

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Центральноукраїнський державний університет
імені Володимира Винниченка
Кафедра української філології та журналістики
Кафедра германських мов, зарубіжної літератури та методик їхнього навчання
Кафедра перекладу, прикладної та загальної лінгвістики
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Кафедра соціальних комунікацій
Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна академія імені Тараса Шевченка
Кафедра іноземних мов і методик їх навчання



28–29 квітня 2025 року

ЗБІРНИК ТЕЗ

II Всеукраїнська
науково-практична
конференція для студентів
та молодих науковців

м. Кропивницький

**«ФІЛОЛОГІЧНІ, ЛІНГВОДИДАКТИЧНІ
ТА МЕДІЙНІ ДОСЛІДЖЕННЯ:
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ»**



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Центральноукраїнський державний університет
імені Володимира Винниченка

Кафедра української філології та журналістики
Кафедра германських мов, зарубіжної літератури
та методик їхнього навчання
Кафедра перекладу, прикладної та загальної лінгвістики

Волинський національний університет імені Лесі Українки
Кафедра соціальних комунікацій

Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна академія
імені Тараса Шевченка
Кафедра іноземних мов і методик їх навчання

II Всеукраїнська науково-практична конференція
для студентів та молодих науковців

«ФІЛОЛОГІЧНІ, ЛІНГВОДИДАКТИЧНІ ТА МЕДІЙНІ
ДОСЛІДЖЕННЯ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ»

ЗБІРНИК ТЕЗ
28 – 29 квітня 2025 року

Кропивницький
2025



УДК 81(062.552)

С 48

Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції для студентів та молодих науковців «ФІЛОЛОГІЧНІ, ЛІНГВОДИДАКТИЧНІ ТА МЕДІЙНІ ДОСЛІДЖЕННЯ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ» (28 – 29 квітня 2025 року). - Кропивницький, 2025. – 158 с.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Фока М. В. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри германських мов, зарубіжної літератури та методик їхнього навчання;

Кирилюк О. Л. – доктор філологічних наук, доцент, завідувач кафедри української філології та журналістики;

Ярова Л. О. – кандидат педагогічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри перекладу, прикладної та загальної лінгвістики

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:

Клочек Л. В. – голова оргкомітету, проректор з наукової роботи Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка, доктор психологічних наук, професор

Габелко О. М. – заступник голови оргкомітету, кандидат педагогічних наук, доцент, декан факультету української філології, іноземних мов та соціальних комунікацій Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка;

Кирилюк О. Л. – доктор філологічних наук, доцент, завідувач кафедри української філології та журналістики Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка;

Фока М. В. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри германських мов, зарубіжної літератури та методик їхнього навчання Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка;

Ярова Л. О. – кандидат педагогічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри перекладу, прикладної та загальної лінгвістики Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка;

*Надруковано за рішенням вченої ради
Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка
(протокол № 13 від 28.04.2025 року)*

**Статті подано в авторській редакції
Оргкомітет не несе відповідальності за зміст науковий праць
та достовірність наведених фактологічних і статистичних даних**

© Центральноукраїнський державний університет
імені Володимира Винниченка, 2025



ЗМІСТ

Секція 1.

Актуальні питання мовознавства та літературознавства

Собчук О.Б. МОТИВ ЗЛОЧИНУ В ІСТОРИЧНОМУ ДЕТЕКТИВІ: ІСТОРІЯ, ПСИХОЛОГІЯ ТА СУСПІЛЬСТВО	7
Банді Д.Ю. ФОРМУВАННЯ МОВНОЇ СВІДОМОСТІ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ЗМІСТОВОЇ ЛІНІЇ	11
Головко Т.В. НАВЧАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В УМОВАХ ДІАЛЕКТНОГО ОТОЧЕННЯ	19
Фулга Є. С. ВІДТВОРЕННЯ АТМОСФЕРИ СТРАХУ У ПЕРЕКЛАДІ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ СТРАТЕГІЇ І ВИКЛИКИ	23
Радько Д.О. СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АМЕРИКАНІЗМІВ ЯК ЗАСОБІВ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ЕТНОСТЕРЕОТИПУ «AMERICANS/АМЕРИКАНЦІ»	27
Скотаренко В.О. АНГЛІЙСЬКІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОМПОНЕНТОМ-АЛОЕТНОНІМОМ: ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ	31
Шуварівська В. С. РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ БУЛІНГУ У РОМАНІ «КЕРРІ» СТ. КІНГА ТА «НЕ ОЗИРАЙСЯ І МОВЧИ» М. КІДРУКА ...	35
Шуварівська В. С. ХУДОЖНІЙ ПСИХОЛОГІЗМ ТА СИМВОЛІЗМ У ТВОРЧОСТІ Т.С. ЕЛІОТА ТА ПАВЛА ТИЧИНИ	39

Секція 2.

Методика викладання української мови та літератури. Сучасні засоби фахової підготовки вчителя іноземних мов і зарубіжної літератури

Луценко В.О. ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ПІЗНАВАЛЬНОГО ІНТЕРЕСУ НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ	44
Барановська Н.П. ПРОФЕСІЙНО-ОРІЄНТОВАНЕ НАВЧАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ІТ-СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ	47



Бабенко Є. А. ПРЕДМЕТНО-МОВНЕ ІНТЕГРОВАНЕ НАВЧАННЯ В ГАЛУЗІ ІНШОМОВНОЇ ОСВІТИ: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ	52
Зеленько І.М. ІНШОМОВНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ТЕКСТ ЯК ЗАСІБ НАВЧАННЯ ЧИТАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ	58
Мельник О.В. ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ ГРАМАТИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В УЧНІВ НА СЕРЕДНЬОМУ ЕТАПІ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ В ШКОЛІ	62
Бистрова Н.С. ЛЕКСИЧНА ГРА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД НАВЧАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	67
Літвінчук Д.І. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У НАВЧАННІ ЗАРУБІЖНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	70
Романюк А.О. МЕТОДИКА ФОРМУВАННЯ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ УЧНІВ ЗЗСО ЗАСОБАМИ ТЕАТРАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	74
Фаюк Ю.О. ПІСНІ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ АУДИТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ УЧНІВ 5-ГО КЛАСУ	78

Секція 3.

Міжкультурна комунікація.

Проблеми теорії і практики перекладу.

Прикладна лінгвістика

Вербицький В. В. КОНДЕНСАЦІЯ У ПРОЦЕСІ СУБТИТРУВАННЯ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ	83
Негрієнко М.С. МЕТРИКИ ОЦІНЮВАННЯ МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ В СУЧАСНОМУ ЛОКАЛІЗАЦІЙНОМУ ПРОЦЕСІ	87
Рішко Б. В. ВІДТВОРЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ ОБСЦЕНІЗМІВ ТА ІНВЕКТИВІВ В КОНТЕКСТІ КІНОПЕРЕКЛАДУ З УРАХУВАННЯМ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ДО ЦЕНЗУРУВАННЯ	90
Брижатиї Я.М. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЗАГОЛОВКІВ У АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ НОВИН: КОМУНІКАТИВНО-МОВНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТИ	94



Грищенко А.О. FILM DUBBING AND TRANSLATIONAL SHIFTS: CHALLENGES OF ADAPTING CULTURAL EXPRESSIONS	97
Ільїна О.Д. ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕВФЕМІЗМІВ В АНГЛОМОВНИХ ЗМІ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ	101
Костишин О.Я. ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ КОКНІ ТА ЙОРКШИРСЬКОГО ДІАЛЕКТУ В ПЕРЕКЛАДІ	105
Колесник О.О. DIFFICULTIES IN TRANSLATING SOCIAL AND POLITICAL VOCABULARY IN BLOGS AND SOCIAL MEDIA PROFILES.....	109
Рева Я.Д. SUBTITLING APPROACHES IN DIFFERENT STANDARDS SYSTEMS	113
Шевченко М.В. СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКЛАДУ ГУМОРУ В АНГЛОМОВНОМУ КОМЕДІЙНОМУ КІНОТЕКСТІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ	117
Підхлібний С.В. КОМПЕТЕНТНОСТІ БАКАЛАВРА ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ СПЕЦІАЛЬНОСТІ В ПРОЄКЦІЇ НА ТЕСТОВЕ ЗАВДАННЯ ЛОКАЛІЗАЦІЙНОЇ СПІЛКИ «ШЛЯКБИТРАФ (SBT LOCALIZATION)»	121

Секція 4.

Медійна комунікація

Березовська В. В. ПОДКАСТ ЯК ЗАСІБ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ	126
Будник О. Б. ВЛАСНИЙ ДОСВІД ПРОВЕДЕННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО РОЗСЛІДУВАННЯ ДЛЯ ВИДАННЯ «СИЛА ПРАВДИ».....	130
Давидюк В. О. ІНТЕРВ'Ю ЯК ЗАСІБ РЕГІОНАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ДОСВІД СТВОРЕННЯ СЕРІЇ МАТЕРІАЛІВ ПРО ВІДОМИХ ЛУЧАН	133
Довгополюк К. Р. МЕДІА ДЛЯ ДІТЕЙ В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ Й ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	136
Каленюк В. О. МУЗИЧНА ТЕМАТИКА В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА.	140



Кравчук О. П. НОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ МЕДИЧНІ ПЛАТФОРМИ В УКРАЇНІ	143
Поліщук Р. С. ТЕХНІЧНІ ТА ЗМІСТОВІ ПАРАМЕТРИ СТВОРЕННЯ ТЕМАТИЧНОГО ВІДЕО ДЛЯ YOUTUBE	147
Романенко М.А. ТИПОЛОГІЯ БЕЗЕКВІВАЛЕНТНОЇ ЛЕКСИКИ В ЗАГОЛОВКАХ ТЕКСТІВ НОВИНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ БІ-БІ-СІ. 150	
Случук О. О. АУДІОПОДКАСТИНГ ЯК НОВИЙ ФОРМАТ СУЧАСНОЇ ТРЕВЕЛЖУРНАЛІСТИКИ: ПРИКЛАД ВЛАСНОГО ПРОЄКТУ	154



Секція 1.
Актуальні питання мовознавства та
літературознавства

Собчук О.Б.

*асистент кафедри іноземних мов і методик їх навчання
Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна академія*

імені Тараса Шевченка

(м. Кременець)

**МОТИВ ЗЛОЧИНУ В ІСТОРИЧНОМУ ДЕТЕКТИВІ: ІСТОРІЯ,
ПСИХОЛОГІЯ ТА СУСПІЛЬСТВО**

Мотив злочину та його розкриття є наскрізною темою світової художньої літератури, що зберігає свою актуальність протягом століть. Починаючи з давньогрецьких трагедій, де розкриття злочину (часто морального чи міфічного) виконувало катарсичну та виховну функцію, і до сучасної літератури – розв’язання таємниці, викриття істини та пошук справедливості завжди були у фокусі читацької уваги. Особливе місце серед літературних жанрів, що апелюють до цього мотиву, займає детектив, а ще специфічніше – історичний детектив. У ньому поєднуються художнє осмислення минулого з напруженою інтелектуальною пошуку істини, властивою детективній історії.

Детективний жанр почав розвиватись у середині ХІХ столітті, а його класичне формування пов'язують з іменами Едгара Аллана По, Артура Конан Дойля та Агати Крісті. Вважаємо, що основою будь-якого детективного сюжету є злочин (найчастіше – вбивство), таємниця, що пов'язана з ним, і персонаж-детектив, котрий прагне відновити логічну та моральну справедливість. У цьому контексті, на наш погляд, мотив розкриття злочину – не просто сюжетний елемент, а структуроутворювальна одиниця, яка формує жанрові очікування



читача та слугує інструментом аналізу характерів, суспільства, а іноді – і глибших філософських понять, таких як правда, мораль, провина і покарання.

Науковець А. Тимченко визначає мотив як повторюваний і варіативний компонент літературного твору, що поєднує емоції, ідеї та уявлення про дію чи явище. Він пропонує трихотомічну модель мотиву, до складу якої входять: ядро (культурний код, наявний ще до включення мотиву в текст), тіло мотиву (конкретне семантичне наповнення в межах твору) та мотивне поле (зв'язки з іншими мотивами й образами, які активізуються ситуативно) (Тимченко, 2010, с. 5–8). На відміну від трикомпонентної моделі А. Тимченко, мовознавиця М. Заборна акцентує на індивідуально-психологічній природі мотиву як рушійній силі створення тексту. На її думку, мотив у художньому тексті тісно пов'язаний із особистістю автора, його письмовою манерою та типом мовлення. У цьому контексті мотив розглядається не лише як семантичний елемент, а як психологічний імпульс текстотворення (Заборна, 2020, с. 34–45). Цікавою, на наш погляд, є розвідка Т. Кушнірової, котра визначає мотив як формально-змістовну одиницю, що є складником фабули, рушієм сюжету, засобом розкриття характерів і вираження ідейного задуму автора. Вона підкреслює, що мотив тісно пов'язаний із темою, реалізуючи її через конкретні смислові елементи, однак не тотожний їй, оскільки має власну словесну та ситуаційну оболонку (Кушнірова, 2004, с. 3–11).

Ще на початку ХХ століття в межах західноєвропейської традиції сформувався канон класичного детективу, що передбачав чітке дотримання певних сюжетних і стилістичних правил. Однією з ключових його вимог вважалось те, що читач має рівні права з детективом для розгадки таємниці, а злочин має розкриватися виключно логічним шляхом – без містичних, фантастичних чи випадкових елементів. Відповідно до цього підходу, мотив злочину мусив бути виключно особистим: ревності, помста, бажання наживи – зазвичай це ставало основою конфлікту, але політичні, соціальні або ідеологічні мотиви навмисне виключалися, аби зберегти жанрову «чистоту» і зосередженість на індивідуальній психології персонажів (Рогоза, 2001, с. 145–



146). Такої ж думки дотримується американський письменник Говард Хейкрафт: «усі мотиви злочинів у детективній історії повинні бути особистими» (*Haycraft, 1946, c. 192*).

Так як історичний детектив виник як жанрове утворення на стику історичного роману та класичного детективу, то його специфіка полягає у змалюванні злочину та його розкриття в межах історичного часу, з урахуванням реалій, менталітету, культурного й політичного контексту певної епохи. Уважаємо, що тут злочин не просто персональна трагедія, а подія, що виявляє структури влади, механізми контролю, соціальні й гендерні конфлікти, а також пам'ять про історію. Відповідно, на наш погляд, у межах історичного детективу, що поєднує детективну інтригу з реконструкцією історичного контексту, мотив розкриття злочину набуває іншого виміру. Він перестає бути винятково індивідуальним актом – натомість дедалі частіше віддзеркалює структурні соціальні, політичні або ідеологічні зрушення, притаманні певній епосі. Таким чином, злочин може постати не лише як приватна драма, а як прояв проблеми суспільства.

Прикладом такого трактування вбачаємо історичний детектив Наталки Сняданко «Перше слідство імператриці», у якому події розгортаються в контексті буремної історії Австрійської імперії середини XIX століття часів династії Габсбургів із поєднанням сцен в українському Львові XXI століття. На сторінках детективу сюжет замаху на чоловіка головної персонажки Сіссі переплетено із напруженою політичною ситуацією та культурним розвитком. Це підтверджуємо фактами про скрипку Моцарта, яка крізь століття дає про себе, а також місцем Австрії та Угорщина на політичній арені, так як на той час між державами панували напружені відносини.

Погоджуємось із польським письменником Єжи Едигеєм, котрий доводить, що у детективному романі соціальні, моральні та психологічні питання не є самоціллю, а слугують фоном для розвитку головної ідеї – розкриття злочину через мотив. Цей мотив, будучи ключовим рушієм сюжету, часто пов'язаний із реаліями життя, зокрема через зображення побутових



деталей і психології персонажів. Водночас детективний роман допускає певні умовності, які неприйнятні для серйозної реалістичної літератури, але саме ці реалії – як наполягав Єжи Едигей – стають важливими завдяки їхній ролі у створенні атмосфери таємниці. Тому, хоча детективна розповідь може бути конструктивно штучною, але історичний детектив дає точне уявлення про малу реальність свого часу, створюючи відповідні передумови для розкриття мотиву злочину (*Edigej, 1982, c. 143*).

Поміж те, вважаємо за необхідне зауважити, що мотив злочину, незалежно від його глибини, рівня складності чи психологічної переконливості – не може слугувати виправданням самого злочину. Навіть, якщо читач співчуває персонажу, який скоїв убивство з особистої, зрозумілої причини (помста, ревності, захист близької людини тощо), то етична структура детективного твору все-таки вимагає покарання. Саме це є основою морального порядку, який детектив, як жанр, покликаний відновити. Погоджуємось із словами Агати Крісті, котра неодноразово наголошувала, що злочин не може залишитися без наслідків, якими б переконливими не здавалися мотиви його вчинення. Вона порівнює вбивцю з людиною, яка тікає зі села, охопленого епідемією, і, намагаючись урятуватися, приносить загрозу в безпечне середовище. Така людина, на її погляд, навіть якщо і керується інстинктом самозбереження, все одно несе смерть іншим, а отже, повинна бути зупинена. «Невинних потрібно захищати; їм слід гарантувати мир і безпеку, дати змогу жити серед людей без страху», – писала А. Крісті (*Christie, 2012, 313*).

Отже, мотив розкриття злочину в історичному детективі розширює своє функціональне поле і виходить далеко за межі звичайного сюжетного вузла. Він стає інструментом історичного аналізу, морального судження та культурної рефлексії. Замість обмеження його лише особистими причинами, автори дедалі частіше апелюють до історичних контекстів, політичних обставин та соціальних процесів, перетворюючи детективну інтригу на інструмент глибшого аналізу – не лише злочину, а й самої доби, в якій він став можливим.



ЛІТЕРАТУРА

Заборна, М. (2020). Мотив як інтердисциплінарний феномен та філологічна проблема. *Studia methodologica*, 50, 34–45.

Кушнірова, Т. (2004). Мотив як літературознавча категорія: ознаки і типологія. *Вісник Полтавського державного педагогічного університету імені В.Г. Короленка*, 1(34), 3–11.

Рогоза, Ю., Попов, Ю. (2001). Детектив. *Лексикон загального та порівняльного літературознавства*. Золоті литаври, 145–146.

Тимченко, А. (2010). Структура мотиву: до питання теоретичного осмислення. *Літературознавчі обрії. Праці молодих учених*. Інститут літератури ім. Т. Г. Шевченка НАН України, 5–8.

Christie, A. (2012). *An Autobiography*. William Morrow Paperback, 313.

Edigej, Jerzy. (1982). *Pomysł za siedem milionów*. Czytelnik, 170.

Науcraft, Howard. (1946). *The art of the mystery story. A collection of critical essays*, 545.

Банді Д.Ю.

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: доктор філологічних наук, доцент Кирилук О.Л.

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

ФОРМУВАННЯ МОВНОЇ СВІДОМОСТІ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ЗМІСТОВОЇ ЛІНІЇ

Постановка проблеми. Однією з визначальних особливостей сучасного мовознавства є активізація міждисциплінарних досліджень, у яких мовні явища розглядаються не ізольовано, а у взаємозв'язку із позамовними чинниками, що



впливають на процеси мислення та комунікації. Особливого значення в ньому набуває лінгвістична концептологія, яка досліджує концепти та концептосфери, що відіграють визначальну роль у формуванні концептуальної картини світу. Як зазначає Ю. Маслова, «концептуальна та мовна картини світу тісно взаємодіють між собою і репрезентують сучасну реальну картину світу через призму іманентного буття» [11, с. 71]. Водночас ключова відмінність між ними полягає в тому, що основу мовної картини світу становить семантика, тоді як концептуальна картина ґрунтується на поняттях-концептах, які структурують пізнання.

Аналіз досліджень і публікацій. Концепт є одним із ключових понять у сучасній когнітивній лінгвістиці, оскільки саме через нього мова взаємодіє зі свідомістю, відображаючи світогляд і культурні коди певного народу. Особливий інтерес у мовознавців викликають ті концепти, що тісно пов'язані з національною культурою та найяскравіше демонструють специфіку колективної свідомості. Дослідження в цій галузі зосереджені не лише на виокремленні концептів, а й на їхньому глибшому аналізі: розробляються різноманітні методики концептуального аналізу, здійснюється типологізація концептів, визначаються їхні структурні та семантичні особливості. Зокрема, О. Кирилюк досліджує структуру асоціативно-семантичного поля стимулу «ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ» [9], О. Гошовська звертає увагу на етнокультурну специфіку концепту «ВІРА» [5], О. Жулавська вивчає концепт «ТЕРОРИЗМ» у газетному дискурсі [8]. Об'єктом дослідження О. Багацької є концепт «РІВНОВАГА» в наративній структурі сучасних американських оповідань [1], О. Єфименко вивчає концепт «СТЕП» у словниковій, текстовій та психолінгвістичній парадигмах [7], Т. Вільчинська досліджує концепт «ВІЙНА» у газетному тексті [3].

Актуальність статті зумовлена тим, що концепт *ПЕРЕМОГА* відіграє ключову роль у мовній свідомості українців, особливо в контексті сучасних соціально-політичних реалій, а його медіадискурсивна репрезентація формує суспільні уявлення та комунікативні стратегії.



Мета роботи – є визначення особливостей асоціативно-семантичного поля концепту *ПЕРЕМОГА* в мовній свідомості українців на матеріалі медіадискурсу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У процесі пізнання людина осмислює дійсність за допомогою особливих лінгвокогнітивних одиниць – концептів, що виникають унаслідок здатності виділяти з усього масиву інформації про світ стійкі, типові ознаки явищ і, відповідно, систематизувати їх у свідомості. Концепти є своєрідними ментальними утвореннями, які слугують посередниками між мовою та мисленням, забезпечуючи процеси категоризації та концептуалізації дійсності.

Тлумачення поняття *концепт* залишається дискусійним, що зумовлено міждисциплінарною природою цього феномена. Термінологічна розбіжність також є наслідком різних методологічних підходів та складності самої структури концепту, його багаторівневості та динамічного характеру.

О. Цапок виокремлює дві головні причини неоднозначності трактування концепту: 1) існування різних підходів у висвітленні концепта; 2) відсутність окреслення меж, ототожнення з окремими різнорівневими термінами [12, с. 11]. Дійсно, у сучасних дослідженнях концепт можуть ототожнювати з поняттям, образом, значенням, схемою, ментальним репрезентантом, що ускладнює його уніфіковане визначення.

Етимологічно термін *концепт* походить від латинського *conceptus*, що означає «поняття». Його семантичний ряд пов'язаний зі словами *capio* («брати», «отримувати»), *concipio* («збирати», «вбирати в себе») і *conceptio* («сукупність», «об'єднання»). Такий етимологічний аспект указує на сутність концепту як когнітивного утворення, що акумулює в собі узагальнений досвід пізнання, відображаючи багаторівневу систему знань про світ.

На основі цього Т. Врублевська зауважує, що слово «conceptus» може мати чимало тлумачень, зокрема такі: «1) збирати, вбирати в себе; 2) отримувати, вибирати; 3) представляти себе, уявляти; 4) ловити, засвоювати,



розуміти; 5) написати, утворити; 6) сформувавши; 7) відбуватися, з'являтися, виникати; 8) з'єднання, сукупність, зародок» [4, с. 214].

У статті послуговуємось поняттям концепт у значенні соціокультурно маркованого вербалізованого сенсу, репрезентованого «мовними засобами вираження в ментальних одиницях, які формують загальнонаціональну асоціативно-вербальну павутину» [11, с. 72].

Поняття асоціативно-семантичне поле (АСП) розглядаємо як «сукупність мовних/ мовленнєвих одиниць на позначення певного поняття, об'єднаних на основі семантичного й асоціативного зв'язку» [10, с. 20]. У структурі АСП Е. Довганюк виділяє «мікрополя, а також ядерні й периферійні конституенти: ядро консолідується навколо домінанти поля, де зосереджені специфічні ознаки певного значення; периферія поля зонована і характеризується неповнотою ознак» [6, с. 103].

Зосереджуємо нашу увагу на дослідженні АСП *ПЕРЕМОГА* в медіа, а саме в газетному дискурсі, оскільки він є одним із ключових сенсотворчих чинників сучасної мовної картини світу й процесу ословлення, а також активізації змін мовленнєвих норм того чи того соціуму в активній соціальній динаміці [11, с. 72]. Газетний дискурс постійно привертає увагу мовознавців, адже відіграє важливу роль у формуванні сучасної концептуальної картини світу. У сучасних газетних текстах усе більше відчутна не просто нейтральна подача подій, а саме оцінне, суб'єктивне ставлення автора до того, про що йдеться.

У медіадискурсі концепт *ПЕРЕМОГА* набуває різних смислових відтінків, формуючи асоціативно-семантичне поле, яке відображає суспільні уявлення. Зазначимо, що у тлумачному словнику слово перемога має таке значення: «повний успіх у бою, остаточна поразка військ противника; успіх у двобої, змаганнях, що закінчуються поразкою супротивника; спіх у боротьбі за щонебудь, здійснення чого-небудь у наслідок боротьби, подолання якихось труднощів; ствердження, доведення своєї більшої порівняно з чиеюсь сили, своєї вищості тощо» [2, с. 918].



Дослідження концепту перемога було здійснено на матеріалі електронних газет «День» (<https://day.kyiv.ua/>) та «Громадське» (<https://hromadske.ua/>). Для роботи було відібрано 126 одиниць. Під час дослідження нами визначено репрезентативні якості номінації перемога, структуровано досліджуваний набір номенів відповідно до ієрархії: асоціативно-семантичне поле (АСП) – асоціативно-семантична група (АСГ), а також визначено ядерні, медіарні та периферійні реакції.

