексика як перекладознавча проблема: основні підходи до її вивчення. . . . .	238
<i>Нетупська Н. І.</i>	Грамаітичні функції вигуків в китайській мові(на матеріалі твору 四世同堂) . . . . .	241

<i>Нечипоренко І. В.</i>	Арабська дипломатична термінологія: структура, семантика та функціонування . . . . .	243
<i>Нікітін Я. В.</i>	Теоретичні засади вивчення мови ворожнечі (на матеріалі сучасної перської мови) . . . . .	245
<i>Олексенко В. В.</i>	Семантичні конотації зоонімів у складі фразеологічних одиниць китайської мови. . . . .	247
<i>Омельчук М. В.</i>	Принципи комбінації компонентів у стійких словесних комплексах політиків Великої Британії . . . . .	249
<i>Орел К. В.</i>	Особливості перекладу стилістичних засобів англомовної б'юті-індустрії . . . . .	250
<i>Орос С. В.</i>	Республіка Корея в міжнародних організаціях	252
<i>Осип'юнок В. А.</i>	Особливості вживання "три слів" в поп-культурі. . . . .	253
<i>Осмоловська А. Д.</i>	Функціонально-стильові особливості імперативу китайського ділового дискурсу . . .	256
<i>Павлович Я. І.</i>	Вплив англіцизмів на технічну лексику сучасної китайської мови . . . . .	257
<i>Пасічник В. Ю.</i>	Виникнення держави Ізраїль в 1948 р. Як виконання Божого пророцтва? . . . . .	259
<i>Петренко Т. С.</i>	Відтворення прямої мови в текстах англійськомовного художнього дискурсу. . . . .	261
<i>Петрук О. В.</i>	Репрезентація невербальної метафори в контексті театрального мистецтва . . . . .	263
<i>Підгрушна І. І.</i>	Українська філософія людяності: становлення і перспективи розвитку . . . . .	265
<i>Плавко О. О.</i>	Гендерно маркована лексика сучасної корейської мови . . . . .	267
<i>Поліщук І. Д.</i>	Структурно-семантичні особливості модальних дієслів (на матеріалі китайської та української мов) . . . . .	269
<i>Проц Д. О.</i>	Лексико-семантичні групи англіцизмів у словникому складі сучасної французької мови . . . . .	270
<i>Птащенко М. Р.</i>	Англомовні тронні промови як об'єкт перекладацького дослідження . . . . .	273
<i>Путнокі О. А.</i>	Суспільно-політична лексика і термінологія в мові сучасної японської публіцистики. . . . .	274
<i>Ремесло А. В.</i>	Словотвірна синонімія в мові гінді . . . . .	276
<i>Ремус-Барані-Фард В. А.</i>	Звукослідування в сучасному мовознавстві .	278
<i>Рідкоус А. А.</i>	Вербальні формули наукового дискурсу у системі матричної організації . . . . .	279
<i>Романченко В. В.</i>	Структурна класифікація термінів міжнародних відносин турецької мови . . . . .	280
<i>Рудницька Я. В.</i>	Республіка Корея: основні виклики сучасної епохи . . . . .	282

<i>Самохіна А. О.</i>	Лексико-семантичні засоби вираження емоційності в сучасному китайськомовному кінодискурсі . . . . .	284
<i>Сермуклис Д. Є.</i>	Переклад алюзій та гри слів у художньому тексті . . . . .	286
<i>Сімоніка Є. Б.</i>	Фразеологізми чен'юй як засіб вербалізації концепту багатство в китайській мовній картині світу . . . . .	288
<i>Скавронська Д. О.</i>	Лінгвістичні особливості ідіостилю С. Данешвар . . . . .	290
<i>Скорбатюк А. О.</i>	Германізми у сучасному польському дискурсі	292
<i>Слободянюк К. М.</i>	Неологічна лексика у мові польського геймера	293
<i>Соболева К. Д.</i>	Засоби поповнення лексики сучасної іспанської мови. . . . .	295
<i>Солоданюк Я. В.</i>	Лексичні перекладацькі трансформації при перекладі турецьких суспільно-політичних текстів . . . . .	297
<i>Солошенко Е. Ю.</i>	Рух за права жінок в Ісламській Республіці Іран. . . . .	299
<i>Сон А. Д.</i>	Лексичні особливості китайського політичного дискурсу . . . . .	301
<i>Сосновська Я. О.</i>	Основні персонажі та їхній взаємозв'язок у збірці новел Пу Сунліна “Розповіді Ляо Чжая про незвичайне” . . . . .	303
<i>Степанкевич М. О.</i>	Зіставний аналіз синтаксису інавгураційних промов Барака Обама і Петра Порошенка . . . .	305
<i>Сумський О. С.</i>	Концепт “дао” як складова “чен'юй” в публіцистичному дискурсі . . . . .	306
<i>Сурова Ю. В.</i>	Загальна характеристика допустово-умовних конструкцій в корейській мові . . . . .	308
<i>Тарасенко Е. О.</i>	Архаїчні особливості чорноморського діалекту турецької мови . . . . .	309
<i>Тепленко Д. В.</i>	Особливості антонімії та синонімії у сучасній китайській мові. . . . .	311
<i>Телегін В. А.</i>	Польська візія Києва II пол. XIX ст.: термінологія дослідження . . . . .	312
<i>Тиха Д. Є.</i>	Вплив суб'єкт-об'єктної дихотомії на мовне втілення концептуальної картини світу. . . . .	314
<i>Томащук В. В.</i>	Концепт “Рух” в китайській мові: лінгвокультурний аналіз спортивної лексики. .	316
<i>Тристеніченко А. О.</i>	Особливості відтворення інтертекстуальних елементів при перекладі роману К. Тарантіно <i>ONCE UPON A TIME IN HOLLYWOOD</i> (“Одного разу в Голлівуді”) українською мовою. . . . .	317