Ядерними серед досліджуваної групи мовних одиниць вважаємо рефлексми, що налічують більше 20 одиниць. Такими є 2 групи: *план* (31) та *завершення* (25): «Президент України Володимир Зеленський заявив, що внутрішній план перемоги представлять уже наступного тижня» (Громадське, 14.11.2024); «НАТО взяло до відома план перемоги України, однак потрібно обговорити чимало політичних та військових аспектів щодо нього» (Громадське, 17.10.2024); «За його словами, бачення перемоги для України – це концепція, що розвивається» (Громадське, 10.05.2022); «Водночас, відповідаючи на запитання <<...>> Вашингтон розглядає «додаткові дії», щоб допомогти українцям досягти перемоги» (Громадське, 28.09.2024); «Абсолютна більшість українців вірить у перемогу» (Громадське, 27.12.2023).

Медіарну зону концепту складають асоціативи, що мають від 18 до 12 одиниць. Сюди входить найбільша кількість АСГ, зокрема: *справедливість* (18), *влада* (15), *успіх* (12): «Для закріплення цих ролі і місця маємо перемогти росію, використавши її слабкості, задіявши не лише воєнні засоби й можливості, а й резерви та ресурси, які дотепер залишаються нашими лише потенційними перевагами» («День», 28.03.2025); «24 лютого росія хоче оголосити про перемогу над Україною та НАТО – розвідка» (Громадське, 21.02.2025); «Жіноча збірна України вперше перемогла на Кубку світу з боротьби» (Громадське, 12.11.2022); «Українські підлітки здобули перемогу серед 140 номінантів із 35 країн світу» (Громадське, 18.11.2023).

2 групи становлять **ближчу периферію**: *зусилля* (9), *стійкість* (9): «Тому у нас – у держави й нації - немає іншого варіанту вижити, ніж перемогти



імперський Мордор» («День», 28.03.2025); «Наша перемога наближається не тільки на полі бою, але й у тилу – у майстернях та цехах» («День», 09.01.2025); «Навіть попри розвиток технологій, широкого використання штучного інтелекту та роботизованих систем, на фронті без людей перемоги ніколи не настане і не буде!» (Громадське, 25.02.2025); «Президент України Володимир Зеленський заявив, що внутрішній План стійкості (себто внутрішній план перемоги) міститиме пункт про політику героїв» (Громадське, 16.11.2024).

Віддалена периферія концепту складається з однієї групи: *історична подія* (7): «Це була і наша перемога. Подвиги «крилатої» гусарії з України у Віденській битві 1683 року» («День», 19.09.2013); «Наскільки різними були шляхи до однієї перемоги у ветерана Великої Вітчизняної Війни і воїна УПА» (Громадське, 10.05.2015)

Аналіз отриманого матеріалу дослідження дає можливість вдатися до структурування асоціативно-семантичного поля **ПЕРЕМОГА**. На основі семантичних ознак рефлексем виокремлено 8 асоціативно-семантичних груп.

АСГ 1 «план» (31 одиниця): *план* (12), *стратегія* (8), *концепція* (4), *мета* (4), *задум* (3).

АСГ 2 «завершення» (25 лексем): *відновлення* (9), *припинення війни* (6), *майбутнє* (5), *розвиток* (5).

АСГ 3 «справедливість» (18 одиниць): *правда* (7) *покарання* (5), *розплата* (5), *суд* (1).

АСГ 4 «влада» (15 одиниць): *перевага* (4), *контроль* (4), *домінування* (4), *вплив* (3).

АСГ 5 «успіх» (12 лексем): *досягнення* (8), *слава* (4).

АСГ 6 «зусилля» (9 одиниць): *боротьба* (5), *праця* (4).

АСГ 7 «стійкість» (9 одиниць): *єдність* (5), *витривалість* (4).

АСГ 8 «історична подія» (7 лексем).

Принагідно додамо, що перемога в медіадискурсі є моральною та духовною цінністю. У цьому контексті перемога розглядається як результат не лише фізичних зусиль, а й сили духу, віри та моральної стійкості.



Висновки та перспективи подальших пошуків у напрямі дослідження. Отже, концепт – це складне лінгвокогнітивне утворення, що є посередником між мовою та мисленням, акумулюючи в собі узагальнений пізнавальний досвід і забезпечуючи процеси категоризації дійсності. У медіадискурсі концепт *ПЕРЕМОГА* набуває поліфункціонального змісту, стаючи маркером не лише воєнного чи політичного успіху, а й моральної та історичної значущості. У процесі аналізу газетних текстів виокремлено 8 асоціативно-семантичних груп (АСГ), що формують асоціативно-семантичне поле концепту: *план, завершення, справедливість, влада, успіх, зусилля, стійкість, історична подія*. Така структура відображає багатовимірну природу концепту перемога, що поєднує раціональне (план, контроль), емоційне (справедливість, слава), вольове (зусилля, стійкість) та культурно-історичне (історична подія), утворюючи його як смислову домінанту сучасної української ментальності в умовах війни.

Перспективи подальших пошуків у напрямі дослідження вбачаємо в дослідженні асоціативно-семантичне поле концепту *ПЕРЕМОГА* в мовній свідомості українців на матеріалі телевізійних програм.

ЛІТЕРАТУРА

Багацька О. В. Концепт рівновага в наративній структурі сучасних американських оповідань. *Філологічні трактати*. 2010. Т.2, №1. С. 12–19.

Бусел В. Т. Великий тлумачний словник української мови. Київ: Ірпінь, 2004. 1426 с.

Вільчинська Т. Концепт «ВІЙНА»: особливості мовної об'єктивації у газетному тексті. *Лінгвістичні студії*. 2017. №34. С. 110–114.

Врублевська Т. В. Поняття «концепт» у лінгвокогнітивних дослідженнях: етимологія, основні підходи до визначення. *Наукові записки ВДПУ імені Михайла Коцюбинського. Філологія (мовознавство)*. 2014. Вип. 19. С. 213–214.



Гошовська О. Асоціативний експеримент як метод виявлення структури концепту та етнокультурної специфіки (на прикладі концепту «віра»). *Українознавчі студії*. Вип. 20, 2019. С. 198–206.

Довганюк Е. В. Еволюція концепту КРАСА в англomовному дискурсі XIV–XXI століть: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2017. 259 с.

Єфименко О. Є. Концепт «степ» в українській мові: словникова, текстова і психолінгвістична парадигма: дис... канд. філол. наук: Харківський національний педагогічний ун-т ім. Г. С. Сковороди. Харків, 2005. 266 с.

Жулавська О. О. Актуалізація концепту ТЕРОРИЗМ у сучасному британському газетному дискурсі: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків. 2011, 20 с.

Кирилюк О. Л. Асоціативно-семантичне поле «Євроінтеграція» в мовній свідомості мешканців центральної частини України. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Дрогобич: «Гельветика». 2022. Вип. 56. Том 2. С. 142–148.

Коротич К. В. Асоціативно-семантичне поле «безпека / небезпека» в дискурсі української преси XX–XXI століть: автореф. дис канд. філол. наук. Харків. 2007, 20 с.

Маслова Ю. Вербалізація концептів війна, мир, жінка, чоловік у газетному дискурсі України у воєнний період. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: Серія «Філологія», № 17(85), July 2023, pp. 71–77.*

Цапок О. М. Поняття «концепт» у когнітивній лінгвістиці. *Наукові записки КДПУ ім. В. Винниченка. Філологічні науки (мовознавство)*. 2001. Вип. 31. С. 10–12.

ДЖЕРЕЛА ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

День – Щоденна всеукраїнська газета «День».

URL: <http://day.kyiv.ua/uk> (дата звернення: 15.03.2025).

Громадське – електронна газета «Hromadske».

URL: <https://hromadske.ua/news> (дата звернення: 15.03.2025).



Головка Т.В.

здобувачка другого(магістерського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Нестеренко Т.А.

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

НАВЧАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В УМОВАХ ДІАЛЕКТНОГО ОТОЧЕННЯ

Мова – це одна з найголовніших ознак кожного народу, адже саме вона зберігає його історію, культуру, національну пам'ять і самобутність. Через мову ми передаємо знання, досвід, звичаї та традиції з покоління в покоління. Національна мова включає в себе як літературну форму, що використовується в офіційному та освітньому середовищі, так і численні територіальні діалекти й говірки, які є частиною повсякденного мовлення. Діалекти, що виникають у певних регіонах, мають свою лексику, граматику і фонетику, відображаючи унікальність місцевого життя. Такі мовні відмінності хоч і збагачують загальнонародну мову, можуть водночас створювати певні труднощі в навчанні, особливо коли йдеться про засвоєння норм літературного письма.

Побутова лексика, яка найчастіше вживається в щоденному мовленні, є носієм діалектних рис. Вона відображає реалії, пов'язані з життям людини – назви предметів побуту, їжі, одягу, традицій, занять тощо. Саме через неї учні часто переносять особливості місцевого мовлення в письмову форму, що може призводити до орфографічних помилок. Сучасні освітні реалії, зокрема вплив цифрових технологій, соцмереж і неформального спілкування, ще більше ускладнюють ситуацію: мовна грамотність знижується, а літературні норми поступаються скороченням, емоційним вставкам та іншій неформальній лексиці. Це робить проблему орфографічної грамотності однією з найактуальніших у сучасній школі. Саме тому важливо дослідити, як місцеві



говірки впливають на рівень правописної компетентності школярів, зокрема в умовах Кіровоградщини – регіону з багатим мовним ландшафтом.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю врахування мовного середовища, у якому навчаються школярі. Місцеві говірки як невід’ємна частина культурної спадщини регіону впливають на мовлення учнів і можуть зумовлювати типові орфографічні помилки через перенесення фонетичних особливостей у письмову мову. Це особливо важливо для Кіровоградщини, де спостерігається говіркове різноманіття. Вивчення впливу говірок на формування орфографічної грамотності має не лише наукову, а й практичну цінність, адже результати дослідження дозволять удосконалити методику викладання мови, враховуючи регіональні особливості. Попри наявність окремих досліджень у цій галузі, комплексне вивчення впливу говіркового фону на правопис школярів Кіровоградщини ще потребує окремого аналізу. Тому ця тема залишається актуальною в контексті мовної освіти.

У мовленні школярів Кіровоградщини переважає степовий говір, який відноситься до південно-східного наріччя. Лексичні й фонетичні риси говірки формують мовну свідомість як міських, так і сільських учнів. Мовні особливості регіону формують уподобання та мовленнєві звички учнів. Урахування регіонального мовного контексту є необхідною умовою для успішного навчання мови. Водночас діалекти ускладнюють формування орфографічних навичок, знижуючи рівень дотримання літературної норми. Тому ефективне навчання правопису має базуватися на аналізі мовних потреб учнів. Важливо поєднувати традиційні методи з адаптивними та інтерактивними стратегіями.

Вивчення побутової та розмовно-побутової лексики є надзвичайно важливим для учнів середніх і старших класів, оскільки ці слова становлять основу щоденного мовлення. За визначенням учених, ця лексика включає загальноновживані, стилістично нейтральні слова, які використовуються у повсякденному спілкуванні незалежно від віку чи соціального статусу (Єрмоленко, Бирик, Сологуб та ін, 2005, с. 37). Саме такі слова називають



предмети і явища побуту: житло, меблі, одяг, кухонне начиння, знаряддя праці тощо.

В українській діалектології студіями, об'єктом зацікавлення яких обрано тематичну лексику на позначення меблів та хатнього начиння, є дослідження Е. Д. Гоци «Назви кухонного начиння в українських карпатських говорах» (Гоца, 2001), Л. Н. Тищенко «Назви меблів та предметів хатнього ужитку в південнословобожанських говірках» (Тищенко, 2007).

Знання побутової лексики не тільки допомагає вільно спілкуватися в різних життєвих ситуаціях, а й сприяє глибшому розумінню культури, історії та традицій свого народу. Наприклад, назви хатніх речей зберігають інформацію про спосіб життя наших предків, їхню матеріальну культуру та побутові звички. Вивчення таких слів збагачує словниковий запас, підвищує рівень лінгвістичної культури та орфографічної грамотності, особливо якщо враховувати регіональні мовні особливості.

Степовий говір нашого краю дуже близький до літературної української мови, але має свої особливості, які з'явилися через вплив інших мов і традицій. У побуті люди вживають слова, що передають місцевий колорит і водночас зберігають знання про життя, побут і культуру нашого народу.

Наприклад:

- хата, дом, жиелішче – житло;
- калідор, прихожа – коридор при вході в будинок;
- погріб, кладовка – місця для зберігання їжі;
- гардиробп, панцерка, лóже – різні типи ліжок;
- буфет, видвижний ящик – меблі для зберігання речей;
- ковйóр і палáс – для прикрашання стін або підлоги;
- бл'úдо – велика тарілка,
- горн'áтко, кружка, гранчак, румка, бокал – різні типи чашок і склянок,
- протвінь – лист для випікання.



Ці слова є частиною нашого мовного багатства. Знати їх важливо, бо вони допомагають краще розуміти старші покоління, зберігати культурну спадщину та бути грамотними у власному мовному середовищі.

Отже, ефективне навчання орфографії базується на поєднанні сучасних методик, адаптації до мовних особливостей учнів і цифрових інструментів. Індивідуальні й групові заняття дозволяють враховувати діалектне мовлення школярів, сприяючи засвоєнню правопису. Інтерактивні вправи (наприклад, пошук і виправлення помилок у тексті, картки з пропущеними буквами) активізують навчальний процес. Цифрові ресурси (онлайн-платформи, мобільні додатки) забезпечують доступність навчання й адаптацію до індивідуальних потреб.

Ключову роль відіграє професіоналізм учителів, їхня готовність до впровадження сучасних підходів у викладанні орфографії. Орфографічна грамотність є основою мовної компетенції та одним із головних показників загального рівня освіти учнів. Вивчення впливу місцевих діалектів дозволяє виявити типові помилки учнів та розробити ефективні підходи до їх подолання.

ЛІТЕРАТУРА

Гоца, Е. Д. (2001). Назви їжі й кухонного начиння в українських карпатських говорах: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук: 10.02.01. 18 с.

Єрмоленко С. Я., Бибик С. П., Сологуб Н. М. та ін. (2005). Довідник з культури мови: посібник; За ред. С. Я. Єрмоленко. Київ. 399 с.

Тищенко Л. М. (2007). Загальна характеристика просторової диференціації побутової лексики південнословобожанських говірок. Донецький вісник Наукового товариства ім. Т. Шевченка. Т. 16. Донецьк: Східний видавничий дім. С. 212–219.



Фулга Є. С.

здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Лелека Т. О.

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

ВІДТВОРЕННЯ АТМОСФЕРИ СТРАХУ У ПЕРЕКЛАДІ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ СТРАТЕГІЇ І ВИКЛИКИ

Лінгвістичний підхід до вивчення перекладу виник у межах мовознавства як спроба осмислити слушне положення про те, що переклад є процесом, що здійснюється за допомогою мовних засобів. Різноманітність цього підходу, як у загальному розумінні, так і в оцінці творчого характеру самого явища перекладу, є закономірним результатом співіснування численних мовознавчих шкіл, кожна з яких по-своєму впливає на трактування перекладу (Ребрій, 2012, с. 108). Передача емоційної атмосфери в перекладі є складним завданням, що вимагає від перекладача глибокого розуміння як вихідного тексту, так і цільової аудиторії. Згідно з дослідженнями, ефективний переклад емоційної складової тексту залежить від здатності перекладача зберегти емоційний вплив оригіналу, адаптуючи його до культурних та мовних особливостей цільової мови.

Під час перекладу літератури жахів перекладачі зіштовхуються з низкою складнощів. Однією з основних є необхідність зберегти напругу, що є ключовою характеристикою цього жанру. Також важливо точно передати емоційне наповнення, притаманне літературі такого стилю. Крім цього, переклад потребує уважного відтворення атмосфери й стилістики оригінального тексту.

У зв'язку з високою популярністю літератури жахів і зростанням міжнародного літературного обміну, проблема перекладу цього жанру набуває особливої актуальності. Українські читачі очікують на такий самий захопливий



досвід, як і ті, хто читає оригінал, тому перекладачі мають вдаватися до творчих рішень, аби це забезпечити. Дослідженнями та формуванням підходів до перекладу трилерів займаються як провідні науковці, так і досвідчені практикуючі перекладачі (Герштун, 2023, с. 4).

Перекладачі стикаються з низкою серйозних викликів при передачі атмосфери страху, оскільки страх — це не лише емоція, а й культурно зумовлений феномен, тісно пов'язаний зі специфікою мовного вираження, контексту та світогляду. Завдання перекладача полягає не лише в адекватному відтворенні змісту, а й у збереженні тієї емоційної напруги, яка робить твір справді моторошним і психологічно впливовим для читача.

Культурні відмінності становлять одну з головних перешкод у цьому процесі. Те, що в одній культурі сприймається як загрозливе чи лякаюче — наприклад, згадки про привидів, демонів, релігійні символи або народні забобони, — може бути малозрозумілим або навіть байдужим для представників іншої культури. У такому випадку перекладач змушений або адаптувати ці елементи, або шукати інші способи викликати аналогічну емоційну реакцію. Це вимагає глибоких знань не лише мов, а й культурології, антропології та міжкультурної комунікації.

Лексичні обмеження також ускладнюють передачу страху. У мові оригіналі можуть бути слова, що точно передають певний відтінок страху, тривоги чи параної, тоді як у мові перекладу таких еквівалентів може не бути. Особливо це стосується емоційно насичених дієслів, прикметників або ономатопеїчних виразів. Перекладачеві доводиться шукати способи компенсувати ці втрати — шляхом зміни синтаксису, додавання пояснювальних конструкцій чи використання інших стилістичних прийомів.

Стилістичні особливості тексту можуть становити серйозний виклик, особливо коли автор використовує нестандартні мовні конструкції, гру зі словом, фрагментовану структуру речень або ідіоми, що створюють відчуття тривоги або психологічного дискомфорту. Збереження таких особливостей вимагає від перекладача не лише уважного читання, а й творчого мислення,



здатності інтерпретувати авторські інтенції і відтворити їх у рамках іншої мовної системи (Фоміна, 2015, с. 37).

Перекладачеві необхідно не лише передати зміст, а й відтворити психологічний вплив, який твір має, на читача, забезпечуючи аналогічний рівень тривоги, занепокоєння чи навіть жаху. Для передачі атмосфери страху в перекладі застосовують кілька основних стратегій, кожна з яких відіграє важливу роль у збереженні впливовості й емоційної напруги оригінального тексту.

Емпатичний переклад ґрунтується на глибокому розумінні внутрішнього світу персонажів, їхніх страхів, емоційних реакцій та психологічного стану. Перекладач у цьому випадку виступає не лише як мовний посередник, а як співпереживаючий учасник подій, що дозволяє йому точно інтерпретувати й передати тонкі емоційні нюанси. Такий підхід особливо важливий у сценах психологічного напруження, де відтворення внутрішнього стану героїв впливає на загальне сприйняття сцени.

Творча адаптація вимагає від перекладача не тільки мовної майстерності, а й креативності. У різних мовах і культурах страх може викликатися різними асоціаціями, образами чи ситуаціями. Тому перекладач повинен знаходити культурно релевантні еквіваленти, які викличуть подібну емоційну реакцію у читача перекладу. Це може означати заміну певних деталей або їхню стилістичну трансформацію для збереження ефекту напруження та тривоги.

Збереження стилістичних особливостей є ще одним важливим аспектом. Атмосфера страху часто створюється за допомогою специфічних мовних засобів – метафор, порівнянь, алітерацій, ритму речень, навіть пунктуації. Перекладач повинен уважно відстежувати ці елементи і, по можливості, відтворювати їх у перекладі. Успішне збереження стилю оригіналу дозволяє не лише зберегти зміст, а й передати авторський настрій, інтонацію та ритм, що разом формують емоційне тло тексту (Григошкіна, Пилипець, Литвин, 2023).



Загалом, передача атмосфери страху в перекладі – це складний, багатовимірний процес, що вимагає глибокого розуміння мови, культури, психології та художньої структури тексту.

Отже, переклад літератури жахів, зокрема передача атмосфери страху, є складним творчим процесом, що потребує від перекладача не лише мовної компетенції, а й глибокого розуміння культурного контексту, стилістики та психології сприйняття. Успішний переклад забезпечує читачеві цільової мови повноцінний емоційний досвід, подібний до того, який викликає оригінал.

ЛІТЕРАТУРА

Герштун А. (2023). Особливості перекладу жанру трилер з англійської на українську за книгою «Хірург» Тесс Геррітсен, 10.

Григошкіна Я. В., Пилипець О. В., Ботвин Т. М. (2023). Лінгвістичні стратегії в перекладі художньої літератури: теоретичний аспект, 17.

Ребрій О. В. (2012). Сучасні концепції творчості у перекладі, 498.

Фоміна Л. В. (2015). Методичні вказівки щодо практичних занять з навчальної дисципліни «Особливості перекладу художніх творів», 109.



Радько Д.О.

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Олійник О.С.

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АМЕРИКАНІЗМІВ ЯК ЗАСОБІВ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ЕТНОСТЕРЕОТИПУ «AMERICANS/АМЕРИКАНЦІ»

Вивчення засобів вербалізації етностереотипу «AMERICANS/АМЕРИКАНЦІ» належить до **актуальних** дослідницьких завдань у зв'язку з поширенням етнокультурного впливу американського соціуму на інші лінгвокультури, потребою перекладу українською мовою текстів про життєдіяльність сучасного американського суспільства (Антонченко, 2000; Мельник, 2020; Орел, 2021; Святюк, 2015; Шиманович, 2008; Lyubymova, 2024).

Мета нашого дослідження полягає у з'ясуванні й описі семантичних особливостей моно- та полілексемних одиниць, які вживаються для позначення американців. **Матеріал** дослідження складають 202 лексичні одиниці (ЛО), які репрезентують етностереотип «AMERICANS/АМЕРИКАНЦІ», відібрані шляхом аналізу мережевих новинних текстів і словників.

У семантичному аспекті ЛО корпусу спостереження структуровано на вісім лексико-семантичних груп (ЛСГ). Найчисельнішою виявилася ЛСГ «Соціальні характеристики» (80 ЛО), до якої віднесено номінації осіб за соціальними, релігійними ознаками, уподобаннями американців. Склад цієї ЛСГ свідчить про різноманітність прогресивної соціальної думки американців, напр.: *powerdyke* (жінка феміністичних поглядів на службі в армії США), *nuclear bros* (прихильники ядерної енергетики), *brogrammers* (бро-грамісти),



Black Pill adherents / Blackpilled incels (чоловіки, які вірять, що все вирішує зовнішній вигляд).

ЛСГ «Гендер і сексуальна орієнтація» охоплює назви, пов'язані з уявленнями про гендерну ідентичність або сексуальну орієнтацію американців, напр.: *LGBTQ+* (ЛГБТК+ / лесбійки, геї, бісексуали, трансгендери, квір), *nonbinary* (небінарний), *straight* (гетеросексуал), а також інвективи (слова з негативним та образливим значенням), напр.: *prissy lad* (жіночний хлопець), *flooze* (шльондра). У деяких випадках ЛО з диференційною семою «гендерна однака» можуть мати додаткову оцінку конотацію зовнішності особи, напр.: *dyke* (чоловікоподібна лесбійка), *able Grable* (гламурна лялечка) тощо.

ЛСГ «Політична належність» охоплює назви, які формують образ американців крізь призму політичної ідентичності, напр.: *Republican* (республіканець), *Trumpist* (трампіст/про-Трамлівський/прихильник Трампа), *MAGA supporter* (прихильник політичного руху «Зробимо Америку великою знову»). Більшість із них мають нейтральне значення і виражають лише політичну належність, але деякі з цих слів функціонують як образливі ярлики, напр.: *libtard* (поєднання слів *liberal* і *retard*), що вживається для висміювання поглядів лібералів у США як наївних, ірраціональних або надмірно емоційних, напр.: *Another libtard crying about climate change while driving a Tesla* (Ще один лібтард плаче через зміну клімату, керуючи Теслою).

ЛСГ «Інтелектуальні характеристики особи» охоплюють американізм як з позитивною конотацією, напр.: *brainiac* (дуже розумна людина, особливо в науці або техніці), *Whiz kid* (молодий спеціаліст із видатними здібностями, «талант»), *Straight-A student* (учень/студент із найвищими оцінками), а також із негативною конотацією, напр.: *space cadet* (розсіяна, «літаюча в хмарах» особа), *mallethead* (дубоголовий), *overthinker* (особа, що надмірно все ускладнює). Цікавим прикладом є вживання образливої колокації чинним президентом Трампом на адресу свого попередника Джо Байдена *highly destructive Moron Elected* (найдеструктивніший придурок, якого коли-небудь обирали): “<...> *former President Biden* “was, by far, our **WORST and most Incompetent President**,



a man who had absolutely no idea what he was doing. <...> the people who CHEATED in the 2020 Presidential Election in order to get this highly destructive Moron Elected" (<https://thehill.com/homenews/>).

Менш чисельною, але семантично важливою є ЛСГ «Характеристики зовнішності», напр.: *obese American* (ожирілий американець), *babe* (крихітка, дівчина з привабливою зовнішністю), *fatso* (жирдяй), яка відображає стереотипи про фізичний стан, стиль життя американців.