<i>Трухан О. В.</i>	Реалізація лексико-семантичної категорії війни в англомовному медійному тексті як проблема перекладу . . . . .	319
<i>Федунішина В. В.</i>	Номінації зовнішності людини в німецькій мові . . . . .	321
<i>Федченко К. Л.</i>	Семантичні особливості турецьких фразеологічних одиниць з компонентом вогонь . . . . .	323
<i>Федьків М. О.</i>	Етапи розвитку корейської пареміології . . . . .	325
<i>Філюк А. Ю.</i>	Концептуальна метафора як засіб впливу у системі китайської соціальної реклами . . . . .	327
<i>Фурлет В. А.</i>	Лексико-граматичні трансформації як засіб досягнення адекватності перекладу . . . . .	328
<i>Фурс А. І.</i>	У-сін як визначальна структура світобудови . . . . .	330
<i>Хобот В. О.</i>	Явище омонімії в сучасній арабській мові: загальна характеристика . . . . .	332
<i>Хохун К. А.</i>	Концепт “часу” в арабській лінгвістичній традиції . . . . .	334
<i>Цуркан В. І.</i>	Структурні особливості турецької комп’ютерної термінології . . . . .	336
<i>Черниш Є. В.</i>	Прикметники в англомовних газетних заголовках (на матеріалі публікацій в онлайн-версії газети The Times). . . . .	338
<i>Чогут Н. Ю.</i>	Історія виникнення та розвитку лексем на позначення грошових одиниць (на матеріалі перської мови) . . . . .	340
<i>Чубюк І. Д.</i>	Структурні особливості топонімів у сучасній китайській мові . . . . .	342
<i>Шайтор О. О.</i>	Особливості функціонування китайських фразеологічних одиниць з концептом “родина” . . . . .	344
<i>Шапошник О. В.</i>	Обґрунтування класифікації чеських омонімів . . . . .	346
<i>Шевчук Д. С.</i>	Стилістичні засоби в текстах сучасної китайської блогосфери . . . . .	348
<i>Шилінська Х. М.</i>	Лексичні засоби вираження експресивно-емоційної оцінки у турецькому художньому тексті (на матеріалі роману Халіда Зії ушаклігіля “Aşk-i temnu”). . . . .	349
<i>Ширалієва Н. Р.</i>	Символіка кольору в мовній картині світу українців (на матеріалі української фразеології). . . . .	351
<i>Шкурко П. В.</i>	Багатозначна лексика сучасної корейської мови: загальна характеристика . . . . .	353
<i>Шуляк А. Р.</i>	Неологізми в сучасній арабській мові: дериваційний потенціал, типологія, функціонування . . . . .	355



<i>Яловенко А. С.</i>	Особливості вербалізації категорії ввічливості в сучасній китайській мові . . . . .	357
<i>Янчук О. О.</i>	Мовленнєва репрезентація ядерної зони номінативного поля концепту війна у китайськомовному медіа-дискурсі . . . . .	359
<i>Яценко К. О.</i>	Французька інноваційна лексика: структурно-семантична характеристика і переклад українською мовою . . . . .	360
<i>Anukhina A. Y.</i>	La ponctuation du français: definitions, signes et fonctionnement. . . . .	362
<i>Baranchuk I. V.</i>	Specificité linguoculturelle de la langue française en Suisse. . . . .	365
<i>Benko O. M.</i>	Powitania i pożegnania w slangu polskiej młodzieży . . . . .	367
<i>Berezovska K. V.</i>	Der Begriff des “Neologismus” in der wissenschaftlichen Literatur. . . . .	369
<i>Bielikova T. R.</i>	Neologismen im modernen deutschen medizinischen Diskurs: funktionaler Aspekt . . . . .	370
<i>Bodak D. O.</i>	Vergleichende merkmale von Ukrainischen und Deutschen Zusammengesetzten Substantiven: der übersetzungsaspekt. . . . .	372
<i>Borozenets A. R.</i>	The inner form of a word: a linguistic and philosophical reflection on some of the properties . . . . .	374
<i>Borozenets A. S.</i>	La jerga juvenil como una capa considerable en el lenguaje español moderno . . . . .	376
<i>Botscharowa O. Y.</i>	Wege zur herausbildung des lexikalischen bestandes von diplomatischen texten . . . . .	378
<i>Chalapchii I. V.</i>	The influence of extralingual factors on the reflection of <i>THE MOTHERLAND</i> concept in the modern Ukrainian poetry . . . . .	380
<i>Chalo V. O.</i>	Sprachliche einheiten des lexikalisch-phraseologischen felds “Reisen und Verkehr”: aspekt der Übersetzung . . . . .	382
<i>Chmykhalo O.</i>	The impact of Emotional Intelligence on health . . . . .	384
<i>Danylenko D. D.</i>	Le rôle principal de médias francophones au Canada . . . . .	386
<i>Davydenko K. V.</i>	Los préstamos en el discurso de los medios de comunicación . . . . .	388
<i>Dobrydienieva M. V.</i>	El papel de los tropos en la obra “El silencio de la ciudad blanca” de Eva Garcia Sáenz de Urturi . . . . .	390
<i>Dragan A. M.</i>	Die rolle der Temporalen Komponente in der Bildung der Phraseologischen Bedeutung . . . . .	392
<i>Dunets K. R.</i>	Les voies d’enrichissement du lexique du langage des jeunes en France . . . . .	394
<i>Fil O. R.</i>	Peculiaridades de la formación de los dialectos en la Península Ibérica . . . . .	396

<i>Fionova D. M.</i>	Principal characteristics of contemporary American women's drama . . . . .	398
<i>Galkina O. V.</i>	La place de la linguistique cognitive dans le système des recherches modernes . . . . .	400
<i>Gontova P. V.</i>	Emprunts à l'anglais dans les textes de publicité. . . . .	402
<i>Hanusiak O. I.</i>	Übersetzung von Sprachlichen einheiten des lexikalisch-phraseologischen felds "Haushalt" . . . . .	405
<i>Hlazkova C. T.</i>	Scottish English accents. Lexical-semantical and phonological aspect . . . . .	406
<i>Horbatsch M. O.</i>	Strukturformeln der Deutschen Parömien für die bezeichnung der Höflichkeit . . . . .	408
<i>Hripko W. K.</i>	Lexikogrammatische mittel der Modalität von Verpflichtung/unverbindlichkeit in der Diplomatiesprache und deren Übertragung bei der Übersetzung . . . . .	410
<i>Iliuchenko M. O.</i>	Temporal paradigm in Audrey Niffenegger's novel <i>The Time Traveler's Wife</i> . . . . .	412
<i>Kaltschenko M. I.</i>	Zum problem der Übersetzung von phraseologischen einheiten mit der Dendronymischen komponente . . . . .	414
<i>Kamkin A. A.</i>	Moral ambivalence in the novel " <i>Things They Carried</i> " by Tim O'Brien . . . . .	416
<i>Khmelevska A. V.</i>	The art of understatement and ways of translating	418
<i>Khodos M. V.</i>	Verbalisierung des Konzeptes FREUNDSCHAFTLICHE BZIEHUNGEN in den Parömien der Deutschen sprache: linguokultureller aspekt . . . . .	419
<i>Kobushko V. V.</i>	Phraseologische Neologismen als mittel der Bereicherung der Deutschen sprache . . . . .	421
<i>Kolomiets I. Y.</i>	Übersetzungstransformationen am beispiel vonberichten zur militärtechnik und ihrer Übersetzung . . . . .	423
<i>Korol Y. O.</i>	La traduction des textes littéraires et l'évitement des lacunes . . . . .	425
<i>Korpach I. R.</i>	Les caractéristiques fonctionnelles des emprunts anglais dans la langue française . . . . .	427
<i>Kovalchuk T. O.</i>	Les metaphores cognitives dans les œuvres de Jean-Paul Dubois . . . . .	429
<i>Kovalevska Y. A.</i>	Aspects éthiques de l'hyperbolisation dans le discours politique français . . . . .	431
<i>Kozhemiako V. O.</i>	El aspecto estructural y comunicativo de las unidades fraseológicas con un componente zoosemático . . . . .	434
<i>Kozłowa O. S.</i>	Pragmatische funktion der Werbetexte . . . . .	436
<i>Kozynets R. S.</i>	El proceso de aportuguesamento . . . . .	437