ЛСГ «Професійні характеристики та посади» складається з американізмів, які висвітлюють різноманітні ознаки, риси, таланти та недоліки особи в різноманітних ситуаціях професійної діяльності, напр.: *nine-to-five* (людина, що працює стандартний офісний день, «з дев'ятої до п'ятої»); *go-getter* (ініціативна, пробивна людина), активний працівник, що досягає результату; *Yes-man* (особа, яка всім підтакує), працівник, що сліпо погоджується з начальством; *micromanager* (мікроменеджер), керівник, що надмірно контролює всі деталі; *mover and shaker* (активний реформатор, впливова особа), індивід, який ініціює зміни у сфері бізнесу чи політики; *rainmaker* (особа, яка приносить великі прибутки) часто вживається в юриспруденції або бізнесі) тощо.

ЛСГ «Характеристика за місцем проживання» охоплює назви американців за географічними ознаками, напр.: *Southerners* (південці), *East Coasters* (жителі Східного узбережжя), *Pacific Northwesterners* (жителі Тихоокеанського Північного Заходу США).

ЛСГ «Етнічна ознака» включає слова й вирази-американзми, які **маркують етнічну ідентичність, стереотипізують**, або, навпаки, **іронічно підкреслюють унікальність** певної спільноти: *Latino/Latina/Latinx* (латиноамериканець/-ка / небінарна форма); *African American* (афроамериканець) як офіційний, нейтральний термін, що вживається замість *Black* у формальних контекстах; *Chicano/Chicana* (мексиканець(-ка) у США, самоназва), американізм, який має політичний підтекст і вербалізує ідентичність мексиканців, що живуть у США; *Hyphenated American*



(«Американець через дефіс»), термін для американців подвійної ідентичності, напр.: *Italian-American*, *Chinese-American* тощо. Також до цієї групи можна віднести стереотипізовані або розмовні етноніми (іноді нейтральні, іноді образливі), напр.: *Yankee* (янки, північанин), вживається на Півдні США для позначення північанина; в міжнародному контексті позначає американця загалом; *redneck* (бідний білий житель Півдня США), як самоназва, так і образа.

Отже, американізми, які слугують засобами вербалізації етностереотипу «AMERICANS/АМЕРИКАНЦІ», утворюють чисельний і цікавий пласт лексики, яку можливо структурувати за семантичним критерієм на такі лексико-семантичні групи: «Соціальні характеристики особи», «Гендер і сексуальна орієнтація», «Політична належність», «Інтелектуальні характеристики», «Характеристики зовнішності», «Професійні характеристики та посади», «Характеристика за місцем проживання» та «Етнічна ознака». Саме ці характеристики американців знаходять найбільше увиразнення в мові. Перспективу подальших досліджень американізмів убачаємо в описі особливостей перекладу засобів вербалізації етностереотипу «AMERICANS/АМЕРИКАНЦІ».

ЛІТЕРАТУРА

Антонченко, Т.М. (2000). Основні тенденції аксіологічних змін у семантичній структурі американізмів: Автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ.

Мельник, Наталія. (2020). Етноніми та способи їх репрезентації у сучасній лінгвістиці *Лінгвістичні студії*. Вип. 39. С. 70-82.

Орел, І.І. (2021). Етнокультурний стереотип у світлі когнітивної лінгвістики. *Закарпатські філологічні студії*. Вип. 16. С. 91-95.

Святюк, Ю. В. (2015). Етнічна ідентичність та національна толерантність в англійській мові. *Лінгвістичні дослідження*. Вип. 39, 182 –187.

Шиманович, Г. М. (2008). Лінгвокогнітивні особливості етнономінацій у сучасній англійській мові. *Культура народів Причорномор'я*. № 138, 34-37.



Lyubymova, S. (2024). Transformations of the American hero in the US media discourse. *Cognition, Communication, Discourse*, 29, 42-54.
<https://doi.org/10.26565/2218-2926-2024-29-03>

The Hill. URL: <https://thehill.com/homenews/>

Скотаренко В.О.

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. **Олійник О.С.**

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

АНГЛІЙСЬКІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОМПОНЕНТОМ- АЛОЕТНОНІМОМ: ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ

Етностереотип, або узагальнений, емоційно-насичений образ етнічної групи, який створено історичною практикою міжетнічних стосунків (Львовичкіна, 2002, с. 60), вербалізується етнонімами, етнономінаціями офіційного характеру, а також етнічними прізвиськами й етнофобізмами, неофіційними назвами, які містять упереджені конотативні елементи суб'єктивного характеру (Багацька, Орлова, 2015, с. 15; Апто, 1966). У науковій літературі диференціюють автоетноніми, тобто самоназви (етнономінації самих себе), та алоетноніми (назви чужих етнічних груп) (Багацька, Орлова, 2015, с. 15). Особливої уваги заслуговують етноніми у складі фразеологізмів, оскільки у них репрезентується низка етнічних стереотипів певної лінгвоспільноти стосовно інших етносів. Етноніми модифікують значення основного компонента фразеологізму шляхом переосмислення його значення: *to assist in the French sense* (бути присутнім, але не брати участі); *Jewish waltz* (угода, під час якої торгуються з метою досягнути якомога більшого зиску) (Святюк, 2005, с.13).



Мета нашого дослідження полягає у визначенні культурних особливостей англійських фразеологізмів (АФЗ) із компонентом-алоетнонімом.

Аналіз АФЗ, проведений нами, засвідчив, що як компоненти-алоетноніми вживаються такі назви: *Dutch, Irish, Scotch, Welsh, French, Greek, Chinese, Indian, Mexican, Tartar and Russian*. За нашими спостереженнями, найбільш вживаним компонентом-етнонімом у складі англійських ФЗ є *Dutch* (голландський). За поясненнями дослідників, це зумовлено історичним суперництвом Великої Британії з Голландією у війнах на морі в XVII столітті. У цілому, для всіх значень АФЗ із етнонімом *Dutch* властиві негативно-оцінні конотації. Найчастіше компонент *Dutch* символізує щось «погане, несправжнє, ненадійне», напр.: *Dutch comfort* (слабка втіха); *Dutch reckoning* (рахунок «зі стелі»); *Dutch gold* (фальшиве золото); *Dutch concert* («хто в ліс, хто по дрова»).

В окремих АФЗ матеріалу нашого емпіричного матеріалу спостерігається стереотипне уявлення про голландців як про любителів спиртних напоїв: *Dutch bargain* (угода, що супроводжується випивкою); *Dutch courage* (п'яна хоробрість); *Dutch feast* (гулянка, на якій господар напивається раніше гостей); *Dutch milk* (пиво); *Dutch headache* (похмілля). Деякі АФЗ висвітлюють жадібність, скупість голландців, напр., *Dutch treat (lunch, supper, date)* (частування, при якому кожен платить сам за себе); прагнення отримати вигоду, напр., *Dutch agreement (bargain)* (угода, вигідна тільки для однієї сторони); зарозумілість, строгість, напр., *Dutch uncle* (той, хто критикує і повчає). *Dutch* може означати щось незрозуміле, дивне, напр., *double Dutch* (нісенітниця, тарабарщина); *it beats the Dutch* (це надзвичайно дивно); щось неправильне, що відрізняється від звичного, напр., *Dutch auction* (аукціон зі зниженням цін). Частку негативного ставлення отримали й жінки, напр., *Dutch wife/ widow* (жінка легкої поведінки).

АФЗ із компонентами-етнонімами *Irish, Scotch* і *Welsh* вербалізують ставлення англійців до найближчих сусідів. Англійська мова рясніє АФЗ, покликаними виправдати колоніальну політику Англії, яка досягалася шляхом подання відповідно мешканців Ірландії в якості некерованих і лютих



«бешкетників», на яких можна впливати тільки мечем: *Irish fighting spirit* (ірландський, войовничий дух); *Irish baseball, Irish confetti, Irish bouquet* (каміння й уламки цегли, що використовуються як зброя); *Irish handshake* (ірландське вітання, ляпас тильною стороною долоні); *Irish kiss* (вид удару, лоб у лоб). Поряд із глибоко вкоріненим образом некерованого «ірландця-дебошира», звертаємо увагу на велику кількість АФЗ, які малюють портрет ірландця-п'яниці: *Irish breakfast* (пиво Гіннес); *Irish Flu* (похмілля); *Irish plague* (алкоголізм); *Irish handcuffs* (людина зі спиртними напоями в обох руках); *Irish baby rattle* (дитяча іграшка, зроблена власноруч з порожньої пляшки пива). Часто етнонім *Irish* несе в собі значення «невідповідний», «несправжній»: *Luck of the Irish* (не щастити); *to weep Irish* (гірко плакати); *Irish amnesia* (злопам'ятність); *Irish compliment* («комплімент», який містить образу).

АФЗ із компонентами *Welsh, Scotch* мало, але й у них підкреслюються негативні характеристики, такі як: жадібність (про шотландців), напр., *to be Scotch* (бути жадібним); ухильність, ненадійність, напр., *Scotch answer* (відповідь питанням на питання); *Scotch verdict* (половинчасте рішення); відсутність цивілізованості, хороших манер, напр., *Welsh comb* (поправляти зачіску рукою, а не гребінцем).

В американському варіанті англійської мови існують АФЗ із етнонімами, які позначають географічно близькі до США етноси, насамперед, індіанців і мексиканців. Індіанцям, на думку американців, властива: хитрість, прагнення до вигоди, напр., *Indian gift* (спочатку зробити подарунок, а потім забрати його); *Indian buyer* (особа, яка замовляє товар, а потім відмовляється сплачувати за нього); *Indian Christmas* (купити багато речей на розпродажу); надмірне втручання не у свої справи: *Indian Interview* (звичка розпитувати кожного зустрічного про його життя, плани на майбутнє); набридливість: *Indian visit* (ситуація, коли родичі або друзі довго затримуються в гостях). АФЗ із компонентом-етнонімом *Mexican* зустрічаються в основному в американському варіанті англійської мови, при цьому цікаво відзначити схожість стереотипів у АФЗ із компонентами *Dutch* і *Mexican*, а саме, асоціативна ознака «поганий,



помилковий»: *Mexican promotion* (отримання нової посади без підвищення платні). Мексиканцям приписується брак майстерності: *Mexican athlete* (гравець-невдаха); низький соціальний стан, бідність: *Mexican breakfast* (сленг) (сніданок, який обмежується сигаретою і стаканом води).

Для АФЗ, які містять компонент-етнонім *French*, стереотипною є асоціація з розкутістю, іноді розбещеністю в інтимних відносинах: *French kiss* (французький поцілунок); *French postcard* (порнографічна листівка).

В АФЗ із представниками азійських національностей лідирують китайці, ставлення до яких виражається в таких стереотипних рисах: непрофесіоналізм, напр., *Chinese ace* (горе-льотчик); нещирість, удавання, напр., *Chinese compliment* (образа); *Chinese accounting* (підтасовка цифр); щось фальшиве: *Chinese copy* (контрафактний виріб); *Chinese whispers* (зіпсований телефон).

Таким чином, більшість англійських фразеологічних одиниць з компонентом-етнонімом в англійській мові носять негативно-оцінний характер і відображають негативне й зневажливе ставлення до інших етнічних груп, таких як голландці, ірландці, індіанці, французи, мексиканці, шотландці та китайці. Походження фразеологічних одиниць з компонентом-етнонімом в англійській мові зумовлено різними чинниками (військові конфлікти, політичні ситуації, побут). Основні аспекти життєдіяльності людини чужого етносу, виражені розглянутими фразеологізмами, охоплюють переважно риси характеру, інтелект, компетентність особи.

ЛІТЕРАТУРА

Багацька О. В., Орлова Н. С. (2015). Алоетноніми в сучасній англійській мові: лінгвокогнітивний та лінгвокультурологічний аспекти. *Філологічні трактати*. Т. 7, № 3, 14–23. URL: <http://tractatus.sumdu.edu.ua/Arhiv/2015-3/4.pdf>.

Львовочкіна А. М. (2002). *Етнопсихологія: Навч. посіб.* Київ.



Святюк Ю. В. (2005). Семантика та функціонування етнономінацій у сучасній англійській мові: автореф. дис. канд. філол. наук. Донецьк.

Ayto J. (1966). Oxford Dictionary of Modern Slang. New York.

Dutch. (n.d.) *TheFreeDictionary.com*. (2025). Retrieved April 23 2025 from <https://idioms.thefreedictionary.com/Dutch>

Шуварівська В. С.

Здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: докт. філол. наук, проф. Чик Д.Ч.

Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна академія

імені Тараса Шевченка

(м. Кременець)

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ БУЛІНГУ У РОМАНІ «КЕРРІ» СТ. КІНГА ТА «НЕ ОЗИРАЙСЯ І МОВЧИ» М. КІДРУКА

У сучасній літературознавчій та культурологічній науці проблема булінгу постає як важливий об'єкт аналізу, що відображає травматичний досвід особистості та дисфункційні соціальні динаміки у творі. Однак, відсутність порівняльного аналізу репрезентації булінгу у двох різних літературних універсах – в романі «Керрі» (1974) Стівена Кінга та «Не озирайся і мовчи» (2017) Макса Кідрука – становить значну прогалину в сучасному науковому дискурсі. Питання, яке потребує дослідження, полягає у порівняльному аналізі відображення цькування у зазначених романах, що, на перший погляд, представляють собою різні літературні твори з відмінними культурними контекстами та авторськими підходами. Через призму цього порівняння можна розглянути, як відбувається концептуалізація булінгу як соціальної проблеми, що, у свою чергу, відображає та формує уявлення про жорстокість та беззахисність у соціокультурній реальності обох літературних творів.



Обидва автори характеризують знуцання як ключову проблему, що відображає соціальну нерівність та психологічну травму. Хоча автори не фокусуються на образі міста як такому, проте соціальне середовище відіграє важливу роль. У «Керрі» консервативне містечко Чемберлен підсилює ізоляцію Керрі («Вона завжди була осторонь. Дивна дівчинка. Вони всі це знали» (Кінг, 2013, с. 15)), роблячи її беззахисною перед жорстокістю. У «Не озирайся і мовчи» анонімність кіберпростору у сучасному місті створює для Марка відчуття безпорадності перед невидимими агресорами («Екран телефону став єдиним вікном у світ, де мене бачили і ненавиділи, але я не міг нікого побачити у відповідь» (Кідрук, 2017, с. 47)). Обидва автори показують, як соціальне оточення може бути живильним ґрунтом для булінгу та посилювати страждання жертв.

Дослідження взаємодії зі страхом розкриває прийоми створення емоційно-насичених сцен. У містичних романах «Керрі» та «Не озирайся і мовчи» автори використовують зображення ізоляції для створення атмосфери страху. У «Керрі» відчуття відокремленості героїні («Керрі завжди жила наче за склом...» (Кінг, 2013, с. 35)) породжує страх перед жорстокістю. Аналогічно у романі «Не озирайся і мовчи» автор описує зростаючий страх Марка Грозана перед анонімними переслідувачами в онлайн-просторі, створюючи образ загрозового та невидимого ворога. Як зазначає сам герой, «кожен звук сповіщення тепер змушував мене здригатися, ніби чекаючи чергового удару з темряви» (Кідрук, 2016, с. 92). Цей постійний психологічний тиск, породжений кібербулінгом, підсилює відчуття безпорадності та страху перед невідомим. Такі описи сприяють підсиленню емоційного впливу на читача шляхом передачі атмосфери страху та психологічної напруженості, спричиненої булінгом та соціальною ізоляцією головних героїв.

На наше переконання, емоційне напруження персонажів є важливою складовою створення страшної атмосфери. У романі «Керрі» головна героїня переживає глибоке почуття приниження та відчаю, що зрештою виливається у руйнівну лють. У «Не озирайся і мовчи» Марк відчуває зростаючий страх та



безпорадність перед анонімними нападками, що призводить до емоційного виснаження. Ці описи емоційного стану персонажів сприяють співпереживанню читача та поглиблюють ефект страху. Звідси, можна зробити висновок, що обидва автори використовують подібні прийоми для створення страшної атмосфери. Вони ефективно використовують опис емоційного напруження персонажів та їхню реакцію на приниження для досягнення бажаного ефекту страху у читача.

Аналізуючи булінг у романі «Керрі», можна застосувати визначення Л. Лушпая (Сторчеус, 2021, с. 418-420), який розглядає булінг як комплексну проблему, що включає тривале фізичне чи психологічне насильство з боку сильнішого щодо беззахисної особи. У «Керрі» це проявляється у систематичних знущаннях однокласників над Керрі, яка через свою соціальну ізоляцію та релігійну родину не може себе захистити. З точки зору Л. Кішлі, булінг у романі особливо підкреслює емоційне приниження Керрі, постійні образи її почуттів та принизливі оцінки, що призводять до її виключення з групи однолітків. Це емоційне насильство є центральним аспектом її страждань та зрештою стає одним із каталізаторів трагічних подій (Сторчеус, 2021, с. 418-420).

Роман «Не озирайся і мовчи», порушує актуальну проблему булінгу, що підтверджується дослідженням Г. Алексеєнко в Миколаєві. Це дослідження виявило значну поширеність булінгу, який проявляється у різноманітних формах насильства. Більшість опитаних (38%) стикалися зі словесними приниженнями, образами, глузуванням та використанням образливих прізвиськ (Алексеєнко, 2014, с. 127).

Літературно-художні антропоніми в романах Стівена Кінга «Керрі» та Макса Кідрука «Не озирайся і мовчи» відіграють важливу роль у формуванні образів персонажів та створенні відповідної атмосфери.

У романі «Керрі» імена та прізвища героїв часто несуть у собі відбиток їхніх внутрішніх конфліктів, соціального становища та майбутніх трагічних подій, тим самим поглиблюючи психологізм персонажів. Наприклад, ім'я



головної героїні – Керрі Вайт – може асоціюватися з чимось чистим та невинним («white»), що різко контрастує з її жахливим становищем ізгоя та руйнівною силою телекінезу. Прізвища інших персонажів також можуть мати тонкі натяки на їхні характери чи ролі в історії.

У романі Кідрука антропоніми, ймовірно, символічно відображають внутрішній світ героїв, їхні страхи та переживання під час небезпечної подорожі, посилюючи містичну атмосферу, тривогу та розкриваючи їхні особистісні якості в екстремальних ситуаціях.

Загалом, обидва романи – «Керрі» та «Не озирайся і мовчи» – використовують імена персонажів як важливий художній засіб для створення жаху та розкриття психології героїв у небезпечних обставинах. Кінг через імена підкреслює трагізм та внутрішню боротьбу Керрі, тоді як Кідрук, ймовірно, використовує антропоніми для підсилення атмосфери невідомості та емоційного напруження, з яким стикаються його персонажі в небезпечній подорожі. Обидва автори майстерно використовують цей аспект для занурення читача у світ своїх історій та посилення емоційного впливу.

Отже, аналіз романів Стівена Кінга «Керрі» та Макса Кідрука «Не озирайся і мовчи» з точки зору художнього психологізму та символічного значення антропонімів виявляє схожість у прагненні авторів занурити читача в емоційно напружену атмосферу. У романі «Керрі» Кінг глибоко досліджує психологію головної героїні, її відчуття ізоляції та наростаючу лютість, що є ключовим елементом жаху. Розкриття її внутрішніх травм та реакцій на жорстокість оточення є центральним аспектом роману. У романі «Не озирайся і мовчи» можна припустити, що автор приділяє увагу психологічному стану своїх персонажів, особливо в умовах небезпечної та невідомої подорожі. Імена героїв в обох романах, ймовірно, несуть символічне навантаження, підкреслюючи їхні внутрішні якості та впливаючи на сприйняття їхніх образів читачем. Обидва романи, кожен у свій спосіб, використовують художній психологізм та символіку антропонімів для створення емоційно насичених сцен та дослідження тем страху й людської вразливості в екстремальних обставинах. Це підкреслює



важливість аналізу літературних творів для розуміння методів створення глибокого емоційного впливу в жанрі горор.

ЛІТЕРАТУРА

King, S. (1974). *Carrie*, USA.

Кідрук, М. (2017). *Не озирайся і мовчи*, Київ.

Сторчеус, Н. (2021). Теоретичні підходи феномену шкільного булінгу у сучасній психолого-педагогічній літературі. *Науковий вісник Запорізького університету*. Серія: Педагогіка, (10), 418- 420.

Алексеєнко, Г. (2014). Булінг у підліткових шкільних колективах, *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія: Педагогіка. Соціальна робота, (31), 127-128.

Шуварівська В. С.

*Здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Науковий керівник: ст. викл., к. філол. н. Завадський Ю. Р.*

Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна академія

імені Тараса Шевченка

(м. Кременець)

ХУДОЖНІЙ ПСИХОЛОГІЗМ ТА СИМВОЛІЗМ У ТВОРЧОСТІ

Т.С. ЕЛІОТА ТА ПАВЛА ТИЧИНИ

У сучасній літературознавчій та культурологічній науці проблема дослідження поетичної спадщини Т.С. Еліота та Павла Тичини постає як важливий об'єкт аналізу, що відображає складні духовні пошуки особистості та трансформаційні соціально-політичні процеси у їхній творчості. Однак, відсутність порівняльного аналізу відображення модерністських тенденцій та національної ідентичності у поезії цих двох видатних митців становить значну



прогалину в сучасному науковому дискурсі. Питання, яке потребує дослідження, полягає у порівняльному аналізі новаторських поетичних методів, філософських ідей та відображення національного духу у творчості Еліота та Тичини, які, на перший погляд, представляють собою різні літературні традиції та культурні контексти. Через призму цього порівняння можна розглянути, як відбувається концептуалізація модернізму та національної самобутності як ключових елементів поетичного вираження, що, у свою чергу, відображає та формує розуміння інтелектуальних і духовних пошуків епохи та специфіки національного світобачення в літературній реальності обох поетів.

Обидва автори, Томас Стернз Еліот та Павло Тичина, у своїй творчості відображають кризу духовності та відчуження особистості, що є ключовими проблемами епохи модернізму. У ранній поезії Еліота, зокрема у збірці «Пруфрок та інші спостереження» (1917), відчуття ізоляції та безсилля особистості перед абсурдом міського життя підсилюється через фрагментарність та розірваність свідомості ліричного героя («Ми – порожні люди, ми – опудала» (Еліот, «Порожні люди»)). У поезії Тичини періоду «Сонячних кларнетів» (1918), навпаки, панує відчуття гармонії з природою та космічної єдності, однак і в його пізнішій творчості простежується трагізм розірваної особистості під тиском ідеологічного середовища («І раптом небо – чорний гнів!» (Тичина, «Пам'яті тридцяти»)). Обидва автори показують, як соціально-культурний контекст може впливати на внутрішній стан людини, породжуючи відчуття розгубленості, самотності та екзистенційного страху.

Дослідження взаємодії з відчуттям втрати ідентичності розкриває прийоми створення емоційно-насичених образів у їхній поезії. У модерністських творах Еліота та Тичини відчуття роздробленості світу та втрати цілісності особистості є джерелом глибокого психологічного напруження. У поезії Еліота відчуття відокремленості ліричного героя від навколишнього світу («Я не пророк – і це не для мене» (Еліот, «Пісня кохання Дж. Альфреда Пруфрока»)) породжує страх перед неможливістю самовизначення. Аналогічно, у пізній ліриці Тичини автор описує внутрішній



конфлікт митця, змушеного пристосовуватися до вимог тоталітарного режиму, що призводить до втрати автентичності («Душа моя – то клавіші розбиті» (Тичина)). Цей постійний внутрішній тиск, породжений соціально-політичним контекстом, підсилює відчуття безпорадності та страху перед втратою власного «я». Такі образи сприяють підсиленню емоційного впливу на читача шляхом передачі атмосфери розчарування, внутрішньої боротьби та трагізму, спричиненого відчуженням особистості в умовах епохи.

На наше переконання, емоційне напруження ліричних героїв є важливою складовою відображення духовних пошуків та трагізму епохи в поезії Т.С. Еліота та Павла Тичини. У ранній поезії Еліота ліричний герой переживає глибоке почуття відчуження, інтелектуальної розчарованості та екзистенційної тривоги, що проявляється у фрагментарності його внутрішнього світу та нездатності до дії. У «Пісні кохання Дж. Альфреда Пруфрока» герой відчуває паралізуючий страх перед життям та неможливість виразити себе. У поезії Тичини, особливо в період «Сонячних кларнетів», панує піднесений емоційний стан, проте згодом у його творчості з'являються нотки трагізму, внутрішньої боротьби та роздвоєності особистості під тиском зовнішніх обставин. Описи емоційного стану ліричних героїв сприяють глибшому розумінню читачем складності їхнього внутрішнього світу та трагедії епохи. Звідси, можна зробити висновок, що обидва автори, кожен у свій спосіб, ефективно використовують опис емоційного напруження своїх ліричних героїв та їхню реакцію на внутрішні та зовнішні конфлікти для досягнення глибокого емоційного впливу на читача та відображення духовних пошуків свого часу.

Аналізуючи відображення кризи ідентичності у творчості Т.С. Еліота, можна застосувати концепцію «втраченого покоління», що характеризує духовну дезорієнтацію та відчуження інтелектуалів після Першої світової війни. У поемі «Порожні люди» це проявляється у відчутті безсилля, духовної спустошеності та фрагментарності свідомості ліричних героїв, які не можуть знайти сенсу в сучасному світі. З точки зору філософії екзистенціалізму, поезія Еліота особливо підкреслює трагізм самотності людини, її закинутість у



абсурдному світі та неможливість знайти опору в традиційних цінностях. Це екзистенційне відчуження є центральним аспектом страждань його ліричних героїв та визначає їхню нездатність до справжньої комунікації та дії.