<i>Kravtsova A.</i>	The Role of the Internationalisms in the English Vocabulary . . . . .	439
<i>Kravtsova M. S.</i>	Semántica y pragmática de interjecciones derivadas de los verbos de movimiento en el discurso artístico. . . . .	441
<i>Krivoshey V. V.</i>	Modern lexical neologisms as a means of interest for students of philological and pedagogical specialties to study the vocabulary of the English language . . . . .	443
<i>Kucher K. V.</i>	Protection of Consumers in Ukraine and Great Britain. . . . .	445
<i>Kuchera K. O.</i>	Psycholinguistic features of manipulative strategies in modern english discourse. . . . .	447
<i>Kucheruk N. S.</i>	Trudności w przekładzie tekstów z zakresu prawa (na przykładzie pary językowej Polski-Ukraiński)	449
<i>Kudrinskiy I. V.</i>	Besonderheit der Übersetzung von Terminologie im bereich medizin und gesundheitswesen . . . . .	451
<i>Larina A. R.</i>	La clasificación de las formas no personales del verbo en el idioma Español . . . . .	452
<i>Laskava A. M.</i>	Modern intercultural communication: challenges of the present . . . . .	454
<i>Lavrenchuk A. A.</i>	Beliefs of the ancient Germans. The pantheon of Germanic gods . . . . .	456
<i>Levchenko V. V.</i>	El papel del título en la traducción del texto literario. . . . .	458
<i>Lychana D. M.</i>	Le rôle des emprunts et de la troncation dans les microtextes sur les réseaux sociaux . . . . .	460
<i>Lytvyn O. O.</i>	Mehrdeutigkeit in der Deutschen sprache: kontextuelle hilfe beim Übersetzen von Merhdeutigen Wörtern in der Deutsch-Ukrainischen Übersetzung . . . . .	462
<i>Lytvyn V. P.</i>	La néologie comme principe de base d'enrichissement du vocabulaire française du xxie siècle. . . . .	464
<i>Lytvyn V. V.</i>	Zum Begriff der Realien und ihrer bezeichnungen	466
<i>Maksymova A. V.</i>	Sprachliche mittel der Kohäsion im Roman von Friedrich Dürrenmatt "Der Richter und sein Henker" . . . . .	468
<i>Mamedova F. M.</i>	The Linguistic Portrait of the Manipulator in Modern English Discourse . . . . .	470
<i>Markelova K. M.</i>	Verlan: aspects fonctionnel et sociolinguistique . .	471
<i>Minyoung Son</i>	Cultural adaptation in translation. . . . .	473
<i>Moyseyenko Z. V.</i>	L'interpretation du discours cinematographique en linguistique moderne . . . . .	475
<i>Mozharivska M. M.</i>	Les jeux de mots dans le discours publicitaire Français . . . . .	477

<i>Myslyvets A. V.</i>	La voix passive et les particularités de son utilisation en Français moderne . . . . .	479
<i>Nagrebetska A. S.</i>	La classification structurelle des emprunts dans le français moderne . . . . .	481
<i>Nakonechna V. M.</i>	Stress as suprasegmental phonetic phenomenon . .	483
<i>Nikolaichyk L. A.</i>	Die bedeutung der Märchen der Brüder grimm unter den Künstlerischen werken der Modrnen deutschen Prosa . . . . .	485
<i>Nikulín D. Y.</i>	Internet-comunicación como el instrumento de la interacción interpersonal . . . . .	487
<i>Nikytenko D. A.</i>	Consumer rights and responsibilities . . . . .	489
<i>Ohyrenko N. A.</i>	Compliments as a means of effective communication . . . . .	490
<i>Panchenko O.</i>	Linguistic means of expressiveness in English political speeches . . . . .	492
<i>Pantschenko O. O.</i>	Deutsche Phraseologismen für die Bezeichnung der Haustiere in der Ukrainischen Übersetzung. . .	494
<i>Pavelko Y. V.</i>	Faktoren der Bildung von phraseologischen einheiten mit der Bedeutung “Wahrheit” im deutschsprachigen Kulturraum. . . . .	496
<i>Pavliuk A. V.</i>	Los factores lingüísticos y extralingüísticos en la formación de la ambigüedad polisémica en el aspecto léxico. . . . .	499
<i>Petrenko D. V.</i>	Fremdsprachige Suffixe der Modernen Deutschen sprache (-ade, -alien, -ant (-ent), -eur, -ie): lexikalisch-semantischer und funktionaler Aspekte. . . . .	501
<i>Pikhulia O. V.</i>	YA fantasy: origins and features of the genre . . .	502
<i>Pliiev H. D.</i>	Pragma-stylistic perspective on film character analysis. . . . .	504
<i>Polischchuk V. B.</i>	Übersetzung der Mittel der Bildkraft ins Ukrainische im Roman “Tinko” von Erwin Strittmatter . . . . .	506
<i>Popova A. B.</i>	Ethics in business communication . . . . .	508
<i>Rachynska L. O.</i>	Präpositionen der Deutschen sprache: morphologische merkmale und syntaktische funktion . . . . .	510
<i>Rokita V. O.</i>	Verbalisation of the concept of loneliness in british music of the 90s . . . . .	511
<i>Rozrutska I. I.</i>	Les particularités linguistiques du texte de la chanson Française . . . . .	513
<i>Rusnak A. P.</i>	Nominative field of onyms in the English-language authentic text “Shrek 2” and methods of their translation into Ukrainian . . . . .	515
<i>Salygan D. I.</i>	The linguistic survey of New Zealand English vs AUE . . . . .	517

<i>Samorodna V. V.</i>	Historically marked vocabulary as an object of translation . . . . .	519
<i>Savchak I. I.</i>	The origin of the names of the days of the week in modern English . . . . .	521
<i>Schpirko A.</i>	Aktualisierung des Konzepts "Krieg" aufgrund des Russisch-Ukrainischen krieges im modernen publizistischen deutschsprachigen Diskurs . . . . .	523
<i>Serdiuk I. R.</i>	Le déroulement de la métaphore conceptuelle dans la nouvelle les sœurs barbarin d'Éric-Emmanuel Schmitt . . . . .	525
<i>Shkhalakhova D. O.</i>	Contemporary students' slang as the reflection of educational subculture of the English language. . .	527
<i>Shmatko Y. O.</i>	Multimodality as a tool of reading English magazine covers . . . . .	528
<i>Shvydka S. V.</i>	Comparative analysis of teaching English language in traditional and online formats in higher education . . . . .	530
<i>Shykhovets D. A.</i>	English scientific genre: pragmalinguistic aspect .	532
<i>Sinitsch J.</i>	Deutschsprachige Sprichwörter und Redewendungen, Besonderheiten ihrer Übersetzung ins Ukrainische . . . . .	534
<i>Skliar Y. Y.</i>	Técnicas lingüoestilísticas de descripción de personajes en relatos cortos de c. J. Cela . . . . .	536
<i>Skrynnyk I. A.</i>	Adjectives with sacred meaning in the English: Ukrainian translation . . . . .	538
<i>Slutskyi M. W.</i>	Expressive syntax in den Büchern von Thomas Thiemeyer und Mittel Ihrer Übersetzung ins Ukrainische . . . . .	540
<i>Sokolova O. O.</i>	Mittel der informativität der Deutschen medientexte . . . . .	542
<i>Sokur A. R.</i>	Sprachliche Mittel zur erzeugung von Komik in einem literarischen text . . . . .	544
<i>Solovjova O. R.</i>	Die rolle von N. Sniadanko in der entwicklung der Übersetzungschule des 21. Jahrhunderts . . . . .	546
<i>Sova A. O.</i>	Emotion evoking strategies as an effective tool of advertisement . . . . .	548
<i>Sowa E. S.</i>	Ukraińske neologiczne toponimy w polskich mediach . . . . .	550
<i>Stavska A. S.</i>	The use of Turkish three-component word combinations in the artistic style texts . . . . .	552
<i>Stechyshyn M. A.</i>	Stilfunktionen der Wiederholung in der Poesie von Mascha Kaleko . . . . .	554
<i>Suslo M. O.</i>	Discursive strategies of shaping moral emotions in English author's fairy tales of the 19th century. . .	556
<i>Synchuk D. M.</i>	Das Konzept und die besonderheiten des Jugendsprachschatzes (Studentenslang) . . . . .	558