Натомість, поезія Павла Тичини періоду 1930-х років порушує актуальну проблему деформації особистості під тиском тоталітарної ідеології, що підтверджується дослідженнями про вплив політичного режиму на творчість митців. Ці дослідження виявляють значну поширеність явищ примусу до ідеологічної відповідності, що проявляється у різноманітних формах цензури та самоцензури. Більшість митців (якщо узагальнити тенденцію) стикалися зі словесними вимогами, критикою, замовчуванням та використанням ідеологічно забарвленої лексики, наприклад, у пізній ліриці Тичини.

Загалом, творчість Т.С. Еліота та Павла Тичини використовує мову та поетичні образи як важливий художній засіб для відображення духовних пошуків, відчуття кризи та трансформацій епохи. Еліот через складну метафоричність, інтертекстуальність та фрагментарність мови підкреслює розірваність свідомості та інтелектуальну напругу своїх ліричних героїв, їхню втрату орієнтирів у модерному світі. Тичина, особливо в ранній період, через музичність вірша, яскраві образи природи та символізм кольорів створює відчуття гармонії та космічної єдності, проте згодом його поезія зазнає змін, відображаючи трагізм історичних подій та внутрішню боротьбу митця. Обидва автори майстерно використовують мовні засоби для занурення читача у світ своїх переживань та ідей, посилюючи емоційний та інтелектуальний вплив їхньої поезії.

Отже, аналіз творчості Т.С. Еліота та Павла Тичини з точки зору художнього психологізму та символічного значення образів виявляє схожість у прагненні авторів відобразити складний внутрішній світ людини та духовні пошуки епохи. У поезії Еліота глибоко досліджується психологія ліричного героя, його відчуття розчарування, інтелектуальної втоми та екзистенційної тривоги, що є ключовим елементом його модерністського світобачення. Розкриття його внутрішніх конфліктів та реакцій на абсурдність сучасного світу



є центральним аспектом його поезії. У поезії Тичини, особливо раннього періоду, можна простежити глибоке переживання єдності з природою та світом, проте згодом з'являються мотиви внутрішньої боротьби та трагізму. Образи в поезії обох авторів несуть символічне навантаження, підкреслюючи їхні філософські та емоційні ідеї та впливаючи на сприйняття їхньої творчості читачем. Обидва поети, кожен у свій спосіб, використовують художній психологізм та символіку образів для створення емоційно насичених віршів та дослідження тем духовної кризи, відчуження та пошуку сенсу в переломні моменти історії. Це підкреслює важливість аналізу літературних творів для розуміння методів відображення внутрішнього світу людини та складних соціально-культурних процесів в літературі модернізму.

ЛІТЕРАТУРА

Тичина, П. (1918). Сонячні кларнети. Київ.

Eliot, T. (1917). Prufrock And Other Observations. London.



Секція 2.

Методика викладання української мови та літератури. Сучасні засоби фахової підготовки вчителя іноземних мов і зарубіжної літератури

Луценко В.О.

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Демешко І.М.

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ПІЗНАВАЛЬНОГО ІНТЕРЕСУ НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Сучасна освіта потребує інноваційних підходів до навчання, тому вона розвивається, розширює свої можливості. Усі ці зусилля йдуть на те, щоб зацікавити здобувачів освіти, довести, що навчання може бути пізнавальним, змістовним, насиченим. Один із таких дієвих методів – гейміфікація. Це спосіб залучення учнів у роботу, упровадження ігрових елементів у навчальний процес для підвищення їхньої мотивації та інтересу, що передбачає використання певних елементів схожих на гру в неігрових контекстах, що перетворює вивчення української мови цікавим, змістовним. Гейміфікація – інноваційний підхід у сучасній освіті, орієнтований на підвищення мотивації здобувачів освіти, поліпшує якість засвоєння знань. Цей метод дає змогу залучити максимальну кількість дітей та зосередити їхню увагу на чомусь важливому. Здобувачі освіти зосереджені на досягненні певних результатів – отримати наліпку, перейти на інший рівень або обійти команду противників, тому їм важливо знати матеріал, щоб виконати завдання в грі. Протягом виробничої практики в мені доводилося вдаватися до використання гейміфікації, що дало



змогу здобувачам освіти перевірити свої знання та позмагатися між собою. За основу використано матеріал сайту Blooket, на ньому створювала завдання на повторення правил з української мови, практичні завдання з різних тем. Усього 5–7 хвилин гри на уроці – і діти краще орієнтуються в темі. Перевагою було те, що такі завдання доречно використовувати для зміни виду діяльності, відновлення уваги, активізації учнів на уроці. На платформі «Всеосвіта» зазначається, що гра в житті людини виконує найважливіші функції, тому поєднання гри з матеріалом уроку української мови, допоможе дитині краще у вивченні матеріалу та його розумінні (1). Будуть задіяні декілька функцій: розважальна (основна функція полягає саме в тому, щоб розважити та доставити задоволення, зацікавити), комунікативна (якщо ця гра по групах), самореалізація в грі та діагностична (допоможе виявити сильні і слабкі сторони дитини).

Термін «гейміфікація» вперше запропоновано британським програмістом і розробником комп'ютерних ігор Ніком Пеллінгом у 2002 році (1). Цей метод не новий, він відрізняється від традиційного підходу, але за основу має ту ж мету – навчити та зацікавити через гру. Аналіз актуальних досліджень показує, що використання інноваційних технологій, зокрема гейміфікації, активно розглядається сучасними педагогами. Ефективність ігрових методів навчання висвітлюється в працях І. Дичківської, О. Пехоти, Н. Бойко, І. Куліш та інших. Історичні витоки ігрового навчання прослідковуються ще з античності, що підкреслюється також у праці Л. Кричун і Т. Нестеренко, у якій наголошується на цінності гри як форми активного пізнання, починаючи від Я. А. Коменського й до сучасних підходів (Кричун, Нестеренко, 2022).

Під час викладання української мови гейміфікація – ефективний інструмент, що полегшує засвоєння орфографічних, морфологічних правил, збагачує словниковий запас, покращує комунікативні навички, розвиває пам'ять, логічне мислення. Учні краще засвоюють теоретичний матеріал, можуть його застосовувати на практиці.



Одна з форм гейміфікації – квести на уроках української мови. Із мого практичного досвіду квести – найефективніша форма гейміфікації. Вони постійно тримають увагу здобувачів освіти та через зацікавлення змушують їх плідно працювати, особливо, якщо використовувати тести через інтернет-додатки. Сама картинка виглядає яскраво та ігри, у яких учні мають виконувати завдання, доволі цікаві. У цьому також допомагають такі додатки, як Kahoot, Blooket та Bamboozle. Із ними можна створити як прості тестування з тем, так і питання, які потребують письмової відповіді або відповідності. Використання цих додатків допомагає учням закріпити знання з теми ґрунтовно та виокремити основні моменти.

Отже, упровадження гейміфікації під час навчання української мови вимагає належної підготовки вчителя-словесника, системного підходу, відповідних ресурсів. Поєднання знань та інтерактиву допоможе глибше зануритись у світ української мови та із задоволенням досліджувати його разом зі своїми однокласниками через цікаві ігри та квести. Використання такого підходу задіює одразу декілька навичок здобувачів освіти і допомагають їм самореалізуватися. Це шлях до школи нового покоління, при якому вдосконалюються навички, стимулюється розумова активність. Подальші дослідження, розробка нових методик навчання української мови, упровадження гейміфікації під час навчання української мови допоможуть учням здобувати знання в пізнавальній та мотивувальній формі.

ЛІТЕРАТУРА

Глушко, З. А. (2023). Ігрові технології навчання як ефективні засоби розвитку пізнавальних інтересів учнів початкової школи [Електронний ресурс]. URL : <https://vseosvita.ua/library/ihrovi-tekhnohii-navchannia-ia-efektyvni-zasoby-rozvytku-piznavalnykh-interesiv-uchniv-pochatkovoi-shkoly-655426.html> (дата звернення: 16.04.2025 р.).



Кричун, Л. П., Нестеренко, Т. А. (2024). До питання гейміфікації на уроках української мови. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. Вип. 211. С. 58–62. URL : <https://journals.cusu.in.ua/index.php/philology/article/view/572/541> (дата звернення: 16.04.2025 р.).

Барановська Н.П.

*асистент кафедри іноземних мов і методик їх навчання
Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна академія
імені Тараса Шевченка
(м. Кременець)*

ПРОФЕСІЙНО-ОРІЄНТОВАНЕ НАВЧАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ІТ-СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ

У сучасному світі, де інформаційні технології стрімко розвиваються, володіння англійською мовою є ключовою компетентністю для майбутніх фахівців ІТ-сфери. Професійно-орієнтоване навчання англійської мови спрямоване не лише на засвоєння лексичних і граматичних структур, а й на формування вміння ефективно комунікувати у професійному середовищі. Особливу роль у цьому процесі відіграють інтеграція фахових дисциплін, використання інноваційних методик та залучення цифрових ресурсів, що забезпечують гнучкість і доступність навчання.

Українська науковиця І. М. Назаренко у своїй розвідці «Особливості навчання англійської мови майбутніх програмістів» повідомляє, що навчання студентів-програмістів з професійно-орієнтованим підходом передбачає розвиток у них здатності до комунікації англійською мовою в конкретних професійних, ділових та наукових ситуаціях з урахуванням специфіки професійного мислення. Це відбувається за допомогою організації мотиваційно-спонукальної та орієнтовано-дослідницької діяльності. У



журналі «Перспективи та інновації науки» наголошується, що основна ціль професійно-орієнтованого навчання полягає в його інтеграції з дисциплінами, що фокусуються для набуття додаткових професійних знань і формування важливих для професії якостей особистості (Назаренко, 2014, с. 174).

Аналізуючи наукові роботи, розуміємо, що учені акцентують увагу на значущості поєднання фахових дисциплін та новітніх технологій у процесі навчання. Застосування комунікативних та інтерактивних методик сприяє результативному опануванню знань і формуванню професійних компетентностей. Інтерактивні сервіси та технічні інструменти навчання підвищують зацікавленість здобувачів освіти та їхню спроможність до професійної комунікації. За переконанням П. О. Гаєвої, поєднання інноваційних технологій та різноманітних педагогічних підходів відіграє суттєву роль у методиці викладання іноземних мов. Усе це дає підстави вважати, що сучасні освітні тренди сфокусовані на комунікативні потреби, самореалізацію та вільне вираження індивідуальності, чому значною мірою сприяють комунікативні та інтерактивні методи із використанням технічних засобів навчання (Гаєва, 2021, с. 111).

Для фахівців у галузі ІТ, а також для студентів, які навчаються за цим напрямом, найважливішими аспектами у спілкуванні є два чинники: це адресат, тобто ті, кому надсилається повідомлення, та мета, яка визначає добір лексичних засобів, стиль поведінки співрозмовника й очікуваний результат.

Спільнота Технічної Комунікації тлумачить ІТ-комунікацію наступним чином: «Технічна комунікація охоплює передання точної, послідовної та перевіреної інформації – часто складних понять – з метою безпечного, ефективного використання та зрозумілості для користувачів. Технічна комунікація – це орієнтований на користувача спосіб надання необхідної інформації, у відповідній формі, у слушний момент, щоб створити життя користувача більш результативним. Цінність, яку надають технічні комунікатори, подвійна: вони створюють інформацію доступнішою та легшою для тих, хто її потребує, а також допомагають досягати цілей компаній та



установ, які їх працевлаштовують» (ТСВоК, 2023). Тут акцент робиться на зручності використання технічного контенту кінцевими користувачами.

Традиційні моделі комунікації здебільшого відображають відправника та отримувача, вибір каналу або способу комунікації, а також саме повідомлення з можливістю його перешкоджання (*Shannon, 1948, p. 389; Schramm, 1954, p. 5*). Інші моделі розглядають комунікацію як більш взаємодійну за своєю природою. У цьому контексті комунікація застосовується для побудови та підтримки відносин. Вона також використовується для встановлення контакту і побудови соціальних зв'язків (*Goffman, 1967, p. 281; Watzlawick, Beavin, Jackson, 1967, p. 104*). Саме тому викладачі англійської мови мають важливу мету – сформуванню у студентів здібність розпізнавати запити цільової аудиторії. Це сприятиме адаптації їхньої комунікації таким чином, щоб зробити її максимально результативною.

У багатьох ІТ-контекстах, зокрема під час створення програмного забезпечення, кінцеві користувачі зрідка читають контент у буквальному сенсі – частіше вони його сприймають, як у випадку з відео на YouTube, яке програється автоматично. Це схоже на те, як ми взаємодіємо з мобільними додатками – тобто ми або залучаємося, або контактуємо із вмістом. Привертаючи увагу студентів технічних спеціальностей до таких слів, як: споживати, залучатися, взаємодіяти, читати (*consume, engage, interact, read*), важливо, щоб вони чітко розуміли значення кожного з них, розпізнавали схожість і відмінність у їхньому вживанні. Оскільки англійська не є для них рідною мовою, доцільно порівняти переклад цих слів українською для глибшого осмислення їхнього значення в контексті.

Ще одним суттєвим завданням для викладачів англійської мови в ІТ-освіті є розвиток у студентів навичок самостійного опрацювання дисципліни. Це включає розширення їхнього світогляду, формування вміння орієнтуватися в іноземних джерелах інформації, підвищення культурного рівня, ознайомлення з міжнародними правилами й стандартами, а також розвиток активного володіння англійською в професійній сфері. Особливу увагу слід приділяти



розвитку здібностей аналітичного й вибіркового читання фахової літератури. Мотивуючи студентів до самостійного навчання, педагоги допомагають їм навчитися ефективно користуватися освітніми ресурсами, залучатися до навчального процесу та ставати більш незалежними як в академічному, так і в професійному середовищі.

Для майбутніх спеціалістів ІТ-галузі, які прагнуть удосконалити знання англійської мови, мобільні застосунки можуть стати чудовим інструментом для ефективного, зручного і гнучкого навчання у будь-який час і в будь-якому місці – наприклад, платформа *Babbel (Babbel)* є одним із найвідоміших застосунків для вивчення англійської мови на смартфонах та планшетах. Цей додаток створено спеціально для тих, хто бажає стати ІТ-спеціалістом і прагне опанувати англійську як ключовий засіб спілкування в цій сфері. Однією з головних переваг *Babbel* є орієнтація на застосування мови у життєвих ситуаціях. Навчальні програми у додатку розроблені таким чином, щоб сприяти розвитку мовних навичок, які необхідні для кар'єри в ІТ-секторі. Це охоплює вивчення технічної лексики, ефективне спілкування з командою, участь у професійних обговореннях та інші важливі аспекти ділового мовлення. *Rosetta Stone*, *HelloTalk*, *Lingoda* та *Quizlet* – не менш популярні застосунки для вивчення англійської мови. *Rosetta Stone (Rosetta Stone)* – це відома компанія у сфері мовної освіти. Додаток *Rosetta Stone* також надає курси англійської мови, використовуючи метод повного занурення, під час якого користувач опановує мову шляхом слухання та активного спілкування нею.

HelloTalk (Hello Talk) – це додаток для вивчення іноземної мови, який сприяє пошуку партнерів для спілкування англійською та дозволяє практикувати мовлення з метою покращення розмовних навичок. *Lingoda (Hello Talk)* – це інтернет-платформа для вивчення мов, зокрема англійської. Вона надає інтерактивні відеозаняття з викладачами — носіями мови, які сприятимуть покращенню вимови, граматичних знань і розуміння англійської мови студентом.



Quizlet (*Quizlet*)– це застосунок, що допомагає створювати та вивчати добірки карток зі словами, виразами та граматичними правилами англійської мови. Ви можете користуватися вже підготовленими наборами карток або формувати власні.

Отже, навчання англійської мови майбутніх ІТ-фахівців має спиратися на професійно орієнтований та інтегрований підхід, що враховує специфіку галузі, потреби цільової аудиторії та сучасні освітні тренди. Ефективне поєднання традиційних і новітніх методик, зокрема комунікативних та інтерактивних, сприяє розвитку у студентів здатності до результативної професійної комунікації. Залучення цифрових платформ і мобільних додатків, таких як Babbel, Rosetta Stone, HelloTalk, Lingoda та Quizlet, розширює можливості самостійного навчання, стимулює мотивацію та забезпечує доступ до якісних освітніх ресурсів. Саме такий підхід формує конкурентоспроможних фахівців, здатних впевнено діяти у глобалізованому ІТ-середовищі.

ЛІТЕРАТУРА

Гаєва, П.О. (2021). Специфіка та методологія викладання англійської мови у студентів нефілологічних спеціальностей. *Закарпатські філологічні студії*, 19(1), 111.

Назаренко, І.М. (2014). Особливості навчання англійської мови майбутніх програмістів. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія: Педагогічні науки*, 119, 173-177.

Babbel. Веб-сайт. Retrieved from URL: <https://ua.babbel.com>

Goffman, E. (1967). *Interaction ritual: Essays in face-to-face behavior*. Routledge, 281.

Hello Talk. Веб-сайт. Retrieved from URL: <https://www.hellotalk.com/>

Quizlet. Веб-сайт. Retrieved from URL: <https://quizlet.com/uk>

Rosetta Stone. Веб-сайт. Retrieved from URL: <https://www.rosettastone.eu/>

Schramm, W. (1954). «How communication works». University of Illinois Press, 6.



Shannon, C.E. (1948). «A mathematical theory of communication» *The Bell System Technical Journal*, 27(3), 380.

TCBoK. (2023). «Definition of technical communication». Retrieved from URL: www.tcbook.org/about-the-technical-communication-body-of-knowledge/definition-of-technical-communication/

Watzlawick, P., Beavin, J.H., Jackson, D.D. (1967). *Pragmatics of human communication: A study of interactional patterns, pathologies and paradoxes*. W.W. Norton & Company, 447.

Бабенко Є. А.

здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Долгушева О. В.

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

ПРЕДМЕТНО-МОВНЕ ІНТЕГРОВАНЕ НАВЧАННЯ В ГАЛУЗІ ІНШОМОВНОЇ ОСВІТИ: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ

У сучасних умовах глобалізації освіти парадигма трансформується у напрямку розвитку ключових компетентностей для успішної соціалізації. У цьому контексті, предметно-мовно інтегроване навчання (Content and Language Integrated Learning (CLIL)) постає як ефективна інтегративна методологія, що поєднує опанування предметного змісту з розвитком іншомовних комунікативних навичок. Стрімка інтернаціоналізація вищої освіти та зростаюча потреба у багатомовних фахівцях зумовлює набуття англійською мовою стратегічного значення. Аналіз сучасних тенденцій дозволяє виокремити три ключові взаємопов'язані аспекти, що визначають актуальність методики



CLIL у старшій школі закладів загальної середньої освіти (Ткаля та ін., 2020, с. 60) :

1. Інтернаціоналізація освітнього простору: CLIL сприяє інтеграції національних освітніх систем у міжнародне академічне середовище через навчання іноземною мовою, підвищуючи мобільність та конкурентоздатність випускників.
2. Формування мовної політики ЗВО та профільної старшої школи: CLIL є інструментом системного розвитку іншомовних компетенцій студентів у контексті спеціалізації, сприяючи полілінгвальної свідомості та міжкультурній компетентності.
3. Конвергенція CLIL та ESP: CLIL ефективно інтегрує мовне та предметне навчання у контексті англійської мови для спеціальних цілей, ESP (English for Specific Purposes), допомагаючи студентам опанувати фахову термінологію та розвивати професійно орієнтовані комунікативні стратегії, поглиблюючи розуміння предмету.

Потреба в розробці інтегрованих мовно-предметних програм набуває все більшої актуальності, починаючи з другої половини XX століття на тлі зростання географічної мобільності та економічної інтеграції. Термін CLIL був запропонований Девідом Маршем у 1994 році, акумулювавши досвід канадських програм занурення та британського руху LAC. Європейський запуск CLIL мав як політичне (забезпечення мобільності в ЄС), так і освітнє (підвищення рівня мовної компетентності) підґрунтя. З початку 2000-х років спостерігається активізація досліджень у галузі CLIL, що охоплюють не лише лінгвістичні, але й когнітивні та стратегічні аспекти навчання (Coyle et al., 2010).

Загальноприйняте визначення CLIL, запропоноване Койлом (Coyle), Гудом (Hood) та Маршем (Marsh), визначає його як «освітній підхід із подвійним фокусом, у якому додаткова мова використовується як засіб для вивчення та викладання як змісту, так і мови» (Coyle et al., 2010). Наведена дефініція підкреслює синергетичний характер CLIL, де вивчення предметного матеріалу відбувається паралельно з опануванням іноземної мови, що



розглядається як ефективна стратегія одночасного розвитку обох компонентів. Отже, важливим аспектом CLIL є необхідність чіткої артикуляції взаємозв'язку між педагогічними стратегіями різних предметних галузей (математика, історія, економіка тощо) та методикою викладання мов.

Ключовою концептуальною основою для ефективної реалізації предметно-мовного інтегрованого навчання є модель 4Cs, де чотири ключові компоненти – зміст (*Content*), комунікація (*Communication*), когніція/осмислення (*Cognition*) та культура (*Culture*) – розглядаються як взаємозалежні та невіддільні елементи ефективного навчального процесу:

1. Зміст (*Content*): фундаментальним аспектом навчального процесу є опанування предметного змісту або тематичного матеріалу, що передбачає набуття знань, формування умінь та досягнення розуміння. Зміст виступає об'єктом пізнавальної діяльності та визначає предметну сферу навчання.

2. Комунікація (*Communication*): мова слугує засобом опосередкування навчального процесу та інструментом інтеракції.

3. Когніція/мисленнєві процеси (*Cognition*): розумові процеси високого порядку, що залучаються для аналізу, синтезу та критичної оцінки предметного матеріалу.

4. Культура (*Culture*): соціокультурний контекст навчання, спрямований на формування міжкультурної свідомості та толерантності до різноманітних світоглядних парадигм.

Концептуалізація мовних вимог у контексті інтегрованого предметно-мовного навчання є ключовим аспектом його ефективної реалізації. Одним із інструментів підвищення мовної обізнаності педагогів та здобувачів виступає «мовний триптих» (*language triptych*), запропонований Д. Койлом та ін. (Coyle et al., 2010). «Мовний триптих» це концептуальна модель, зорієнтована на свідоме набуття знань, навичок та умінь іноземної мови, які в комплексі забезпечують продуктивне засвоєння предметної області, мовних засобів її пізнання оперування мовою в процесі навчальної взаємодії. Складовими «мовного триптиху» є:



1. Мова навчання (*Language of Learning - LoL*) – мова, необхідна учням для розуміння та опрацювання предметного змісту. LoL включає не лише предметну термінологію, але й ключові фрази, вирази та специфічні мовні структури, характерні для певної дисципліни.

2. Мова для навчання (*Language for Learning - LfL*) – мова, яка забезпечує функціонування учнів в іншомовному навчальному середовищі. LfL охоплює мову класної комунікації, інструкції, мовні засоби для виконання навчальних завдань, організації групової роботи та здійснення різних мовленнєвих актів (пояснення, запитання, аргументація тощо).

3. Мова через навчання (*Language through Learning - LtL*) – мова, яка генерується та засвоюється учнями в процесі активного пізнання. LtL є результатом когнітивної обробки нового знання та його вербалізації на індивідуальному рівні, відображаючи розуміння предметної області та здатність учнів формулювати власні думки та висновки.

Модель «мовного триптиха» функціонує як інструмент для проектування CLIL-уроків з огляду на очікувані навчальні результати та як дієвий механізм підтримки когнітивно-комунікативної діяльності учнів. Забезпечуючи лінгвістичну основу для інтерактивного пізнання, модель «мовного триптиха» акцентує роль мови у розвитку критичного мислення й здійснення внутрішньої рефлексії та осмислення інформації (Hemmi & Vanegas, 2021, p. 9).

Розглянемо прикладні аспекти використання CLIL-технологій навчання здобувачів освіти в галузі іноземних мов і літератур. У цьому контексті художні тексти постають ефективним предметним матеріалом, що сприяє не лише розвитку мовних навичок та мовленнєвих умінь, але й формуванню літературної компетенції, критичного мислення та міжкультурної й міжлітературної обізнаності.

У межах CLIL-методики інтеграція художніх текстів на уроках англійської мови передбачає використання літературних творів як основного змістового наповнення заняття, де вивчення мови відбувається органічно в процесі аналізу, інтерпретації та обговорення художнього тексту. У цьому



контексті модель 4Cs, розроблена виступає як концептуальна рамка, що визначає стратегії безпосередньої роботи з літературними творами: зміст (*content*) – художній текст репрезентує багатогранний дидактичний конструкт, що функціонує як автентичне джерело предметного змісту для навчального процесу; комунікація (*communication*) – організація навчальної взаємодії, опосередкованої художнім текстом створює автентичне комунікативне середовище, як то колаборативне виконання навчальних завдань, спрямованих на активізацію продуктивних та рецептивних мовленнєвих навичок; когніція/мисленнєві процеси (*cognition*) – художній текст є стимулом для розвитку когнітивних процесів вищого порядку, як то аналітична діяльність, спрямована на інтерпретацію літературних тропів стилістичних фігур, алегоричних та метафоричних елементів, критичне осмислення ідеологічних підтекстів, аналіз літературних концепцій чи міжлітературної взаємодії; культура (*culture*) – художній текст постає культурним кодом, що репрезентує ціннісні установки, історичний досвід та соціокультурні норми англomовних спільнот. Відтак, модель 4Cs є інструментом для організації навчальної діяльності, де художні тексти стають відправною точкою для предметного навчання: реалізації мовленнєвої практики, стимулювання когнітивного розвитку та формування літературознавчої та культурознавчої компетентності учнів.

Шляхи практичної реалізації компонентів «мовного триптиху» можна окреслити наступним чином. Аналіз лінгвістичної специфіки художнього дискурсу в рамках LoL передбачає ідентифікацію ключової лексики, термінології літературознавчого аналізу (наприклад, тропи, стилістичні маркери, оповідні техніки), а також граматичних структур, характерних для академічного обговорення літературних творів. LfL передбачає оперування мовними засобами, необхідними для інтерактивної діяльності учнів під час медіації й обговорення тексту, висловлення власної інтерпретації, аргументації, порівняння та презентації результатів аналізу художнього тексту. Реалізація потенціалу LtL полягає у створенні педагогічних умов, що стимулюють



спонтанне продукування висловлювань учнями в процесі емоційного та інтелектуального залучення до художнього тексту, коли учні органічно розширюють свій лексичний мінімум, засвоюють граматичні конструкції та розвивають комунікативні вміння.

Отже, у контексті євроінтеграції України, CLIL-методика постає як прогресивна освітня модель, що органічно поєднує предметне навчання з розвитком іншомовних компетенцій, відповідаючи викликам глобалізації та інтернаціоналізації освіти. Реалізація предметно-мовного інтегрованого навчання зумовлює формування полілінгвальних фахівців, підвищення конкурентоспроможності випускників на міжнародному ринку праці та сприяє інтеграції національної освітньої системи в глобальний академічний простір.

ЛІТЕРАТУРА

Ткаля, І. А., Черкашина, Н. І., & Огнівенко, З. Г. (2020). CLIL як глобальна тенденція сучасної світової педагогіки. *Проблеми сучасної освіти*, (11), 59–62. URL: <https://periodicals.karazin.ua/issuesedu/article/view/17648> (access date: 16.04.25).

Coyle, D., Hood, P., & Marsh, D. (2010). *CLIL: Content and language integrated learning*. Cambridge University Press.

Hemmi, C., & Banegas, D. L. (2021). CLIL: An overview. In Hemmi, C., & Banegas, D. L., (Eds.), *International perspectives on CLIL* (pp. 1-20). Palgrave. URL: <https://surl.li/hbhval> (access date: 10.04.25).



Зеленько І.М.

здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Долгушева О.В.

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

ІНШОМОВНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ТЕКСТ ЯК ЗАСІБ НАВЧАННЯ ЧИТАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

Вивчення іноземної мови передбачає розвиток умінь в усіх видах іншомовної мовленнєвої діяльності, зокрема й читання. Серед різноманіття текстів, що використовуються в навчальному процесі з іноземної мови, особливу роль відіграють інформаційні тексти. Вони сприяють формуванню читача, здатного не лише сприймати текст, ай критично його осмислювати, інтегруючи нову інформацію в наявну систему знань. Водночас дидактичний потенціал інформаційних текстів є значно більшим, адже вони є засобом формування цілої низки мовних і мовленнєвих компетентностей, виконують роль зразків текстів нехудожніх жанрів як опори у навчанні жанрово-орієнтованого писемного мовлення тощо.

Метою цієї статті є окреслення дидактичних особливостей інформаційних текстів в контексті формування іншомовних навичок та вмінь читання.

У сучасній школі дедалі більшого значення набуває підготовка учнів до читання, розуміння й аналізу інформаційних текстів. Це зумовлено тим, що велика частина навчального матеріалу, особливо в старших класах, подається саме в такому форматі. Біографії, науково-популярні тексти, статті, технічні інструкції – усе це приклади інформаційних текстів, читання яких вимагає від учнів не лише базового володіння мовою, ай розвинених умінь застосовувати відповідні стратегії читання (Common Core Standards Initiative, 2010).



Завдяки тому, що інформаційним текстам притаманні наявність галузевої лексики й термінології, обумовлені мовленнєвими жанрами синтаксична організація та структурно-композиційна побудова (інструкції, аналітичні статті, огляди тощо), наповненість фактуальним змістом, вони є важливим засобом формування різних компонентів мовленнєвої компетентності в читанні у здобувачів освіти. Першим зазначимо знаннєвий компонент. Інформаційний текст «залучає читача до аспектів реального світу, передаючи та повідомляючи фактичну інформацію» (Ness, 2011, с. 32). Додамо, що в процесі навчання іноземної мови, учні набувають досвід читання текстів переважно із галузей суспільно-гуманітарного циклу та циклу наук про природу, що сприяє формуванню у здобувачів відповідної картини світу. Окрім набуття знань, їх використання сприяє розширенню словникового запасу, формуванню вмій медіації тексту, розвитку логічного та критичного мислення, навичок аналізу й узагальнення тощо.

Інформаційні тексти в підручниках іноземної мови представлені різними жанрами й типами, що вирізняються специфічним мовним наповненням, змістом та структурою. Наприклад, якщо нарративні тексти будуються на сюжеті та емоційному досвіді, то інформаційні передбачають передачу логічно впорядкованих фактів, часто організованих за причинно-наслідковим принципом, у формі порівнянь чи зіставлень, описів процесів чи їхньої послідовності тощо (Pappas, 2006, с. 238).

Читання – це не просто декодування слів, це активний когнітивний процес, що передбачає інтеграцію тексту в сформовану систему знань читача та активацію його пізнавальної діяльності (Grabe & Stoller, 2011, с. 17). Відтак, учень має не лише сприйняти текст, а й осмислити його відповідно до власних навчальних і життєвих цілей. З метою формування читацьких умінь вчитель має застосувати технології навчання, які б оптимізували роботу школярів із текстами інформаційного характеру, зокрема, навчити учнів застосовувати найпродуктивніші стратегії читання відповідно до поставленої мети. Приміром, ефективне навчання читання інформаційних текстів включає використання



стратегій прогнозування, постановки запитань, встановлення зв'язків із попередніми знаннями, виокремлення ключових ідей та аналіз текстової структури (Perfetti, 2014, с. 28). Крім того, необхідно формувати в учнів вміння працювати з мовними маркерами, заголовками, підзаголовками, графіками, діаграмами – усіма тими елементами, що властиві саме інформаційному тексту.

Успішність в оволодінні вмінь читання текстів інформаційної природи можна підвищити шляхом збільшення самої кількості таких текстів у навчальних програмах з іноземної мови включно з програмами для початкової школи. Динаміку розширення частки інформаційних текстів можна простежити, наприклад, за освітнім проєктом у США, спрямованим на встановлення єдиних навчальних стандартів у галузі математики та англійської мови для шкіл. Згідно з проєктом, кількість інформаційних текстів як матеріалу для читання зазнає поступового збільшення від 50% від усього корпусу текстів у 4 класі до 55% у 8 класі та до 70% у старших класах закладів середньої освіти (Common Core Standards Initiative, 2010). Попри той факт, що у документі йдеться про англійську мову як рідну, на наш погляд, доцільним є запровадження аналогічної тенденції і в царині іншомовної освіти аби забезпечити оптимізацію процесу формування читацької грамотності.

Задля ефективності навчання вчителі також повинні визначити проблеми, з якими учні можуть зіткнутися при розумінні інформаційних текстів, і знайти шляхи розв'язання таких проблемних моментів (Li, Beecher, & Cho, 2018, с. 25). Серед суттєвих труднощів доцільно згадати наявність у текстах складних синтаксичних конструкцій, абстрактних понять, відсутність ілюстративних матеріалів тощо, що негативно позначається на розумінні таких текстів учнями. До того ж, обмежений досвід роботи школярів з подібними текстами на початковому й середньому етапах спричиняє значні труднощі при переході до навчання у старшій школі, зокрема при опануванні навчального матеріалу в процесі вивчення профільних предметів (Duke&Martin, 2019, с. 254).

Отже, читання інформаційних текстів не лише розвиває мовні й мовленнєві компетентності, а й сприяє пізнанню світу, формуванню наукової



картини світу, розвитку інформаційної грамотності. Учні, які мають навички й вміння роботи з інформаційними текстами, краще адаптуються до вимог сучасного інформаційного суспільства, є більш підготовленими до подальшого навчання та професійної реалізації (Clark, 2013, с. 5; Li, Beecher, & Cho, 2018, с. 25). З метою забезпечення успішного формування окреслених навичок, педагоги мають приділяти увагу формуванню в учнів умінь коректного застосування читацьких стратегій в процесі взаємодії з текстами, вміння адаптувати інформаційні тексти до рівня мовної підготовки учнів, добирати ефективні прийоми для ознайомлення школярів із лінгвістичними, композиційними, жанровими особливостями й риторичними прийомами, характерними для текстів інформаційного стилю. У результаті формування компетентності у читанні інформаційних текстів здобувачі свідомо підходять до роботи з такими текстами не лише як із джерелом знань, а й як інструментом здобуття освіти та самоосвіти, удосконалення когнітивних умінь, необхідних для успішної соціалізації, академічного та професійного зростання.

ЛІТЕРАТУРА

Clark, A. (2013). *Scientia potentia est: The power of informational text* [8th grade]. *Understanding by design: Complete collection*. Retrieved from: https://digitalcommons.trinity.edu/educ_understandings/245/(access date: 12.04.2025).

Common Core Standards Initiative. (2010). *Common core state standards for English Language arts and literacy in history/social studies, science, and technical subjects*. Retrieved from <http://www.corestandards.org/ELA-Literacy/>(access date: 1.03.2025).

Duke, N. K. & Martin, N. M. (2019). *Best practices in informational text comprehension instruction*. In L. M. Morrow & L. B. Gambrell (eds.), *Best practices in literacy instruction* (6thed., pp. 250–270). New York: Guilford.



Grabe, W. & Stoller, F.L. (2011). Teaching and researching reading. New York: Pearson. Retrieved from https://www.academia.edu/37378139/Teaching_and_Researching_Reading_Grabe_and_Stoller_Routledge_2011_pdf(access date: 15.04.2025).

Li, D., Beecher, C. & Cho, B.Y. (2018). Examining the reading of informational text in 4th grade class and its relation with students' reading performance. *Reading Psychology*, 39(1), 1–28.

Ness, M. (2011). Teachers' use of and attitudes toward informational text in K–5 classrooms. *Reading Psychology*, 32(1), 28-53.

Pappas, C. C. (2006). The information book genre: Its role in integrated science literacy research and practice. *Reading Research Quarterly*, 41(2), 226-250. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/4151731>(access date: 31.03.2025).

Perfetti, C., & Stafura, J. (2014). Word knowledge in a theory of reading comprehension. *Scientific Studies of Reading*, 18(1), 22-37.

Мельник О.В.

здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Янусь Н.В.

Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна академія

імені Тараса Шевченка

(м. Кременець)

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ ГРАМАТИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В УЧНІВ НА СЕРЕДНЬОМУ ЕТАПІ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ В ШКОЛІ

Питання методики навчання граматики іноземних мов розглядаються провідними українськими методистами, такими як С. Ніколаєва, С. Роман, О. Тарнопольський та ін. Детальний аналіз праць і досліджень, присвячених



вивченню психологічних особливостей учнів середньої школи, дозволяє стверджувати, що саме цей віковий період є найбільш продуктивним для оволодіння знаннями, уміннями та навичками під час вивчення іноземної мови. Іноземна мова як навчальна дисципліна, окрім своїх основних функцій – виховної та загальноосвітньої – виконує також низку додаткових завдань, що сприяють розвитку особистісних якостей, зокрема креативного мислення та логіки. Водночас важливо пам'ятати, що головною метою вивчення іноземної мови є формування іншомовної комунікативної компетентності, що неможливо без належного рівня граматичної компетентності. Граматика відіграє значущу роль не лише у формуванні граматично правильних фраз і речень, а й у засвоєнні системи правил, пов'язаних зі словотворенням, логічною структурою висловлювань і здатністю самостійно користуватися мовою. Якщо розглядати граматику з формальної точки зору, то її можна визначити як систему правил, що забезпечує побудову впорядкованих ланцюгів мовних одиниць, тобто словосполучень і речень.

У методичній літературі вчені неоднозначно підходять до терміна граматична компетентність. Так, на думку О. Вишневського, граматична компетентність є не що інше як рівень освоєння людиною основного коду мови, тобто її граматичних правил, словотвору, структури речень, словника (*Вишневський, 2011, с. 48*).

Під граматичною компетентністю учнів ЗЗСО слід розуміти здатність школярів використовувати граматичні знання, навички та вміння іноземною мовою таким чином, щоб їх мовна поведінка відповідала комунікативним завданням та конкретним ситуаціям спілкування. Застосування терміна «граматична компетентність» передбачає, що мовна особистість має сформовану готовність і здатність не лише розуміти чужі висловлювання, а й самостійно виражати власні думки у формі граматично правильних фраз і речень відповідно до норм і правил цієї мови.

Граматична компетентність передбачає знання граматичних засобів мови та вміння доречно застосовувати їх у мовленні. Вона охоплює такі аспекти:



а) здатність сприймати й передавати зміст, оформлюючи його у вигляді висловлювань, побудованих відповідно до граматичних норм певної мови; б) знання правил, які дозволяють перетворювати окремі лексичні одиниці на логічно зв'язане та осмислене висловлювання; в) сформовані навички та вміння граматично правильно використовувати мовні структури у різноманітних ситуаціях спілкування для ефективного розв'язання комунікативних завдань (Ніколаєва, 2004, с. 32).

У науковій літературі представлено кілька підходів до класифікації етапів формування граматичних навичок. Відповідно до С. Роман, можна виокремити такі етапи становлення граматичного досвіду: 1) ознайомлення з граматичним явищем; 2) імітація; 3) підстановка; 4) трансформація; 5) репродукція (Коломінова, Роман, 2010, с. 37). Першою дією, яку виконує учень при засвоєнні нового граматичного матеріалу, є його сприйняття. Якщо граматична форма є для нього актуальною, він намагається її запам'ятати. Отже, заняття має передбачати виконання учнем конкретної пізнавальної дії, яку він прагне реалізувати за допомогою іноземної мови. Кожне заняття має завершуватися тим, що учень усвідомлює, які знання він отримав і які нові мовні дії, раніше для нього недоступні, тепер стали можливими. Зрозумівши граматичну структуру, учень прагне самостійно, без допомоги вчителя, відтворити мовний зразок, наслідуючи поданий приклад. На етапі імітації не відбувається жодних змін у структурі висловлювання, тому вправи цього типу доцільно називати «імітативними». Важливою передумовою осмисленої імітації в процесі мовлення є наявність чітких мовних інструкцій до вправ. Наступним кроком у формуванні граматичної навички є підстановка. На етапі підстановки учень самостійно вводить різні лексичні одиниці в одну й ту саму граматичну структуру. Така дія допомагає усвідомити загальний, універсальний характер граматичної моделі. Оптимальна кількість прикладів у кожній вправі – 7-9, адже наукові дослідження підтверджують, що саме така кількість повторень однотипної конструкції сприяє її надійному засвоєнню. Після підстановки слідує етап трансформації – зміни граматичної форми відповідно до



комунікативного завдання та мовних норм. Такі зміни можуть стосуватися порядку слів, зміни голосних у корені, використання суфіксів, закінчень тощо. Завершальним етапом є репродукція – самостійне створення висловлювання, яке складається з 5-7 фраз і демонструє вільне використання засвоєної граматичної форми в контексті розв'язання певної проблеми. Необхідно наголосити, що важливою умовою міцності формування граматичної навички є правильний підбір вправ на всіх стадіях формування навички.

Принципи формування граматичної компетентності учнів на середньому етапі навчання іноземної мови ґрунтуються на загальнодидактичних і методичних засадах, адаптованих до вікових особливостей та рівня підготовки учнів. Ось основні принципи:

1. Принцип комунікативної спрямованості – граматику вивчається як засіб спілкування, а не самоціль. Вправи повинні сприяти формуванню умінь вживати граматичні структури у реальному мовленні.

2. Принцип усвідомлення – учні мають розуміти граматичні правила і логіку їх використання, необхідно поєднувати індуктивний (від прикладу до правила) і дедуктивний (від правила до прикладу) підходи.

3. Принцип наочності – використання таблиць, схем, діаграм, візуалізацій для пояснення граматичних явищ, можна також застосовувати відео та мультимедійні засоби.

4. Принцип системності й послідовності – вивчення граматики повинно мати логічну послідовність: від простого до складного, повторення і закріплення матеріалу в новому контексті має бути регулярним.

5. Принцип диференційованого підходу – врахування індивідуальних особливостей учнів (темп засвоєння, рівень знань). Застосування різних типів вправ для учнів із різним рівнем підготовки.

6. Принцип інтеграції мовленнєвих навичок – формування граматичних навичок має відбуватись у контексті всіх видів мовленнєвої діяльності: говоріння, читання, аудіювання та письма.



7. Принцип активності й самостійності – створення умов для мовленнєвої активності учнів, залучення до самостійного аналізу граматичних структур, вправ, проєктів.

8. Принцип автоматизації навичок – формування граматичної компетентності передбачає перехід від усвідомленого знання правил до автоматичного використання у мовленні.

Отже, принципи формування граматичної компетентності учнів на середньому етапі вивчення іноземної мови базуються на загальнодидактичних і методичних положеннях, що враховують вікові особливості та рівень мовної підготовки школярів. Граматична компетентність є здатністю людини ефективно та доречно застосовувати граматичні знання, навички й уміння іноземною мовою відповідно до конкретної комунікативної ситуації з метою реалізації власної мовної поведінки у процесі спілкування.

ЛІТЕРАТУРА

Вишневський, О. І. (2011). Методика навчання іноземних мов: навчальний посібник. Київ: Знання.

Касаткіна, О. В. (2011). До питання розвитку граматичної компетентності студентів на заняттях іноземної мови. Житомир: Вісн. Житом. держ. ун-ту ім. Ів. Франка, 52-55.

Коломінова, О. О., Роман, С. В. (2010). Сучасні технології навчання англійської мови у старшій школі. 2-ге вид. Іноземні мови, 40-47.

Ніколаєва, С. (2004). Практикум з методики викладання іноземних мов середніх навчальних закладах: посібник. Київ: В-во «Ленвіт».

Тарнопольський, О. (2019). Методика викладання іноземних мов та їх аспектів у вищій школі: підручник. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 256 с.



Редько, В. Г. (2012). Засоби формування граматичної компетентності у змісті вивчення іноземних мов: теорія і практика [Текст]: монографія. Київ: Генеза.

Бистрова Н.С.

здобувачка першого (бакалаврського) рівня освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Кочубей В. Ю.

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

ЛЕКСИЧНА ГРА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД НАВЧАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У процесі формування іншомовної комунікативної компетентності важливе місце посідає розвиток лексичної компетентності учнів, яка забезпечує накопичення та розширення словникового запасу з метою його використання у мовленні. В методиці навчання іноземних мов описані різноманітні методи та прийоми, які забезпечують формування лексичних навичок, одним з яких є використання лексичних ігор. Актуальність теми зумовлена необхідністю пошуку ефективних методів формування лексичної компетентності, що відповідають сучасним вимогам освіти та інтересам учнів.

Використання ігор на уроці англійської мови підвищує мотивацію учнів, сприяє розширенню словникового запасу та знижує тривожність учнів (Susaniari, Santosa, 2024, с. 78). Ігрова діяльність відповідає психологічним особливостям учнів середнього шкільного віку, стимулює інтерес до предмета та створює сприятливе навчальне середовище. Упровадження лексичних ігор у процес навчання іноземної мови дає змогу поєднувати навчальні цілі з елементами творчості та співпраці.



У науковій літературі окреслено низку підходів до класифікації, організації та ефективності лексичних ігор у процесі вивчення іноземної мови. **Метою** нашого дослідження є опис лексичних ігор, які можна використати в середній школі під час вивчення теми “Food”.

Ігри в освітньому процесі є ефективним засобом не лише засвоєння знань, але й розвитку когнітивних, емоційних і соціальних навичок учнів, оскільки стимулюють пізнавальну активність та інтерес до навчання (Лов’янова, 2001, с.134). Дидактичні ігри мають чітку навчальну мету й результат, сприяють розвитку ключових компетентностей, комунікації, співпраці та самостійності учнів (Лов’янова, 2001, с.137).

У навчанні іноземних мов широко використовуються різновиди ігор: мовні, драматизації, рольові, ділові, проектні та безперервні ділові ігри. Усі вони сприяють засвоєнню мовного матеріалу та розвитку комунікативних навичок (Тарнапольський, Кожушко, Кабанова, 2018, с. 17-19).

Наведемо приклади ігор, які можна використовувати в процесі вивчення теми “Food” в 6 класі. Найпростішою мовною грою, яка дозволяє закріпити лексику, є гра “A to Z Food Challenge”. Учні по черзі називають їжу, починаючи з кожної літери алфавіту. Наприклад, на літеру А – Apple, на літеру В – Banana, і так до Z. Цікавими лексичними іграми є розв’язування кросвордів, які можна виконувати індивідуально або в парах.

Прикладом мовної гри, яка спрямована на розвиток лексичних і граматичних навичок, є сортування. Учні повинні правильно класифікувати продукти як злічувані або незлічувані. Вибирається продукт (наприклад, “apple”, “milk”, “banana”, “bread”) і учні повинні вказати, до якої категорії він належить.

Для активізації лексичних навичок в усному спілкуванні найкраще підходять рольові ігри. Захоплюючою грою, в якій відпрацьовуються комунікативні вміння інтеракції, є гра “Waiter and Customer”. Учні діляться на дві групи: одна група – це відвідувачі ресторану, інша – офіціанти. Відвідувачі



повинні замовити страву, описуючи її інгредієнти, а офіціанти відповідають і надають інформацію про страви.

Лексичні ігри є однією з найефективніших форм ігрової діяльності на уроках іноземної мови, оскільки забезпечують активне використання нової лексики у мовленні та мають ситуативно-варіативний характер, що дозволяє багаторазово повторювати нові лексичні одиниці в різних контекстах, сприяючи глибокому засвоєнню (Тітова, 2016).

До основних характеристик лексичних ігор відносять інтерактивність, варіативність, наявність мотиваційного чинника та орієнтацію на активне мовлення (Тітова, 2016). Лексичні ігри сприяють не лише запам'ятовуванню слів, а й формуванню впевненості у використанні лексичних одиниць у реальних комунікативних ситуаціях (Тітова, 2016).

Отже, лексичні ігри виступають не лише як засіб закріплення мовного матеріалу, а як потужний інструмент активізації пізнавальної діяльності учнів, формування комунікативної та лексичної компетентності. Завдяки гнучкій формі, ігри можуть бути адаптовані до різних вікових груп, рівнів володіння мовою та навчальних цілей. Їх систематичне впровадження сприяє створенню позитивного емоційного тла на уроці та розвитку впевненості учнів у власних мовленнєвих можливостях.

ЛІТЕРАТУРА

Лов'янова, І. В. (2021). Педагогічні ігри у навчальному процесі: збірник наукових тез. Кривий Ріг: КДПУ. 2001. С. 134-137.

Мазур, Ю.Я., Андрійчук, Л.І. (2018). Особливості використання навчальних ігор-вправ на уроках англійської мови в середній школі. *Young Scientist*. № 9. С. 411-412.

Смик, Ю. (2025). Використання ігрових методів на уроках англійської мови в початкових класах. URL: <https://surl.li/vhjtix> (дата звернення: 15.04.2025)



Тарнапольський, О.Б., Кожушко, С.П., Кабанова, М.Р. (2018). Гейміфікація в навчанні іноземних мов у вищій школі. *Іноземні мови*. №3. С. 15-22.

Тітова, О.В. (2025). Застосування лексичних ігор у навчанні англійської мови молодших школярів. URL: <https://surl.lu/fmmzwo> (дата звернення: 14.04.2025)

Susaniari N.K, Santosa, M.H. (2024). A Systematic Review on The Implementation of Game-based Learning to Increase EFL Students' Motivation. *Journal of English Language and Education*. Volume 9. Number 6. P. 77-87.

Літвінчук Д.І.

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

*Науковий керівник: доктор філологічних наук, професор **Фока М.В.***

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У НАВЧАННІ ЗАРУБІЖНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Сучасні тенденції розвитку освіти демонструють стрімкий інтерес учасників навчального процесу до впровадження інноваційних технологій. Освітні заклади різних рівнів активно використовують цифрові платформи та мультимедійні засоби, що сприяє ефективнішому засвоєнню навчального матеріалу та підвищенню мотивації учнів. Одним з перспективних напрямів інноваційного навчання є інтеграція соціальних мереж в освітній процес.

Аналіз наукових досліджень останніх років [див.: 1–4] свідчить про зростаючу роль соціальних платформ у викладанні гуманітарних дисциплін як допоміжного інструменту навчання.



Стрімкий розвиток цифрових технологій зумовив модернізацію освітнього процесу, що актуалізує необхідність оновлення традиційних методів викладання зарубіжної літератури відповідно до вимог сучасних учнів. Соціальні мережі, будучи невід’ємною складовою повсякденного життя молоді, можуть слугувати ефективним допоміжним інструментом навчання, сприяючи динамізації, інтерактивності й наближенню освітнього процесу до реального комунікативного середовища. Водночас важливо критично оцінити як потенційні переваги, так і можливі недоліки використання соціальних платформ у сфері викладання зарубіжної літератури, що й визначає **актуальність** цього дослідження.