<i>Tomin A. V.</i>	Types of phraseological units of contemporary American fictional discourse and features of their translation into Ukrainian . . . . .	560
<i>Tsiura O.</i>	Lexical and grammatical features of internet communication . . . . .	562
<i>Usatenko D. R.</i>	Übersetzung von Phraseologischen einheiten mit Somatischer komponente: linguokulturologischer aspekt . . . . .	564
<i>Usik A. I.</i>	General chracteristics of echo questions . . . . .	566
<i>Ustymchuk D. P.</i>	La influencia de los factores socioculturales en la aparición de neologismos. . . . .	568
<i>Vasylenko I. Y.</i>	Verbal representation of the concept supernatural in horror fiction (a case study of stephen King's "IT") . . . . .	570
<i>Vlasiuk A. V.</i>	Linguistic and methodological competences of future high school teachers. . . . .	572
<i>Vodianko M. V.</i>	Aktualisierung Phraseologischer semantik in modernen Deutschen liedern: kulturologischer aspekt . . . . .	573
<i>Vodopian H. V.</i>	Socjolekt młodzieżowy w językach polskim i ukraińskim: funkcjonowanie oraz postawa społeczeństwa . . . . .	575
<i>Volivetska D. Y.</i>	Das Konzept des zwecks der Kommunikation, Äquivalenz und Nachtäquivalenz in der Linguistik Die Pragmatische Bedeutung von Idiomen mit der Komponente gott in Säkularen Publikationen des Deutschsprachigen Medienraums . . . . .	577
<i>Wowk M. W.</i>	Die Pragmatische Bedeutung von Idiomen mit der Komponente gott in Säkularen Publikationen des Deutschsprachigen Medienraums . . . . .	578
<i>Yakubovska K. I.</i>	Politische Reden (Erklärungen, Aufrufe) uben den Russisch-Ukrainischen krieg: pragmatische und translatorische analysen . . . . .	580
<i>Zhuk Z. S.</i>	The power of Brainstorming . . . . .	582
<i>Ziborieva M. V.</i>	Phraseologie als bestandteil der Speziellen sprache des militärischen Bereichs . . . . .	584
<i>Zozulia K. S.</i>	Functional change of words in present day English . . . . .	586

## МЕТОДИКА НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ. ПЕДАГОГІКА

<i>Білавчук А. В.</i>	Специфіка сприйняття граматичних структур у процесі читання . . . . .	589
<i>Бовтуненко А. О.</i>	Проблеми створення та впровадження корпоративних інформаційних систем . . . . .	591
<i>Буднікова Г. В.</i>	Проблеми формування англійськомовної лінгвосоціокультурної компетентності в діалогічному мовленні у студентів-романістів . . . . .	593

<i>Власенко Т. В.</i>	Електронний маркетинг: проблеми та перспективи . . . . .	595
<i>Гарнік І. В.</i>	Етапи реалізації проєктної технології у навчанні англійського монологічного мовлення майбутніх учителів . . . . .	597
<i>Дмитрієва Є. П.</i>	Ресурси для формування іспанськомовної лексичної компетентності: вправи й завдання професійного блогу <i>Profesores de ELE</i> . . . . .	599
<i>Каленська В. Л.</i>	Роль і місце навчально-стратегічної компетентності у професійно-орієнтованому говорінні майбутніх учителів англійської мови	601
<i>Кириленко Н. Є.</i>	Психолого-педагогічні засади формування комунікативних компетентностей з використанням проєктних технологій у майбутніх учителів англійської мови. . . . .	603
<i>Конівненко В. М.</i>	Інтернет-реклама: види та засоби створення. . .	605
<i>Кулик В. П.</i>	Морально-ціннісна сфера студентської молоді в умовах університетської освіти. . . . .	607
<i>Кучіна А. Ю.</i>	Критерії відбору відеороликів для формування у майбутніх учителів компетентності в англійськомовному аудіюванні . . . . .	609
<i>Лаврик О. М.</i>	Засоби театральної педагогіки в підготовці вчителя іноземної мови . . . . .	611
<i>Левченко Н. Д.</i>	Стратегії оволодіння майбутніми вчителями англійської мови граматичною компетентністю	613
<i>Легков С. Ю.</i>	Шкільна освіта для розвитку демократичного громадянства: досвід європейських країн . . . . .	615
<i>Лупійчук С. В.</i>	Мотивація як чинник підвищення ефективності навчання іноземних мов учнів закладів загальної середньої освіти . . . . .	616
<i>Малахова Г. В.</i>	Професійна підготовка вчителя-філолога: досвід американських університетів . . . . .	619
<i>Мацієвська Ю. Я.</i>	Новітні підходи до організації виховної роботи зі студентами . . . . .	621
<i>Мельник В. І.</i>	Компетентнісний підхід як методологічна основа дослідження педагогічної майстерності викладача іноземної мови . . . . .	623
<i>Мищенко А. О.</i>	Особливості використання лексичних одиниць у процесі продукування французькомовного монологу-міркування учнями 8 класу . . . . .	625
<i>Остапенко Ю. В.</i>	Роль корпоративних інформаційних систем у сучасному суспільстві . . . . .	627
<i>Пастернак В. А.</i>	Характеристика інтерактивних застосунків для розвитку аудитивних умінь майбутніх учителів англійської мови. . . . .	629