Основною **метою дослідження** є аналіз можливостей соціальних мереж як інструменту навчання зарубіжної літератури та визначення їх ключових переваг і недоліків.

Серед основних переваг використання цифрових платформ у навчальному процесі можна виокремити такі аспекти:

- **Формування читацької спільноти.** Соціальні мережі дозволяють створювати тематичні акаунти, присвячені певній літературній добі, автору або напрямку. До того ж існує можливість організації інтерактивних заходів, зокрема літературні челенджі з використанням хештегу, що активізують залучення учнів до обговорення художніх творів і літературного процесу.

- **Візуалізація навчального матеріалу.** Завдяки можливостям цифрових платформ учні отримують доступ до структурованих візуальних матеріалів, що сприяють асоціативному запам’ятовуванню літературних персонажів, сюжетних ліній та історичних контекстів творів.

- **Інтерактивність і мотивація.** Функціонал соціальних мереж, включаючи лайки, коментарі, опитування й обговорення, стимулює активну участь учнів у навчальному процесі, формуючи ефект залучення та діалогічності між учасниками освітнього середовища.

- **Розвиток цифрових і творчих навичок.** Використання соціальних платформ сприяє опануванню навичок роботи з інформацією, критичного



аналізу контенту та цифрового етикету. Учні мають змогу створювати власні рецензії, брати участь у літературних дискусіях, записувати інтерв'ю або створювати ілюстрації до творів.

· **Гнучкість та доступність.** Соціальні мережі є універсальним інструментом, що може бути застосований як у форматі дистанційного навчання, так і під час аудиторних занять. Вони не вимагають складного програмного забезпечення та доступні з різних пристроїв: смартфонів, планшетів і комп'ютерів.

· **Міжнародна співпраця.** Соціальні платформи відкривають можливості для обміну досвідом між учнями та викладачами різних країн, сприяючи розвитку міжкультурної комунікації й розширенню літературних горизонтів.

Поряд із численними перевагами застосування соціальних платформ у навчальному процесі існує низка проблемних аспектів, які можуть ускладнювати їх ефективне використання:

· **Відволікання уваги.** Соціальні мережі містять значну кількість розважального контенту, що може відволікати учнів від навчальної діяльності та знижувати концентрацію уваги.

· **Обмеження текстового контенту.** Більшість соціальних платформ орієнтовані на короткі текстові формати, що може ускладнювати представлення детальної аналітики літературних творів чи біографії письменників.

· **Проблеми з технічним забезпеченням.** Не всі учні та викладачі мають рівний доступ до швидкісного інтернету або сучасних гаджетів, що може обмежувати можливості використання цифрових платформ у навчальному процесі.

· **Порушення авторських прав.** Використання зображень, відео чи текстових матеріалів без відповідних посилань на джерела може спричинити проблеми з дотриманням норм інтелектуальної власності, даний аспект може стосуватися і публікації власних літературних творів учнів.



Психологічні ризики. Надмірне використання соціальних мереж може негативно впливати на психоемоційний стан учнів, зокрема спричиняти тривожність через низьку активність під освітніми публікаціями або негативні коментарі, що безпосередньо стосуються творчих робіт учнів.

Отже, результати дослідження підтверджують значний потенціал соціальних мереж як допоміжного інструменту в навчанні зарубіжної літератури, що здатні сприяти підвищенню мотивації учнів, інтерактивному засвоєнню матеріалу, розвитку критичного мислення й творчих навичок. Основними перевагами соціальних платформ є їхня доступність, гнучкість, можливість швидкого обговорення літературних творів та формування читацьких спільнот.

Однак поряд із позитивними аспектами слід враховувати й певні обмеження. До ключових проблем належать відволікання уваги, обмеження текстового контенту, технічні труднощі, питання дотримання авторських прав та можливі негативні психологічні наслідки. Тож ефективне використання соціальних мереж у викладанні зарубіжної літератури потребує усвідомленого підходу з боку педагогів, ретельного планування навчального процесу та впровадження методів, що мінімізують потенційні ризики.

ЛІТЕРАТУРА

Калініченко, О.В., Кошова, Ю.М., & Мельничук, Ю.В. (2023). Використання соціальних мереж в освітньому процесі. *Актуальні питання педагогіки вищої медичної освіти: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю*, 82–83.

Нежива, О.М. (2023). Використання соціальних мереж в освітньому середовищі (на прикладі вивчення іноземної мови). *Психолого-педагогічні науки*, (3), 50–56.



Baleviciene, D. (2015). Social Media as a Tool for Improving Teaching and Learning Experience. *Journal of Pedagogy and Psychology Signum Temporis*, 7(1), 54–59.

Kudelska, O., & Melnytska, O. (2023). The Effectiveness of Social Media in Teaching English. *Сучасні дослідження з іноземної філології*, 1(23), 264–271.

Романюк А.О.

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: докт. філол. наук, проф. Чик Д.Ч.

Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна академія

імені Тараса Шевченка

(м. Кременець)

МЕТОДИКА ФОРМУВАННЯ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ УЧНІВ ЗЗСО ЗАСОБАМИ ТЕАТРАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Володіння іншомовною лексикою – ключовий елемент мовного вишколу, бо охоплює не тільки знання слів, а й вміння вдало їх застосовувати в різних мовленнєвих обставинах. Це потребує врахування мовних, соціально-культурних та контекстних факторів (*Красуля, Шумило, 2020*). Розвиток лексичної компетенції відбувається крізь низку ключових фаз: ознайомлення з новими словами, їхнє автоматичне використання та застосування у практичному контексті.

Перша фаза, **фаза ознайомлення**, передбачає засвоєння теоретичних основ лексичної системи, правил її застосування та процесу семантизації нових слів.

Етап автоматизації містить формування практичних навичок використання лексичного запасу на різних рівнях: від окремих словоформ та стійких виразів до цілих фраз і розгорнутих діалогів.



Фаза застосування акцентує на розвитку здатності учнів ефективно використовувати вивчену лексику для розв'язання комунікативних задач, що постають перед ними (*Пастернак, 2023, с. 13-14*).

Розвиток освітнього процесу в сучасних умовах вимагає від вчителів впроваджувати новаторські методи навчання, що реагують на світові виклики та трансформації в суспільстві. На думку С.В. Івасішиної, основним обов'язком школи є формування середовища, в якому особистість здатна розкрити свої таланти та розвиватися гармонійно (*Івасішина, 2016, с. 26*). Театральна діяльність вважається одним з потужних інструментів для заохочення учнів до вивчення іноземних мов.

Шкільна театральна діяльність поєднує рольову гру, драматизацію, поезію, музику, хореографію та інші види мистецтв, створюючи умови для всебічного розвитку учня. Вона сприяє формуванню емоційної культури, комунікативних навичок і здатності до співпереживання (*Kazmirchuk, 2021, с. 238*). Працюючи над ролями, учні вчаться виражати емоції, володіти голосом і тілом, будувати діалог і працювати в команді. Театральна діяльність допомагає розвивати емпатію, соціальну чутливість і глибше розуміння міжособистісних взаємин, що особливо важливо для гармонійного розвитку особистості.

Головним завданням середньої школи є розвиток не лише розумових здібностей, а й навичок спілкування в учнів, здатності до активної участі в житті суспільства, беручи до уваги моральні принципи, етику та чемність. Вкрай важливо продовжувати систематичну педагогічну діяльність з метою покращення культури мовного спілкування на цьому етапі становлення особистості. Сучасна дослідниця театралізованої педагогіки Івасішина переконана, що «драматизація та творчі завдання сприяють розвитку багатьох здібностей та функцій: мовлення, інтонації, уяви, пам'яті, уваги, технічних і художніх аспектів (робота над сценою, костюмами, декораціями), ритму та інших» (*Івасішина, 2016, с. 27*).

Підготовчий етап відіграє ключову роль у впровадженні театральної активності на заняттях з англійської мови. Він охоплює два основні аспекти:



1) вибір лексики, 2) встановлення цілей театралізованої діяльності. Ці компоненти визначають успішність запам'ятовування нових слів та загальний розвиток мовленнєвих навичок учнів.

Під час вибору лексики слід брати до уваги вікові характеристики тих, хто навчається, їхній рівень розуміння, а також те, наскільки слова є сучасними та близькими до життя (Яценко, 2023, с. 32). Варто використовувати слова, які стосуються звичних ситуацій (магазин – *cart, sale, receipt*; подорожі – *ticket, luggage, destination*; сім'я – *mother, cousin, family tree*), а також теми природи та довкілля (*sunny, rainy, tree, bush, animal*) – все це допомагає встановити взаємозв'язок між мовою та тим, що нас оточує.

Визначення цілей театральної діяльності – ключовий елемент у плануванні уроку англійської, адже це дозволяє конкретизувати очікувані результати для учнів від театралізованих завдань. Чітко сформульовані цілі оптимізують організацію навчання та сприяють розвитку широкого спектра мовних та соціальних компетенцій.

Одним із ключових завдань театральної роботи є збільшення словникового обсягу школярів. Театральні завдання дають можливість використовувати нові слова у контекстах, що віддзеркалюють справжні життєві обставини (Кумпан, 2015, с. 44). Приміром, відтворюючи образи касира чи покупця, учні тренують лексику, таку як *cashier, discount, receipt*, закріплюючи її за допомогою активного діалогу.

Відчутне значення має розвиток умінь аудіювання – здатності сприймати та розуміти усне мовлення (Пастернак, 2023, с. 13-14). Виконуючи ролі, учні слухають партнерів, реагують на відповіді та відпрацьовують розуміння мови в контексті, що сприяє глибшому засвоєнню лексики та покращенню слухового сприйняття.

Театральна діяльність також дієво розвиває комунікативні вміння: учні вчаться працювати в колективі, взаємодіяти з партнерами, впевнено висловлювати власні погляди (Kazmirchuk, 2021, с. 238). Наприклад, у грі *Treasure Hunt* вони можуть використовувати фрази на кшталт «*Let's look for the*



treasure!», «*I found the clue!*», що дає змогу практикувати реальні мовленнєві конструкції.

Отже, театралізація у вивченні іноземних мов є дієвим засобом розвитку лексичної компетенції, аудіювання та комунікативних навичок. Вона поєднує навчання з емоційним залученням, сприяє кращому засвоєнню лексики в реалістичних ситуаціях і мотивує учнів до активного мовлення. Правильний добір лексики та чітке визначення цілей театральної діяльності роблять навчання ефективним, живим і цікавим.

ЛІТЕРАТУРА

Івасішина С.В. Шкільна театральна педагогіка як інноваційна модель навчання англійської мови. *Педагогічні науки*. 2016. Вип. LXXXII, Т. 2. С. 25–29.

Красуля А.В., Шумило А.О. Застосування мобільних технологій з метою розвитку іншомовної лексичної компетентності учнів при вивченні англійської мови. *Теоретична і дидактична філологія. Серія «Філологія»*. 2020. Вип. 32. С. 49–59.

Кумпан М.Б. Формування англомовної лексичної компетенції в учнів старших класів гімназій у театралізованій діяльності: дис. ... канд. педаг. наук. Одеса: ПНПУ імені К. Д. Ушинського, 2015. 335 с.

Пастернак В.А. Формування у майбутніх учителів англійськомовної лексичної компетентності в аудіюванні з використанням інформаційно-комунікаційних технологій. Київ: КНУ, 2023. 89 с.

Яценко Н.Г. Навчання англійського діалогічного мовлення старшокласників на основі драматизації автентичних творів. Запоріжжя: ЗНУ, 2023. 65 с.

Kazmirchuk N. Methodological aspects of teacher training for theatrical activities with pupils. *Society. Integration. Education: Proceedings of the International Scientific Conference (May 28th-29th)*. 2021. Vol. 1. P. 235–246.



Фаюк Ю.О.

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

*Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. **Кочубей В.Ю.***

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

ПІСНІ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ АУДИТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ УЧНІВ 5-ГО КЛАСУ

Аудіювання, тобто сприймання на слух, є одним із ключових видів мовленнєвої діяльності. Аудіювання забезпечує розуміння усного мовлення та розвиток комунікативної компетенції учнів. Робота над розвитком аудитивних вмінь є невід'ємною частиною уроку англійської мови на всіх рівнях оволодіння мовою. Особливу увагу, на наш погляд, слід звернути на етап переходу від початкового рівня володіння англійською мовою до більш усвідомленого її використання. Вважаємо, що використання пісень сприятиме формуванню англомовної аудитивної компетенції на середньому етапі вивчення мови, зокрема в 5-му класі.

Метою нашої розвідки є з'ясування особливостей використання пісень для формування англомовної аудитивної компетентності учнів.

Аудіювання – це активний та осмислений процес, який має на меті розуміння інформації, що повідомляється. Тобто, аудіювання це власне розуміння усного мовлення, що сприймається на слух. Навчання аудіювання повинне посідати важливе місце уже з перших етапів вивчення будь-якої іноземної мови, зокрема англійської.

Метою формування англомовної аудитивної компетенції учнів 5-го класу шляхом використання автентичного пісенного матеріалу є покращення здатності сприймати та розуміти усне мовлення на слух, розпізнавати



інтонаційні та ритмічні особливості мови, а також розширювати словниковий запас і вдосконалювати граматичні навички.

Більшість методистів виділяють такі етапи навчання аудіювання як виду мовленнєвої діяльності (Ніколаєва, 2008; Бігич, Бориско, Борецька, 2013): дотекстовий (pre-listening stage), притекстовий (while-listening stage), післятекстовий (post-listening stage).

Перший етап – дотекстовий. Метою дотекстового етапу є комунікативна підготовка учнів до прослуховування, активізація їх життєвого та мовного досвіду у певній ситуації та темі, активізація фонових знань учнів.

Другий етап – притекстовий. Метою притекстового етапу є допомогти учням зосередити увагу на змісті пісенного матеріалу, залучити їх до активного прослуховування, перевірити розуміння учнями детального змісту тексту, здійснити контроль виконання завдання, поставленого перед повторним прослуховуванням.

Третій етап – післятекстовий (post-listening). Мета післятекстового етапу полягає в організації роботи учнів розвитку інших мовленнєвих умінь (говоріння, письма) на основі прослуханого аудіотексту.

Серед переваг використання пісенного матеріалу на уроках англійської мови в 5 класі варто відмітити розвиток навичок аудіювання, збагачення словникового запасу, підвищення лексичної, граматичної та фонетичної компетенції, розвиток культурної компетенції учнів тощо.

Під час навчання аудіювання за допомогою пісні в учнів розвиваються як мовні, так і ключові компетентності. Насамперед формується аудитивна компетенція, тобто вміння сприймати й розуміти іноземну мову на слух. Учні вчаться виділяти основну думку пісні, розпізнавати знайомі слова, здогадуватися про значення нових лексичних одиниць із контексту. Також розвивається лексична й граматична компетенції завдяки повторенню слів і конструкцій. Пісня сприяє покращенню фонетичних навичок: вимови, інтонації, ритму та мелодики мовлення (Гора, Нездропа, 2014).



Окрім мовленнєвих, пісня розвиває й ключові компетентності (Філоненко, 2020). Зокрема, комунікативну – через обговорення змісту пісні та висловлення власних думок, соціальну й громадянську – через знайомство з культурними особливостями іншомовного середовища. Також активно формується емоційно-естетичне сприйняття, адже музика викликає емоції, сприяє формуванню смаку та співпереживанню. Водночас учні розвивають уміння вчитися, оскільки під час роботи з піснею вони застосовують різні стратегії аудіювання, як-от здогадування за змістом, повторне прослуховування та використання візуальних підказок. Окрім цього, пісня підвищує мотивацію до вивчення іноземної мови.

Збагачення словникового запасу учнів відбувається завдяки тому, що за допомогою прослуховування пісенних фрагментів та виконання вправ учні засвоюють нові лексичні одиниці, сталі вирази та фразеологізми у контексті, що сприяє кращому запам'ятовуванню (Чумачок, 2023, с. 241). Так само підвищується і граматична компетентність учнів, так як тексти пісень містять різні граматичні конструкції, які учні можуть вивчати у природному контексті. Крім того, прослуховування та відтворення пісень допомагає покращити вимову, ритміку та інтонацію мовлення, що автоматично підвищує фонетичну компетентність (Ніколаєва, 2008; Бігич, Бориско, Борецька, 2013; Філоненко, 2020).

Наведені приклади демонструють, як пісні сприяють формуванню ключових мовних компетентностей.

Під час роботи з піснею “The ABC Song” розвивається мовленнєво-комунікативна компетентність, оскільки учні вчаться чітко вимовляти звуки та букви англійського алфавіту, що є основою подальшого опанування мови. Лексична компетентність розвивається через засвоєння назв літер англійської абетки. Когнітивна компетентність активізується завдяки запам'ятовуванню послідовності букв, що також сприяє розвитку уваги та зорової пам'яті. Слухо-моторна компетентність стимулюється через поєднання співу з рухами (наприклад, показ букв на картках), що сприяє кращому закріпленню матеріалу.



Пісня “We Wish You a Merry Christmas” сприяє розвитку соціокультурної компетентності, адже учні знайомляться з традиціями святкування Різдва в англomовних країнах. Також пісня розвиває мовленнєво-комунікативну компетентність через вживання конструкцій побажань і форм ввічливості. Емоційна компетентність посилюється завдяки позитивному емоційному забарвленню пісні, що створює теплу святкову атмосферу. Лексична компетентність розвивається через вивчення тематичної лексики, пов’язаної зі святом (наприклад, *merry, Christmas, pudding*).

Під час виконання пісні “Jingle Bells” учні поглиблюють соціокультурну компетентність, ознайомлюючись з культурними атрибутами новорічних свят в англomовному світі. Мовленнєво-комунікативна компетентність розвивається через тренування інтонації, ритму та артикуляції. Лексична компетентність формується завдяки запам’ятовуванню слів, пов’язаних із зимовими подіями (наприклад, *bells, snow, sleigh*). Емоційна компетентність зміцнюється через веселу, жваву мелодію, що викликає радість і захоплення.

Пісня “If You’re Happy and You Know It” активно розвиває слухо-моторну компетентність завдяки поєднанню слуху, рухів і мовлення – діти плескають у долоні, тупають ногами, показують дії відповідно до тексту. Емоційна компетентність формується через роботу з власними емоціями, учні вчаться розпізнавати та називати їх. Лексична компетентність збагачується словами, що позначають дії та частини тіла. Когнітивна компетентність розвивається через спостереження та швидке реагування на зміну команд у пісні.

Отже, пісня є ефективним засобом формування компетентності учнів в аудіюванні, особливо в середній ланці школи. Аудіювання як вид мовленнєвої діяльності вимагає системного підходу: від мотиваційного налаштування до контрольного етапу. Пісня сприяє розвитку не лише мовленнєвих (аудитивної, лексичної, граматичної, фонетичної) компетентностей, а й ключових – комунікативної, соціокультурної, емоційно-естетичної та уміння вчитися впродовж життя.



ЛІТЕРАТУРА

- Антонюк, Н. (2003). Навчити сприймати красу: Естетична парадигма у навчанні англомовного спілкування. *Іноземні мови в навчальних закладах*, (1), 178–181.
- Бігич, О. Б., Бориско, Н. Ф., Борецька, Г. Е., та ін. (2013). *Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика* (С. Ю. Ніколаєва, ред.). К.: Ленвіт.
- Гора, Т. В., & Нездропа, Л. П. (2014). Застосування пісень на уроках англійської мови в початкових та середніх класах. *Таврійський вісник освіти*. С. 195-202.
- Карпенко, О. (2004). Вивчення іноземної мови через пісню і музику. *Англійська мова і література*, (12), 2–4.
- Ніколаєва, С. Ю. (2008). *Основи сучасної методики викладання іноземних мов (схеми та таблиці): Навчальний посібник*. К.: Ленвіт.
- Філоненко Т.Б. (2020). Використання пісень на уроках англійської мови як засіб формування іншомовної компетентності учнів початкової школи: посібник. Кагарлик.
- Чумачок, К. Д. (2023). Використання пісні в навчально-пізнавальній діяльності учнів з англійської мови. *Студентський науковий вісник*, (28), 239–242.



Секція 3.
Міжкультурна комунікація
Проблеми теорії і практики перекладу
Прикладна лінгвістика

Вербицький В. В.

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

*Науковий керівник: канд. філ. наук, доц. **Бондаренко К.Л.***

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

**КОНДЕНСАЦІЯ У ПРОЦЕСІ СУБТИТРУВАННЯ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ
ПРОДУКТІВ**

Аудіовізуальний переклад (локалізація) – динамічна галузь сучасного ринку лінгвістичних послуг, що потребує специфічних стратегій, відмінних від традиційного перекладу. Йдеться не лише про високий рівень мовної компетентності, а й про розуміння технічних, стилістичних і жанрових особливостей аудіовізуального продукту. Окрім точності субтитри повинні відповідати жорстким формальним вимогам: обмеженням щодо кількості символів, тривалості реплік, темпу читання глядачами (*Cintas, Remael, 2014*). З огляду на вищезазначене лінгвіст змушений не просто передавати зміст, а й знаходити способи конденсації тексту, тобто вміти ущільнювати (конденсувати) матеріал без втрати сенсу.

Метою нашого дослідження є визначення способів ущільнення змісту вихідного тексту (реплік героїв серіалу *Ozark*). Матеріалом дослідження став повний текст діалогів першого сезону серіалу *Ozark* у вигляді монтажних листів із таймкодами та корпус українських субтитрів.



Зменшення фізичного обсягу текстової інформації в контексті адаптації продукту для локалі перекладачами традиційно розглядається як вада, про що свідчить, наприклад, наявність категорії помилки «Випущення» в традиційних метриках оцінювання перекладацького продукту (Бондаренко, 2018). У випадку з субтитруванням ущільнення (в тому числі за рахунок випущення) – не вада, а передумова задоволення потреб клієнтів і користувачів, які будуть споживати аудіовізуальний продукт. Неспроможність лінгвіста до ущільнення текстової інформації в субтитрах – ознака непрофесіоналізму лінгвіста, яка призводить до незадоволеності замовника і кінцевого користувача субтитрованого аудіовізуального продукту (Cui & Liu, 2024).

За спостереженнями Х.Синтаса та А. Ремаель, основними методами ущільнення змісту вихідного тексту в процесі субтитрування є використання простіших граматичних структур, заміна іменників прийменниками, використання простих речень. На лексичному рівні може йтися про генералізацію, використання акронімів та аббревіатур, нейтралізацію стилістично знижених одиниць, випущення інформації, не критичної для розуміння твору (Cintas, Remael, 2014).

Одним із найпростіших, але все ж ефективним способом конденсації є відтворення цифр, що особливо актуально при передачі сум, дат тощо. Існують загальноприйняті правила відтворення цифр в англійських субтитрах, що, здебільшого, екстраполують на українські також: числа від одного до десяти, за можливості, записуються словами, а від 11 і далі – цифрами; дати, номери квартир, готелів завжди передаються цифрами. При цьому лінгвіст має усвідомлювати, що найочевидніший варіант відтворення числової інформації не завжди доцільний, оскільки конденсація не має спричиняти потенційні проблеми з декодуванням (розумінням) інформації користувачами. Так, в англійських субтитрах до фільму Ozark відсотки було передано цифрами: «**25%** have no savings at all», а в українській версії – словом: «**Чверть** не має заощаджень».



Також важливим рішенням при адаптації може слугувати використання аббревіатур і акронімів, особливо якщо це загальноновживані одиниці, для яких можна легко знайти усталені в українській мові відповідники, на кшталт ФБР. При цьому варто уникати рідкісних або вигаданих акронімів, що можуть ввести глядача в оману. Стратегії, які підходять для адаптації традиційного текстового контенту (як-от, пояснення акронімів чи аббревіатур на першій сторінці документу чи книги), для аудіовізуального перекладу можуть бути хибними, оскільки кожен субтитр сприймається глядачами як самодостатній твір, де відсилка до попередньо поясненого двома субтитрами раніше не може вважатися абсолютно ефективною.

Часто застосовним методом ущільнення інформації в субтитрах є уникнення повторів, притаманних апроксимованому розмовному мовленню, поширеному в аудіовізуальних продуктах (*Bondarenko & Bondarenko, 2021*). Так, наприклад, у вихідному варіанті персонажі вимовляють: «*Are we ready? No, no, no. No, hang on. Hang on. Wait, wait, wait, wait, wait. One second*», натомість в українських субтитрах бачимо відсутність повторів: «*Готовий? Ні. Почекай. Зачекай. Секунду*».

Окрім випущення повторюваної інформації лінгвісти можуть випускати і другорядну, що особливо актуально, коли мовлення швидко або кілька героїв говорять одночасно. У такому разі перекладач обирає ту інформацію, яка є більш значущою для розвитку сюжету, а ту, що ніяк його не рухає або ж не є вагомою, – не відтворює. Так відповідником для діалогу «– *Mr. Byrde, we don't know – Call me Marty. Marty, we don't know that much about stocks and investing*» є «– *Містере Берде... – Просто Марті. Марті, ми не так багато знаємо про акції та інвестування*», де для фрагменту «*we don't know*» відповідника немає. Ще одним прикладом може бути випущення цілого речення в українських субтитрах: «– [Mr. Hunkins] *We're not getting a pool. – We're getting a pool. – He does this all the time. – [Marty] Pools are tricky. – «Обійдемося без басейну. – Не обійдемося»*».



Фрази ввічливості, заповнювачі мовлення та короткі вигуки на кшталт «*Yeah*», «*Okay*», «*What?*», «*Sure*», «*Huh?*», що не мають прямої змістової функції, часто випускаються в субтитрах: «– *You keep this. You hold on to this. – This is mine? **Yeah**, you put that on your vision board. **Okay?***» – *Забери це собі. – Це мені? – Наклей це на свою карту бажань*»; «– ***You know**, maybe you should go. – Тобі слід піти*».

Випущення обсценної лексики, особливо якщо її вжито виключно з емоційною метою, – один із засобів ущільнення тексту в субтитрах. Враховуючи те, що написані обсценізми сприймаються гостріше, ніж вимовлені, відтворення їх у субтитрах може бути реалізовано по-різному: від випущення, нейтралізації: «–*Even though you pay a **shit-pot full** of state taxes. – I це попри те, що ти платиш **куну** податків*», «*Shut the **fuck** up! / Закрий рота*» аж до повноцінного відтворення українськими обсценізмами, коли така лексика є частиною ідіолекту персонажа.

Зважаючи на системність використання прийомів із ущільнення (конденсації) цільового текстового матеріалу в проаналізованому нами матеріалі, можемо стверджувати, що універсальна стратегія, якою користуються субтитрувальники аудіовізуальних продуктів на ринку лінгвістичних послуг, повноцінно застосовується і на українському ринку лінгвістичних послуг. Конденсація є системним і необхідним компонентом перекладу аудіовізуального контенту, покликаним на забезпечення комфорту клієнта-глядача, що споживає адаптований для української локалі аудіовізуальний продукт.

ЛІТЕРАТУРА

Бондаренко, О. (2018). Оцінка якості перекладу: дидактичний та галузевий підходи. *Актуальні проблеми романо-германської філології та прикладної лінгвістики*, 1(15), 47–49.



Bondarenko, K., & Bondarenko, O. (2021). Translating English slang into Ukrainian: A study of *Pulp Fiction* and *Once Upon a Time in... Hollywood*. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 105, p. 04001). EDP Sciences.

Cintas, J. D., & Remael, A. (2014). *Audiovisual translation: Subtitling*. Routledge.

Cui, Y., & Liu, X. (2024). How condensation and non-condensation impact viewers' processing effort and comprehension: An eye-tracking study on Chinese subtitling of English documentaries. *Perspectives*, 1–19.

Негрієнко М.С.

здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти

*Науковий керівник: канд. філ. наук, доцент **Бондаренко О.С.***

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

МЕТРИКИ ОЦІНЮВАННЯ МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ В СУЧАСНОМУ ЛОКАЛІЗАЦІЙНОМУ ПРОЦЕСІ

Забезпечення якості перекладу в індустрії лінгвістичних послуг є ключовою умовою її сталого розвитку (Бондаренко, 2018; Drugan, 2013). Запровадження постредагування машинного перекладу (ПРМП) як окремого виду послуг змінює вимоги до процесів контролю якості (Moorkens & Castilho & Gaspari & Doherty, 2018). Зокрема, ускладнюється застосування традиційних метрик, розроблених для оцінювання людського перекладу, адже ПРМП як гібридний продукт поєднує автоматизовану генерацію та людське редагування. Це вимагає переоцінки релевантності класичних метрик, зокрема моделі LISA QA (TQI), що досі залишається однією з найпоширеніших в індустрії (LISA, 2006).



Метою дослідження є критичний аналіз можливостей використання моделі LISA для оцінювання якості ПРМП, зокрема визначення категорій та підкатегорій помилок, що залишаються релевантними для цього виду лінгвістичної діяльності, а також окреслення тих, що частково або повністю втрачають придатність. Для цього було проведено аналіз помилок, виявлених у процесі локалізації програмного продукту Google Search Ads 360, які були класифіковані відповідно до категорій метрики помилок LISA.

У результаті дослідження встановлено, що категорія *Accuracy* (Точність) зберігає критичну важливість у ПРМП, оскільки системи машинного перекладу часто припускаються узагальнень або спотворюють зміст. Відносно підкатегорії *Incorrect Meaning* (Неправильне значення), *Addition/Omission* (Додавання/випущення) потрібні обов'язкові перевірки та, в разі необхідності, виправлення постредактором. Категорія *Terminology* (Термінологія) також залишається надзвичайно актуальною, оскільки машинні рушії не забезпечують узгодженості термінів і не забезпечують увідповіднення клієнтським глосаріям. Категорія *Style* (Стиль) набуває особливої ваги під час локалізації маркетингових продуктів, адже машинні системи не здатні системно передавати “голос бренду” (Bondarenko, 2024).

У свою чергу, підкатегорії *Spelling/Typo* (Орфографія/одрук), *Tags/Links* (Відтворення посилань/тегів), *Format* (Форматування), *Unlocalized text* (Нелокалізований уривок тексту) значною мірою втрачають свою актуальність для ПРМП, адже сучасні МТ-системи переважно виключають ці помилки. Водночас підкатегорії *Grammar/Syntax* (Грамматика/Синтаксис) і *Readability* (Читабельність) залишаються частково релевантними, оскільки машинні рушії можуть створювати граматично правильні, але синтаксично неприродні речення.

У підсумку можна стверджувати, що хоча модель LISA не розроблялася спеціально для оцінювання ПРМП, вона залишається дієвим інструментом за умови її адаптації. Запропоноване дослідження підтверджує потребу в оновленні або кастомізації метрик оцінювання відповідно до сучасного стану



ринку перекладацьких послуг і технологічних реалій. Подальші дослідження можуть бути зосереджені на розробленні комбінованих моделей оцінювання якості ПРМП, які враховуватимуть як лінгвістичні, так і технічні особливості процесу.

ЛІТЕРАТУРА

Бондаренко, О. (2018). Оцінка якості перекладу: дидактичний та галузевий підходи. *Актуальні проблеми романо-германської філології та прикладної лінгвістики*, 1(15), 47–49.

Bondarenko, K. (2024). Ukrainian localization: Cultural aspects. In M. F. de Casadevante Mayordomo & A. C. Sánchez López (Eds.), *Traducción e interpretación como mediación (inter)cultural: Visiones y perspectivas de futuro* (pp. 229–245). [Edited collection].

Drugan, J. (2013). *Quality in professional translation: Assessment and improvement* (Vol. 9). A&C Black.

LISA. (2006). *LISA QA Model 3.1: Assisting the localization development, production and quality control processes for global product distribution* [Press release]. Romainmôtier: Localization Industry Standards Association.

Moorkens, J., Castilho, S., Gaspari, F., & Doherty, S. (2018). Translation quality assessment. In *Machine translation: Technologies and applications series* (Vol. 1, pp. 299–318). Cham: Springer International Publishing.



Рішко Б. В.

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

*Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. **Тарнавська М.М.***

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

ВІДТВОРЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ ОБСЦЕНІЗМІВ ТА ІНКЕКТИВІВ В КОНТЕКСТІ КІНОПЕРЕКЛАДУ З УРАХУВАННЯМ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ДО ЦЕНЗУРУВАННЯ

На сьогодні нецензурна лексика вже не є табуованою темою та активно досліджується в різних наукових сферах. Проте, перш ніж більш детально розглянути теоретичний аспект перекладу обценізмів та інкективів, варто охарактеризувати початковий стан та розвиток цензурних тенденцій в суспільстві та медіа. Дослідження Twenge показало, що з 1950 по 2008 рік в американських книгах значно зросла частота вживання семи заборонених слів – у 2005-2008 роках вони траплялися в 28 разів частіше, ніж на початку 1950-х (Landingham, Campbell, Keith, 2017, с. 4). Це свідчить про зміну соціокультурних норм у США, зокрема зростання індивідуалізму та прийнятності емоційного вираження. Глобалізація XXI століття також вплинула на ставлення до нецензурної лексики. Інтеграція медіа та міжкультурна комунікація сприяли більшій гнучкості мовлення. Як зазначається в дослідженні «Крос-культурне дослідження вживання обценної лексики у молодіжному середовищі», лібералізація суспільства призвела до змін у ставленні до обценізмів та інкективів (Таровецька, 2020, с. 243). Це розуміло під собою й послаблення по відношенню до використання табуованої лексики на телебаченні, в ЗМІ, а особливо в кіно та серіалах. Тож оскільки вільне функціонування ненормативної лексики стало можливим лише в останні



два десятиліття, стратегії перекладу обценізмів та інвективів ще не повністю сформувались в практичні рекомендації, що призводить до неоднозначності перекладацьких рішень, відсутності єдиних підходів та надлишкової варіативності при відтворенні цього мовного елемента.

Переклад обценізмів та інвективів є справжнім викликом для перекладчів. Труднощі можуть виникнути як через соціокультурні відмінності двох мов, так і через різницю у конотативному значенні окремо взятого слова. Але крім лінгвістичних чинників, що ускладнюють процес перекладу, є й декілька екстралінгвістичних, які не можна залишати поза увагою. Мова йде про функціонально-стилістичне призначення нецензурних слів, жанр та цензурування (Ребрій, Гайдар, 2015, с. 158-159). Ці аспекти не можна враховувати поодиночі. Під функціонально-стилістичним призначенням слід розуміти мету з якою обценізми та інвективи використовуються. В контексті кіноперекладу нецензурна лексика виконує низку функцій, серед яких: 1) характеризування героя шляхом вживання тих чи інших нецензурних слів, або повною відмовою від таких; 2) гумористичний аспект. 3) для зв'язку слів у реченні або заповнення пауз у мовленні. З урахуванням вищезгаданих пунктів, закономірно відрізняються і стратегії перекладу. Таким чином, перекладаючи обценізм «fuck» та похідне від нього «fucking», в перших двох випадках краще вдатися до транскреації, або іншими словами, передати основну суть та емоційне навантаження, а не зовнішню форму (Landers, 2001, с. 151). Це означає, що варіант перекладу може варіюватися в значенні залежно від контексту та його поєднання з іншими словами. Коли ж обценізми вживаються у третьому випадку, слід відмовитись від транскреації чи будь-якого іншого варіативного перекладу й відтворити нецензурну лексику дослівно. Тож серед загальних стратегій перекладу можна виділити наступні: 1) транскреація – передача емоційного забарвлення через аналогічні вирази, навіть якщо вони не є прямими відповідниками; 2) евфемізація – пом'якшення грубої лексики через нейтральніші конструкції; 3) елімінація – вилучення обценізму, якщо його відтворення є недоцільним у конкретному контексті; 4) калькування або



дослівний переклад – використовується рідше, але доцільні у фатичних конструкціях або сталих виразах.

Жанр фільму чи серіалу значно впливає на частоту та функціональне призначення нецензурної лексики. У жанрах, орієнтованих на дорослу аудиторію (драма, бойовик, комедія), обсценізми використовуються для підкреслення емоційної напруги, соціального конфлікту, комічного ефекту чи характеристики героїв. У таких випадках лайка може бути універсальним інструментом для досягнення тих чи інших цілей. Натомість, у мелодрамах чи науково-фантастичних фільмах використання нецензурних виразів є рідким через спрямованість на широку. Тут лайка зазвичай замінюється евфемізмами або зовсім вилучається, щоб уникнути порушення етичних норм. Загалом, жанрова приналежність значною мірою визначає стиль використання нецензурної лексики, і це повинно враховуватись при перекладі, оскільки впливає на вибір стратегії передачі лексичних одиниць відповідно до контексту та цільової аудиторії.

Не менше уваги слід звертати на допустимий ступінь нецензурності. Цей фактор можна віднести до екстралінгвістичних чинників, але переклад нецензурних слів не може бути ізольований від подібного зовнішнього впливу. До таких чинників належать:

1. Вікова категорія контенту – наприклад, продукція з рейтингом PG-13 може містити обмежену кількість лайливих висловлювань, у той час як рейтинг R або 18+ дозволяє значно більше свободи.

2. Формат дистрибуції – кінотеатральний прокат зазвичай має жорсткіші вимоги до цензурування, натомість стрімінгові сервіси, як-от Netflix чи HBO, часто допускають більш знижену лексику завдяки менш жорсткому регулюванню. Кабельне телебачення, навпаки, зазвичай дотримується високого ступеня самоцензури через широку і змішану аудиторію.

3. Національні регулятивні норми – правила щодо демонстрації нецензурної лексики відрізняються в кожній країні. Наприклад, у США функціонують органи як МРАА, що надають рейтинг фільмам, а в Україні існує



класифікація Держкіно. Відповідно до цих класифікацій, перекладачі та локалізатори змушені адаптувати вміст до нормативних обмежень.

Таким чином, переклад нецензурної лексики у кіно та серіалах є багаторівневим завданням, яке вимагає не лише глибокого знання мови, а й розуміння культурного контексту, жанрових особливостей, цільової аудиторії та нормативних обмежень. Лише беручи до уваги всі лінгвістичні та екстралінгвістичні чинники можна досягти перекладацької адекватності та зберегти комунікативну цінність оригіналу. Саме тому кожен випадок перекладу обценізмів потребує індивідуального підходу, гнучкого вибору стратегії та постійного балансу між точністю і прийнятністю для конкретного культурного середовища.

ЛІТЕРАТУРА

Тавровецька, Н. І. (2020). Крос-культурне дослідження вживання обценної лексики у молодіжному середовищі. *Психолінгвістика*, 28(1), 239–266. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2020-28-1-239-266>

Ребрій, О. В., & Гайдар, Д. В. (2015). Стратегії відтворення інвективи в англо-українському перекладі: на матеріалі дитячої літератури. *Studia Methodologica*, (40), 157–162.

Landers, C. E. (2001). *Literary translation: A practical guide* (Topics in Translation, 22). Clevedon: Multilingual Matters.

Twenge, J. M., VanLandingham, H., & Campbell, W. K. (2017). The seven words you can never say on television: Increases in the use of swear words in American books, 1950–2008. *SAGE Open*, 7(3), 1–10. <https://doi.org/10.1177/2158244017723689>



Брижаний Я.М.

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. педагог. наук, доц. Ярова Л.О.

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЗАГОЛОВКІВ У АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ НОВИН: КОМУНІКАТИВНО-МОВНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТИ

Постановка проблеми в загальному вигляді. Новини в сучасних медіа є основним каналом для передачі важливої інформації в короткій і зручній формі. Вони належать до інформаційного жанру та мають специфічну структуру, яка дозволяє швидко донести основні факти. Заголовки допомагають орієнтувати читача в основних подіях, зацікавлюють його та спонукають до подальшого читання.

Переклад заголовків потребує не лише мовної точності, а й урахування функціонально-стилістичних параметрів оригіналу, зокрема структури, темпоральності та інформаційної насиченості. Успішний переклад заголовків забезпечує збереження ключових комунікативних функцій новинного тексту та сприяє ефективному сприйняттю інформації в медійному просторі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Заголовки були розглянуті такими вченими, як К. Белл, П. Ньюмарк (Newmark, 1988), М. Бейкер (Baker, 2018), Е. Торі, Т. Кияк (Кияк, 2003) та І. Шевченко (Шевченко, 2007).

Основна мета дослідження полягає у виявленні специфіки вербалізації заголовків в англomовних новинних текстах.

Виклад основного матеріалу. У сучасній лінгвістиці все більше уваги приділяється дослідженню текстів засобів масової інформації, зокрема новин.



Західні дослідники чіткіше визначають новини як окремий тип медіа-дискурсу. Новинне повідомлення, відображаючи подію, має такі характеристики: фактуальність (factuality), неупередженість (impartiality) і зрозумілість (comprehensiveness).

Заголовок є ключовим елементом у мережевих новинних текстах. Він не тільки привертає увагу, а й має тісний зв'язок з іншими блоками тексту. Як зазначає С. Саксена, заголовки новин будуються за принципом 5Ws (who, what, where, when, why) і H (how), що дозволяє сформулювати основні питання та відповіді, роблячи заголовок максимально інформативним і привабливим для читача.

Заголовок новинного тексту відіграє ключову роль у привертанні уваги читачів і структуризації інформації, яка подається далі в основному тексті. Важливість заголовків у новинних текстах не можна переоцінити, оскільки саме вони забезпечують перший контакт із текстом і створюють перше враження про його зміст.

Переклад заголовків потребує не лише мовної точності, а й урахування функціонально-стилістичних параметрів оригіналу, зокрема структури, темпоральності та інформаційної насиченості. Успішний переклад заголовків забезпечує збереження ключових комунікативних функцій новинного тексту та сприяє ефективному сприйняттю інформації в медійному просторі.

У контексті перекладу особливо важливо не лише передати зміст, а й зберегти стилістичну форму, яка відповідає жанровим вимогам новинного дискурсу. Тому перекладачі мають орієнтуватися не тільки на мовну відповідність, а й на функціональну адекватність, аби зберегти інформативну цінність заголовка та його вплив на читача. Успішний переклад заголовків таким чином стає не просто мовною трансформацією, а й адаптацією тексту до очікувань цільової аудиторії в рамках інформаційного простору. (Шевченко, 2007, ст. 52).

Корпус матеріалу спостереження нашого дослідження складають 137 речень заголовків у новинних текстах, відібраних у результаті суцільного



обстеження 171 новинного тексту, поданих на сайті новин «Українська правда» та Mind.ua. 146 речень було проаналізовано на предмет перекладу стилістичних особливостей заголовків.

Найчисельнішими випадками є компресія, активний стан дієслова та використання цифр і аббревіатур (по 9 одиниць). Наприклад: *Railway blown up in Russia's Ulyanovsk – Ukrainian intelligence* - В російському Ульяновську підірвали залізницю – ГУР (**компресія**), *German opposition supports deployment of German peacekeepers in Ukraine* - В опозиційній партії Німеччини виступили за німецьких миротворців в Україні (**використання активного стану дієслова**), *Over 1,300 UAVs and 200 cruise missiles: Kyiv authorities summarise Russian attacks* - Понад 1300 БПЛА і понад 200 крилатих ракет – у КМВА підбили підсумки російських атак за рік (**використання цифр та аббревіатур**). (Українська правда).

Менш чисельними є мінімалізм у прикметниках та уникнення зайвих елементів (8 та 7 одиниць відповідно). Наприклад: *Finnish court upholds detention of shadow fleet tanker* - Фінський суд підтримав затримання танкера "тіньового флоту", що пошкодив кабелі (**мінімалізм у прикметниках**), *Peacekeepers in Ukraine and tough stance on NATO: Zelenskyu's Brussels talks* - Від миротворців з США до газу, НАТО і матюків: все про переговори Зеленського у Брюсселі (**уникнення зайвих елементів**). (Українська правда).

Висновки. Проведене дослідження підтверджує важливість заголовків як ключового елемента новинного повідомлення в сучасних медіа. Заголовки виконують не лише функцію інформаційного орієнтира для читача, а й виступають ефективним інструментом комунікації, спрямованим на залучення уваги, передачу головного змісту та забезпечення швидкої навігації в потоці новин.

ЛІТЕРАТУРА

Newmark, P. (1988). *A Textbook of Translation*. Prentice Hall.



Baker, M. (2018). *In Other Words: A Coursebook on Translation* (3rd ed.). Routledge.

Batchelor, K. (2018). *Translation and Paratexts*. Routledge.

Torres-Simón, E. (2016). *Translation and Reception: The Role of Paratexts in the Reception of Translated Literature*. In: *New Voices in Translation Studies*, 14, 1–15.

Кияк, Т. Р. (2003). *Основи рекламознавства*. Київ: Центр навчальної літератури.

Шевченко, І. В. (2007). Структурно-семантичні і прагматичні особливості англomовних газетних заголовків та їх відтворення українською мовою. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Романо-германська філологія*, (65), 112–116.

Українська правда - <https://www.pravda.com.ua/>

Грищенко А.О.

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Тарнавська М.М.

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

FILM DUBBING AND TRANSLATIONAL SHIFTS: CHALLENGES OF ADAPTING CULTURAL EXPRESSIONS

Dubbing is one of the most complex forms of film translation, requiring both linguistic and cultural adaptation. Its goal is to produce natural speech that reflects the original characters' tone and style, with particular care given to slang, colloquialisms, and offensive language. Effective dubbing involves lexical and grammatical transformations and must synchronize translated speech with lip movements and character actions. Since the source language is fully replaced, it makes the content



accessible to audiences unfamiliar with the original language (Пустосвіт, 2019, с. 257). Translators must also consider non-verbal elements like gestures, tone, and background sounds to ensure coherence.

Dubbing is a type of audiovisual translation where the original soundtrack of the audiovisual product is completely replaced with a version in the target language (Diaz-Cintas, 2008, с.176).

Film translation methods vary based on their focus – some target individual words, while others adapt broader content. The chosen approach depends on whether the source language element is culturally specific, emotionally loaded, or needs regional adaptation.

Through her works, Slavova distinguishes between two core strategies used in film translation: domestication and foreignization. (Славова, 2019, с. 168–169). Domestication involves adapting the content to fit the cultural and stylistic norms of the target audience while preserving the original meaning. This often means moving away from literal translation to localize the dialogue.

- 1) *Yeah? Thumbsup? – О, пучком?*
- 2) *Rock ‘n’ roll – Все топчик*
- 3) *Prayer hands emoji. – Смайлик-молитвочка.*

These examples illustrate the domestication strategy in action. In the first case, “thumbs up” – a simple sign of approval – was translated using a colloquial and culturally appropriate expression. A literal version like «Усе добре?» would have missed the speaker’s informal tone. Likewise, “rock ‘n’ roll” was adapted to reflect excitement rather than its musical meaning. Lastly, “prayer hands emoji” was localized with an ironic touch, using a familiar cultural phrase instead of a direct description.

Foreignization is commonly used when preserving the imagery or tone of the original is challenging, especially with culture-specific terms. When adaptation isn't feasible, translators often turn to descriptive translation to maintain the original meaning and style.

- 1) *It’s like Mr. Potato Head. – Наче пластиліном наклецяно.*



In this case, the original references “Mr. Potato Head”, a toy familiar to American audiences. Since the concept isn’t commonly known among Ukrainian viewers, the name was omitted in favor of a descriptive phrase with a slightly humorous twist to compensate for the lack of a direct equivalent.

Another approach used in dubbing involves register shifts and lexical neutralization. Neutralization refers to reducing stylistic intensity in translation, often smoothing out rhetorical features or downplaying emotional content or social distinctions between characters (Arhire, 2019, с. 255–259).

- 1) *Your accident... freaky little fall.* – *Я про те падіння.*
- 2) *I can hit the rock better now.* – *Тепер я краще б’юся.*

In the first example, “freaky” is neutralized or omitted, likely due to time constraints or to avoid excessive expressiveness. The second example also neutralizes the idiom, replacing it with a phrase that conveys the core meaning.

Lowering the register replaces formal language with more expressive, informal terms (Пустосвіт, 2019, с. 255–259). This technique adds humor, strengthens the scene, or emphasizes emotions, as shown in the examples below:

- 1) *He looks a lot like the guy I saw at the hotel.* – *Дуже схожий на дохляка у готелі.*
- 2) *And you’re right, it’s total cliché.* – *Ти була права, це зашкварне кліше.*
- 3) *Let me guess too much face.* – *Дай здогадаюсь, забагато морди?*

Elevating the register, on the other hand, involves replacing casual or slang language with more formal, literary, or culturally loaded expressions, lending the dialogue more authority or sophistication (Павлик, 2020, с. 191–196.).

- 1) *It’s dreamy.* – *Як у Аполлона.*

The original uses a neutral expression, while the translation alludes to Greek mythology, referencing Apollo to add a poetic touch.

Inclusion or omission of culture-specific vocabulary helps adapt cultural context, making the translation more natural and reducing confusion. Humor, wordplay, and cultural allusions may require compensatory strategies like dialect adaptation, cultural substitution, or creating new jokes.



- 1) *You need to be smashing burning Kawasaki through panes of glass. – Tu зараз маєш промчати на швидкісному байку крізь вогняну стіну.*
- 2) *I mean, it looks like frickin' Burning Man. – Тут бляха спека як у неклі.*

Kawasaki, the Japanese motorcycle brand, is omitted in the translation as the reference might not be recognized. Instead, «швидкісний байк» is used to preserve the idea. In the second example, the reference to Burning Man, a festival known for self-expression and a giant effigy, is replaced with a heat metaphor in the translation, as the concept may not resonate with Ukrainian viewers. However, this sacrifices the cultural richness of the original metaphor.

ЛІТЕРАТУРА

Павлик О. Б. (2020). Актуальні питання гуманітарних наук: Міжвузовий збірник наукових праць молодих вчених. Дрогобич: Дрогобицький державний педагогічний університет ім. Івана Франка, Вип. 31. С. 191–196.

Пустосвіт Ю. Ю. (2019). Аудіовізуальний переклад та його види. Актуальні проблеми сучасного дискурсу в теоретичній та прикладній лінгвістиці: Матеріали IV Регіональної науково-практичної конференції. Полтава: Полтавський інститут економіки і права, С. 255–259.

Славова Л. Л, Борисенко Н. Д. (2019). Одомашнення та очуження як основні прийоми дублювання у кіноперекладі. Тези I Міжнародної науково-практичної конференції державного педагогічного університету імені Григорія Сковороди. Переяслав-Хмельницький, С. 168–169.

Arhire, M. (2020). Explicitation, simplification and neutralisation in the translation of reference. *Journal of Linguistic and Intercultural Education*. JoLIE. 13. pp. 29–43.

Diaz-Cintas J. (2008). *The Didactics of Audiovisual Translation*: John Benjamins Publishing. Amsterdam, 263 p.



Гльїна О.Д.

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, ст. викл. Головенко К.В.