<i>Поліщук М. Л.</i>	Інформаційна безпека та методи захисту інформації . . . . .	631
<i>Порховнюк М. І.</i>	Готовність студентів спеціальності “Середня освіта” до автономного професійно орієнтованого навчання англійської мови . . . .	632
<i>Проценко В. С.</i>	Аналіз інформаційних систем маркетингу . . . .	635
<i>Пухова С. Ю.</i>	Прийоми мнемотехніки для формування французькомовної лексичної компетентності учнів 7 класу . . . . .	637
<i>Романчук О. Р.</i>	Інтерактивні технології викладання англійської мови в закладах загальної середньої освіти. . . .	639
<i>Старовойт В. А.</i>	Дистанційне формування в майбутніх учителів навчально-стратегічної компетентності в англійськомовному читанні . . . . .	641
<i>Торон О. С.</i>	Розвиток у майбутніх учителів англійської мови умінь усномовленневого спілкування в умовах комбінованого навчання. . . . .	643
<i>Чумак Д. І.</i>	Емоційний інтелект у структурі особистості майбутнього викладача іноземної мови. . . . .	645
<i>Швачка В. Є.</i>	Лексична компетентність як складова міжкультурної комунікативної компетентності вчителя англійської мови . . . . .	647
<i>Шечкова С. А.</i>	Характеристики і переваги DSS систем . . . . .	649
<i>Вініvsка О.</i>	Differences in students’ and teachers’ perceptions of the ideal teacher . . . . .	651
<i>Мусін В. У.</i>	STEM educational technologies implementation in english language classes as a contemporary methodical approach for mastering students’ key competences and cross-cutting skills . . . . .	653

## ПСИХОЛОГІЯ І ТУРИЗМ

<i>Анікеєнко С. О.</i>	Ностальгійчний туризм та перспективи його розвитку в Україні . . . . .	656
<i>Бабич А. С.</i>	Особливості формування характеру в підлітковому віці залежно від стилю сімейного виховання . . . . .	657
<i>Васильєва А. Д.</i>	Адаптація студентів-першокурсників до навчання у ВНЗ. . . . .	659
<i>Гончаренко С. О.</i>	Вплив реакційної діяльності на навколишнє середовище Норвегії . . . . .	661
<i>Желєзна Л. О.</i>	Розвиток суб’єктності дитини в ранньому віці . . . . .	663
<i>Зубкова О. І.</i>	Психологічна характеристика емоційних станів у дорослих під час воєнних дій . . . . .	665

<i>Казимиrowa В. В.</i>	Вплив діджиталізації туристичних послуг на сучасний розвиток туризму. . . . .	667
<i>Карасевич В. І.</i>	Стан туристичної інфраструктури Греції: виклики сьогодення . . . . .	669
<i>Клюєв Д. С.</i>	Організація спортивного туризму в Україні . . . . .	670
<i>Ковальчук Д. М.</i>	Етнографічний туризм в Україні . . . . .	672
<i>Корнієнко А. І.</i>	Психологічні особливості почуття самотності в юнацькому віці . . . . .	674
<i>Коснюк А. В.</i>	Перспективи розвитку зеленого туризму в Україні . . . . .	676
<i>Котовська Я. Ю.</i>	Культурні особливості індустрії гостинності Саудівської Аравії . . . . .	678
<i>Купченкова М. О.</i>	Сільський туризм як важлива складова українського сучасного туризму. . . . .	680
<i>Курносенко Д. О.</i>	Соціально-психологічні чинники вибору професії психолога. . . . .	682
<i>Куценко Р. О.</i>	Ресурсний потенціал агротуризму в світі та в Україні . . . . .	684
<i>Левківська О. І.</i>	Становлення та розвиток віртуальних екскурсій . . . . .	686
<i>Любацька К. С.</i>	Особливості професійної мотивації фахівців HR-сфери. . . . .	688
<i>Макаренко О. Д.</i>	Історико-культурна спадщина Італії як туристичний ресурс . . . . .	690
<i>Маковійчук Є. Ю.</i>	Готельно-ресторанна справа України в період війни . . . . .	692
<i>Микитенко А. В.</i>	Динаміка навчальної мотивації сучасних студентів психологів . . . . .	694
<i>Миронов А. А.</i>	Сезонні особливості фізичної підготовки туристів . . . . .	695
<i>Москаєв О. В.</i>	Космічний туризм: стан та перспективи розвитку . . . . .	697
<i>Орчаківська В. В.</i>	Медичний туризм у Південній Кореї . . . . .	699
<i>Полянська Ю. В.</i>	Інноваційні технології у музейній справі Франції . . . . .	701
<i>Порвіш М. Р.</i>	Досвід туристичної політики Південної Кореї у контексті розвитку туризму в Україні. . . . .	703
<i>Рябко Р. О.</i>	Територіальні особливості розвитку туризму в Швейцарії . . . . .	704
<i>Сандалова Д. О.</i>	Передумови розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах . . . . .	706
<i>Сисак А. О.</i>	Гастрономічний туризм у Туреччині . . . . .	708
<i>Скляр М. Ю.</i>	Особливості самодетермінації в процесі професіоналізації психолога . . . . .	710
<i>Танасієнко А. Є.</i>	Розлади харчової поведінки в юнацькому віці: психологічний аспект . . . . .	712

<i>Ткаченко М. С.</i>	Особливості емоційної сфери українських біженців. . . . .	714
<i>Харламова М. О.</i>	Зміст поняття психологічна культура педагога	715
<i>Хмаріна А. О.</i>	Кулінарні традиції Італії як фактор розвитку гастрономічного туризму . . . . .	717
<i>Черниш А. Ю.</i>	Психологічні чиники прояви емоційної залежності: гендерний аспект. . . . .	719
<i>Черняєва К.</i>	Етичні та законодавчі аспекти консультативного і психотерапевтичного процесу: роль психологата позиція клієнта/пацієнта . . . . .	721
<i>Шаповалов А. О.</i>	Туристична привабливість природних ресурсів Житомирської області . . . . .	723
<i>Mazur V.</i>	Features of the values and meaning's sphere of the personality in terms the conditions of chronic somatic disease. . . . .	724
<i>Rakhuba A.</i>	Psychological support of persons in need of secondary prevention of cardiovascular diseases. .	726

## МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ

<i>Гончаренко Д. В.</i>	Проблеми українських підприємств в умовах військової агресії РФ . . . . .	729
<i>Жук Ж. С.</i>	Ключові пріоритети в управлінні персоналом організації в умовах війни. . . . .	731
<i>Закорко Ю. В.</i>	Задоволеність споживачів функціями продукту: модель Кано, індекс CSI . . . . .	733
<i>Закорко Ю. В.</i>	Організація маркетингу на підприємствах малого бізнесу . . . . .	735
<i>Ільєнко Д. М.</i>	Інтернет-маркетинг на ринку B2B . . . . .	736
<i>Кияшко Є. А.</i>	Відбір персоналу в системі кадрового менеджменту. . . . .	737
<i>Ковзусь Д. Є.</i>	Побудова системи управління персоналом . . .	739
<i>Коломієць А. О.</i>	Просування бренду компанії в соціальних мережах . . . . .	741
<i>Мелашенко А. О.</i>	Сучасні методи мотивації праці персоналу організації . . . . .	742
<i>Пазич А. П.</i>	Ключові показники ефективності Інтернет-маркетингу . . . . .	744
<i>Пожидаєв О. О.</i>	Особливості брендингу закладу вищої освіти на ринку освітніх послуг . . . . .	746
<i>Попова А. Б.</i>	Антикризове управління підприємством: маркетинговий аспект . . . . .	748
<i>Пшенична О. Л.</i>	Принципи управління персоналом підприємства. . . . .	751

<i>Скопенко І. І.</i>	Адаптація маркетингових стратегій банків до кризових ситуацій . . . . .	753
<i>Усенко Ю. В.</i>	Інфраструктура товарного ринку: сутність та методи її оцінки . . . . .	755
<i>Фурманова А. О.</i>	Роль інтернет маркетингу в розвитку підприємства. . . . .	757
<i>Хашемі В. А.</i>	Інтернет маркетинг на ринку інтелектуальних продуктів. . . . .	758
<i>Черната І. В.</i>	Ефективність рекламної діяльності для підприємства. . . . .	760



Підписано до друку 21.04. 2023 р. Формат 60x84 1/16  
Папір друк. №1 Спосіб друку офсетний. Умов. друк. арк. 64,82  
Умов. фарб. відб. 64,82 Обл. вид. арк. 64,71  
Тираж 100. Зам. № 23 - 58

---

Видавничий центр КНЛУ  
Свідоцтво: серія ДК № 1596 від 08.12.2003 р.

---

Віддруковано "Видавництво Ліра – К"  
03142, м. Київ, вул. В. Стуса, 22/1  
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру  
серія ДК № 3981