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕВФЕМІЗМІВ В АНГЛОМОВНИХ ЗМІ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Постановка проблеми в загальному вигляді. Евфемізми виконують важливу роль у мовленні, оскільки допомагають уникати прямих або потенційно образливих висловлювань, забезпечуючи коректність і дипломатичність комунікації. У ЗМІ вони часто використовуються для пом'якшення змісту, створення певного емоційного забарвлення повідомлень або навіть маніпуляції громадською думкою.

Переклад евфемізмів становить окрему проблему, оскільки вони відображають культурні та соціальні особливості мови-джерела. Відтак ефективний переклад вимагає не лише лінгвістичної адаптації, а й збереження прагматичного значення вислову відповідно до українського мовного й культурного контексту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Евфемізм як багатогранне мовне явище завжди був об'єктом дослідження численних лінгвістів. Його розглядали О. В. Бабенко, Т. В. Бойко, О. А. Горбачова, К. В. Попова, О. О. Тараненко, Є. В. Туліна та ін.

Мета дослідження полягає в аналізі функціональних особливостей евфемізмів та встановлення способів їх перекладу з англійської мови українською.

Виклад основного матеріалу. У лінгвістиці існує багато визначень евфемізмів, які відображають їхні функції. Наприклад, О. О. Тараненко дає таке



визначення: «Евфемізм – слово або вислів, троп, що вживається для непрямого, прихованого, зокрема пом’якшеного, ввічливого, позначення певних предметів, явищ, дій замість прямої їх назви (вже наявної при перейменуванні або логічно найбільш умотивованої при первинному найменуванні)» (Тараненко, 2004, с. 168–169).

Як зазначають К. Аллан і К. Барридж, евфемізми слугують заміною заборонених висловлювань, дозволяючи зберегти власну репутацію та уникнути образи слухача чи аудиторії (Allan, Burrige, 1991, с. 243–245). Це яскраво прослідковується у новинних текстах, адже їхні автори часто замінюють грубі або нетактовні слова на нейтральну лексику, що відповідає нормам ввічливості та соціальним очікуванням (Зернецька, 2005, с. 46–63).

Переклад евфемізмів є складним завданням, оскільки вимагає не лише лінгвістичної точності, а й збереження стилістичних, культурних та емоційних особливостей вихідного тексту. Перекладач повинен максимально точно відтворити дане мовне явище відповідними виразами, щоб зберегти задум автора та забезпечити коректне сприйняття тексту читачем.

До того ж, як зазначають лінгвісти, переклад – це не просто передача змісту з однієї мови іншою, а це й також перенесення інформації з однієї культури в іншу. Це особливо важливо при перекладі евфемізмів, оскільки в різних мовах вони можуть мати різну частотність використання, соціальну функцію та рівень прийнятності (Бойко, 2006, с. 19–20)

Згідно з Н. К. Гарбовським, при перекладі евфемізмів перекладач має пройти два основні етапи: **декодування** (аналіз евфемістичної одиниці для розкриття її справжнього значення) та **реконструкцію** (пошук найточнішого відповідника в мові перекладу) (Гарбовський, 2004, с. 540–544)

Наразі існує безліч класифікацій перекладацьких перетворень, запропонованих різними дослідниками, кожна з яких має свої особливості та підходи до аналізу перекладу евфемізмів, залежно від поставлених цілей і завдань. У нашій роботі ми орієнтувались на концепцію, в якій виокремлюються наступні способи перекладу евфемізмів: метод підбору еквівалентів, описовий



переклад, метод додавання, конкретизація, генералізація, калькування, транскодування (Тараненко, 2004, с. 168–169)

Аналіз 155 прикладів перекладу евфемізмів у англомовних новинних текстах онлайн-видання «European Pravda» показав, що вибір між різними перекладацькими стратегіями залежить від контексту.

Найпоширенішим способом перекладу евфемізмів виявився підбір прямого еквівалента (92 випадки), що свідчить про наявність усталених відповідників в українській мові, наприклад: *...came precisely from this fear of freedom and its **contagion***. – *Саме цей страх перед вільнодумством та його "заразністю" стояв за ризикованим рішенням...* (European Pravda, 2024).

Другою за частотою є конкретизація (20 випадків), що використовується для точнішого розкриття значення загальних евфемізмів, наприклад: *Georgia is definitely **going backwards***. – *Грузія однозначно рухається геть від ЄС* (European Pravda, 2024).

Значно менше було виявлено прикладів застосування калькування (14 одиниць), тобто дослівного перекладу, коли структура та лексичні одиниці вихідної мови зберігаються в перекладі майже без змін, наприклад: *"We have **red lines** too, and nobody ever asks about those."* – *"У нас теж є свої червоні лінії, про них ніхто не питає"* (European Pravda, 2024).

Наступний за кількістю прикладів є метод опущення, який полягає в тому, що частина інформації в оригінальному тексті опускається під час перекладу (10 одиниць). До прикладу: *Because if Ukraine were **to fall to Putin**, it would be a disaster for the whole world*. – *Бо якби Україна **впала**, це мало б катастрофічні наслідки для всього світу* (European Pravda, 2024).

Ще меншим за чисельністю прикладів способом перекладу стало додавання – 8 одиниць, наприклад: *The **belligerent autocratic state** was making a comeback...* – *Войовнича автократична держава – Росія – знову входила в гру* (European Pravda, 2024).

Також було виявлено приклади застосування прийому генералізації, який полягає в тому, щоб замінити специфічний термін або вираз більш загальним,



менш конкретизованим поняттям (5 одиниць): *We will hear some voices, which might be reserved towards Ukrainian membership, even after the war.* – Бо повірте, навіть після завершення війни будуть ті, хто матиме застереження щодо членства України (European Pravda, 2024).

Найменш поширеним було транскодування (3 випадки), оскільки воно не завжди дозволяє зберегти стилістичний ефект, наприклад: ... *I quickly learned that this is not a country for **blah blah** or courtesy visits.* – ... то дуже швидко засвоїв, що вашій країні не потрібні візити ввічливості і різне "бла-бла-бла" (European Pravda, 2024).

Висновки. Результати дослідження демонструють, що переклад евфемізмів є багатограним процесом, який поєднує лінгвістичні, культурні та комунікативні аспекти. Успіх такого перекладу передбачає високий рівень володіння перекладачем мовою оригіналу, знання ним культурних реалій та здатність адаптувати зміст таким чином, щоб зберегти функціональне й емоційне навантаження, притаманне вихідному тексту.

ЛІТЕРАТУРА

Бойко Т. В. (2006). *Евфемія та дисфемія в газетному тексті*: автореф. дис. Харків, 19–20.

Гарбовський Н. К. (2004). *Теорія перекладу*. Київ, 540–544.

Зернецька О. В. (2005). *Політична комунікація та політичні ефекти новин // Новини VS. Новини. Виборча кампанія в новинних телепрограмах*. Київ: ЦВП, 46–63.

Тараненко О. О. (2004). *Евфемізм*. К.: Вид-во «Укр. енцикл.» ім. М. Бажана, 168–169.

Allan K., Burrige K. (1991). *Euphemism and Dysphemism: Language Used as Shield and Weapon*. Oxford: Oxford University Press, 243–245.

European Pravda. (2024). URL: <https://www.eurointegration.com.ua/>



Костишин О.Я.

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: ст. викладач Дмитрошкін Д.Е.

Хмельницький національний університет

(м. Хмельницький)

ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ КОКНІ ТА ЙОРКШИРСЬКОГО ДІАЛЕКТУ В ПЕРЕКЛАДІ

Кокні – це традиційний діалект англійської мови, який історично використовувався робітничим класом у східній частині Лондона (Іст-Енді). Він характеризується унікальною вимовою, своєрідним сленгом, а також використанням римованого сленгу (rhyming slang), де слова замінюються фразами, що римуються з ними. Наприклад, замість "stairs" (сходи) можуть сказати "apples and pears". Діалект кокні тісно пов'язаний з культурою та ідентичністю Іст-Енду і є важливою частиною лондонської історії.

Йоркширський діалект – це група діалектів англійської мови, якими розмовляють у Йоркширі, графстві на півночі Англії. Цей діалект має багату історію та унікальні особливості, що відрізняють його від стандартної англійської мови. Йоркширський діалект має коріння в давньоанглійській мові, а також зазнав впливу скандинавських мов через вторгнення вікінгів.

Переклад діалектів – це складне завдання, яке вимагає від перекладача не лише знання мови, але й глибокого розуміння культури, історії та соціального контексту, з якого походить діалект. Існує чимало тактик перекладу діалектичного мовлення (Гордієнко, 2021). Такий переклад – це не лише лінгвістичне, але й культурне завдання, яке вимагає від перекладача творчого підходу та глибокого розуміння мови та культури.

Розглянемо декілька прикладів та власний переклад речень, що містять йоркширський діалект та кокні:



- 1) The *cozzers* showed up at the *rub-a-dub* just as we were finishing our *grub*—*bloody* typical!

Мусора приперлись у *пивнушку* якраз тоді, як ми доїдали *жратву*— ну *бляха* чисті копи!

«*Cozzers*» це словоскладання від *constable*+ *rozzers*, у ті роки коли кокні набував своєї стандартної форми люди з робочих і кримінальних меншин намагалися створити свою незрозумілу для закону мову. Поліція мала негативний вплив і значення для тодішнього соціуму, тому носії кокні називали їх певним образливим і негативним словом. «*Мусора*» в українській мові це суржик з російським походженням який набув негативного характеру у злочинних угруповань, саме тому краще перекладати з тим самим значенням.

Теж саме із «*rub-a-dub*», яке по своїй етимології має рифму до слова *rub*, що можливо як і решта слів вживалося для прикриття. В українській мові немає прямого аналога, проте можна передавати з власним жаргоном, або ж як у прикладі «*пивнушка*», але це лише зберігає функцію жаргону. За етимологією «*grub*» пов'язане із словом «*гробак*», якого їли птахи, у сучасності це значення залишилося, але було взяте за основу для діалекту. На українську мову можна передати як еквівалент – заморити черв'яка, але для скорочення можна перекладати меншими відповідниками як «*жратва*», що більше передає значення жаргону.

«*Bloody*» і «*бляха*» – це мають м'ягше значення лайки, тому у перекладі їх можна вважати прямими відповідниками.

- 2) I told him it'd cost a *grant* to fix the *bog*, but he didn't believe me until it flooded the whole flat!

Я йому казав, щоце цілу *штуку* коштує, щоб *параши* полагодити, а він не повірив, поки всю хату не залило!

«*Grant*» – використовується в Америці і у Великій Британії для позначення тисячі доларів чи фунтів, походить від імені американського президента Улісса Гранта, який зображується на грошовій купюрі. Тож перекладаємо сленгом.



«*Bog*», якщо перекладати дослівно означає «болото», тобто щось брудне і огидне. В перекладі варто зберегти негативне значення, використовуючи суржик.

- 3) Our Sandra next door, bless her heart, must've had a *reyt mare* of a day. Here I was, just putting the kettle on for a *brew*, when I bumped into her down by the *ginnel*. *Ey up*, I says, fancy seeing you here! But she weren't exactly her usual *chipper* self. Proper *mardy*, she was, like someone nicked her favourite mug or *summat*.

У нашої сусідоньки Сандри, дай їй Боже здоров'я, напевне день був теж *не цукор*. Я саме ставив котелок на *чайок*, коли втрів її в *провулку*. *Як сама!*, питаю, - дивно тебе тут видіти! Але вона не була на своєму звичному *позиміві*. Я б навіть сказав *опасна*, ніби в англійця кружку чаю забрали чи *щось* таке.

У першому реченні коли носій використовує «*reytmare*» можна використовувати українську метафору, щоб швидше зрозуміти і додати різноманіття в мові перекладу, оскільки носій йоркширського діалекту також використовує скорочену форму виразу. У другому реченні слово «*brew*» буквально з діалекту перекладається як «чашка чаю» проте у цьому випадку також як і в попередньому можна використати скорочену і зменшено-пестливу форму «*чайок*», це не є діалектним аналогом проте передає туж саму функцію. Слово «*ginnel*» також можна передати не діалектом, а суржигом, який показує висміювання у цьому контексті. «*Eyup*», як і у джерельній мові краще перекладати також у скороченому вигляді, використовуючи український сленговий аналог. «*Chipper*» і «*mardy*» таким же чином для підсилення і висміювання можна перекладати суржигом. В останньому реченні «*summat*» це скороченні від стандартного «*something*», тож в українській мові замість того щоб вимовляти вірно граматичне «щось», краще перекласти як «шось», яке для деяких українців легше вимовляється під час розмови.

- 4) Nowt like a good cuppa to chase the blues away, I thought, so I invited her in. *Ecky thump!* You wouldn't believe it, but the milk had gone off completely. Canyoucreditit?



Я подумав, чи не має нічого кращого за бадью чаю, для підняття духу, тож запросив її до себе. **Шляк би мене трафив!** Ви не повірите, але молоко втікло. Ви можете **представити** таке?

«**Esky thump!**» – це розмовний вигук північноанглійського діалекту, тому рекомендується зберігати діалектну форму і у перекладі. В українській мові вигук або лайка «**Шляк би когось трафив**» як і в джерельній мові у контексті виражає сильне здивування. Кінцеве речення з виразом «Can you credit it?» відображає сленгову форму слова «believe», в українській мові навряд чи є потрібний еквівалент, тож знову ж таке переклад здійснюється суржиком – «**представити**».

5) Anyway, I'm off to get a brew. Fancy one? Nay? Right, I'll **tek** one for myself then

Короче, я йду на чайок, Хоч зі мною? Не? Гаразд тоді я тільки собі **хапну**.

«**Тек**» як інші слова зазначено раніше скорочений варіантом сленгом – тож у перекладі теж бажано використовувати сленгові аналоги як слово «**хапну**».

Тож з усього вище сказаного можна зробити висновок, що з усіх проаналізованих прикладів кокні та йоркширського діалекту, варто відтворювати емотивний компонент кожного слова. У мові перекладу сленг необхідно передавати сленгом, діалект - діалектом, і у деяких випадках можна використовувати суржик для прикладу висміювання чи неграмотності того чи іншого соціуму. Якщо ж у мові перекладу зробити це неможливо, варто перекладати дослівно.

ЛІТЕРАТУРА

Гордієнко Н.М., Михайленко А.В. Особливості відтворення соціальних діалектизмів у перекладі (на матеріалі українського перекладу п'єси Джорджа Бернарда «Пігмаліон»). Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2021. №47. Том 3. С. 102-105



Дичка Н.І., Гордієнко Н.М. Особливості відтворення діалектизмів у перекладі (на матеріалі українського перекладу новели Н. Патерсона “Scotch Settlement”). Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2018. №36. Том 2. С. 131-133

Колесник О.О.

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

*Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. **Тарнавська М. М.***

*Центральноукраїнський державний
університет імені Володимира Винниченка*

(м. Кропивницький)

DIFFICULTIES IN TRANSLATING SOCIAL AND POLITICAL VOCABULARY IN BLOGS AND SOCIAL MEDIA PROFILES

Social media are now vital for communication, self-expression, branding, and information sharing. With digital advancements, blogging is key to the information landscape, and social media effectively engage audiences. This fuels a growing demand for quality content translation across languages. Translating blogs and social media profiles is intricate, demanding consideration of cultural nuances and text style. Beyond conveying content, adaptation to another language while preserving emotional impact is crucial. Despite existing theories, adapting content to linguistic and cultural specifics remains a relevant area needing further analysis, particularly regarding translation transformations for accurately conveying online text nuances.

Leading researchers focus on digital content translation. Mona Baker highlights the importance of pragmatic equivalence. Jean-Marie Locarte analyzes cultural aspects, stressing the need for target audience adaptation. Antonio Gambier explores media translation, emphasizing the translator's role in transforming digital content globally. These experts underscore the significance of translation transformations for effectively conveying the content and form of online texts.



The purpose of the article is to identify and characterize the lexical features of the translation of blogs and social media profiles, as well as to determine the translation transformations used to adapt them.

Translating blogs, social media profiles, websites, and other online resources is a complex process that demands linguistic, technical, cultural, and marketing awareness. In a globalized world, high-quality translation of web content is crucial for entering the international market and engaging the audience (Jur Klee Translation Agency).

For translation, it is important to consider both linguistic and extralinguistic elements. *For example:*

- Syntax: short, simple sentences, frequent use of exclamatory and rhetorical questions.
- Orthography: intentional misspellings of words, an excess of punctuation marks for emotionality.
- Internet slang: abbreviations (e.g., LOL, BRB), memes, hashtags, specific vocabulary («slay», «retweet»). Slang adds expressiveness but may be incomprehensible or inappropriate in a formal context.
- Emoji: symbols that convey emotions, clarify the tone of messages, increase engagement, and shorten text (Artificial Intelligence, 2024).
- Graphics: the use of images, GIFs, and videos to illustrate thoughts and emotions.
- Style: ranging from formal to colloquial, depending on the topic and target audience.

Analyzing the source text and the translated text, we determined that the materials we selected belong to the journalistic and official-business styles of language. Furthermore, the texts selected from the news blog «Українська правда» can be classified as purely journalistic, while the posts found on Facebook and X pages exhibit characteristics of both aforementioned styles. This can be confirmed by the presence in the texts of:



- socio-political vocabulary (уряд, демократія, нацбезпека, перемовини);
- evaluative vocabulary (особливий, найкращий, важливий, надійний);
- emotionally charged vocabulary (безплідний, вирішальний, пишатися);
- commonly used vocabulary (крок, книга, завдання, виставка, дім);
- terminology (закон, право, цивільний кодекс, сенатор, диктатор);
- clericalisms (на порядку денному, проводити аналіз, підписання угоди);
- abstract nouns (постачання, забезпечення, виробництво, підтримка);
- neutral vocabulary (союзник, кодекс, регіон, народ, науковець);
- and others.

This allows us to understand that when translating the content of blogs and profiles, the translator must pay close attention to the vocabulary used in each specific text, as it plays a significant role in creating the image of a company, organization, or even an individual, as well as their attitude towards readers and beyond.

The materials we selected share a common theme; therefore, a considerable amount of socio-political terminology was used in the texts. In the selected texts, we counted 184 terms.

The most common methods of translating terms used in the translation of current blogs and social media profiles are calquing (31.52%), equivalent translation (29.35%), and transcoding (26.63%). The use of the first can be explained by the fact that this method is often used to translate new words and terms, and in our texts, the majority of words are of foreign origin. The use of equivalent translation depends on the context in which a particular term is used. In turn, transcoding is often applied to translate terms that have similar sounds or spellings in different languages.

At the same level as the use of various translation methods when working on the transfer of terminological units into another language, translators also resorted to the use of translation transformations, namely: generalization, specification, and



permutation. Moreover, a significant portion of the terms was rendered as a direct equivalent (163 words).

Overall, the recourse to various lexical transformations in translation is based on the intention to achieve a high-quality translation in accordance with the norms of the target language.

Thus, the translation of blog and social media profile content is becoming increasingly relevant due to the development of digital platforms and the need for international communication. This process is complex and requires consideration of stylistic differences: blogs are usually analytical, while social media are dynamic and concise. The translation of vocabulary, particularly socio-political vocabulary, is carried out through transcoding, contextual substitutions, equivalents, and calquing. It is also important to correctly adapt emojis and graphic elements, which may have different meanings in different cultures. The localization of interfaces affects user convenience and trust. Effective translation requires not only the transfer of content but also adaptation to the cultural specifics of the audience. Further research in this area is important as the language of the internet is constantly changing.

ЛІТЕРАТУРА

Дем'янов В. (2023). Локалізація сайту: особливості перекладу. Бюро перекладів Technolex Translation Studio.

Карабан В. (2004). Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця. Нова книга, 576 с.

Особливості перекладу сайтів та інтернет-ресурсів. Бюро перекладів “Jur Klee”. Режим доступу: <https://translate.jurklee.ua/uk/osoblivosti-perekladu-sajtiv-ta-internet-resursiv/>

Сологуб Д. (2024). Блог – що це таке і чому варто його вести? Агенція копірайтингу Content Writer. Режим доступу: <https://contentwriter.com.ua/bloh-shcho-take/>



Що таке блог та навіщо він потрібен? Український WordPress. Режим доступу: <https://wordpress.co.ua/stvoryty-blog-na-wordpress/1-what-is-blog-is-it-usefull>

Artificial Intelligence. Що таке емодзі у соціальних мережах: значення і використання. (Михайло). (2024). Режим доступу: <https://ai.if.ua/blog/technology/shho-take-emoji-u-sotsialnyh-merezhah-znachennya-i-vykorystannya>

Рева Я.Д.

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Тарнавська М.М.

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

SUBTITLING APPROACHES IN DIFFERENT STANDARDS SYSTEMS

Subtitling is a condensed translation of a film's dialogue that conveys the main content and accompanies the visual sequence in textual form, usually at the bottom of the screen. This type of translation comes with specific constraints that the translator must consider: spatial and temporal parameters such as the number of lines and characters, text placement, font and style, subtitle duration, and the speed of display optimized for readability (Дьоміна, 2021, с. 45). Creating subtitles is a complex task both semantically and technically. Due to the physiological characteristics of viewer perception and technical limitations of audio and video playback, subtitling must adhere to several key requirements:

1. Subtitles are always positioned at the bottom of the screen, centered or occasionally aligned to the left.
2. Subtitles must not exceed two lines, to avoid overlapping the image.



3. Each line should contain no more than approximately 40 characters, as viewers may not be able to read more in the given time.

4. Subtitles must be synchronized with the character's speech, appearing and disappearing accordingly.

5. Emphasized words are typically italicized.

6. The translator should convey all essential information for the viewer, such as song lyrics (often omitted in dubbing) and background voices (e.g., from the street, crowd, or television) (Конкульовський, Возник, 2020, с. 645).

Some clients provide specific technical parameters for subtitle creation. Leading platforms and organizations such as Netflix, Subtitling Standards in Europe, and Channel 4 provide their own guidelines for creating subtitles.

1. Netflix

- **Duration:** 5/6 second – 7 seconds
- **Lines:** Maximum of 2
- **Text segmentation:**
 - Break lines *after punctuation, before conjunctions or prepositions.*
 - Avoid breaking lines:
 - between article and noun
 - between adjective and noun
 - between given name and surname
 - between verb and pronoun
 - between prepositional verb and preposition
 - between verb and auxiliary/reflexive/negative element
- **Text placement:** Centered
- **Punctuation:** Subtitles can be split after these marks: period (.), comma (,), semicolon (;), colon (:), exclamation mark (!), question mark (?), ellipsis (...) (Netflix, 2022).

2. Subtitling Standards in Europe



- **Duration:** 1–6 seconds
- **Lines:** Maximum of 2
- **Characters per line:** Approximately 35
- **Font color:** Pale white (not pure white)
- **Text segmentation:** Each subtitle should ideally contain a complete syntactic unit (i.e., a full sentence).
- **Text placement:** Centered
- **Punctuation:**
 - Use ellipsis {...} to indicate that a sentence continues in the next subtitle.
 - Place a period directly after the last character (no space) to signal sentence completion.
 - Use dashes at the beginning of each line in two-line subtitles for turn-taking in dialogues (Fotios Karamitroglou, 1998, c. 1–10).

3. Channel 4

- **Duration:** No precise figures specified
- **Lines:** Maximum of 2
- **Characters per line:**
 - Standard: 38
 - For hearing-impaired viewers: 42
- **Fonts and sizes:**
 - Standard: *Gill Sans*, size 28 (linear) or 32 (anamorphic), with drop shadow
 - For hearing-impaired: *Arial Narrow*, size 30 (linear) or 34 (anamorphic), no shadow
- **Text segmentation:**
 - Avoid periods or commas at the end of lines.
 - Use ellipses (...) when a sentence is interrupted or continues.
 - Minimize use of exclamation marks (CHANNEL 4, 1999, c. 1–2).



All three standards share common traits such as the limitation to two lines, rules for line segmentation, and punctuation guidelines. Key differences lie in subtitle duration (Netflix: 5/6–7 sec; Europe: 1–6 sec; Channel 4: not specified), line length (Europe: ~35 characters; Channel 4: 38–42), and font specifications. Subtitling Standards in Europe emphasize syntax, Netflix enforces stricter timing, and Channel 4 pays particular attention to accessibility.

ЛІТЕРАТУРА

Дьоміна Л.В. (2021). Особливості аудіовізуального перекладу військових фільмів. *Збірник тез доповідей підсумкової науково-практичної конференції курсантів, слухачів і студентів*: НАНГУ. Секція №4. С. 44–46. URL: <https://nangu.edu.ua/uploads/files/zbirnuk-s4.pdf#page=44>

Конкульовський В., Возник Н. (2020). Субтитрування як один з видів аудіовізуального перекладу. *Наукові записки ЦДПУ ім. Володимира Винниченка*. Сер. Філологічні науки. Вип. 187. С. 634–639. URL: https://cusu.edu.ua/images/nauk_zapiski/filology/Issue_187_FN.pdf

CHANNEL 4 subtitling guidelines for foreign-language programmes. 2 p. URL: https://www.channel4.com/media/documents/corporate/foi-docs/SG_FLP.pdf (дата звернення: 21.03.2025)

Fotios Karamitroglou. A Proposed Set of Subtitling Standards in Europe : styleguide. Manchester. 10 p. URL: <https://www.scribd.com/document/545973044/A-Proposed-Set-of-Subtitling-Standards-in-Europe> (дата звернення: 21.03.2025)

Timed Text Style Guide: General Requirements. Netflix: website. URL: <https://partnerhelp.netflixstudios.com/hc/en-us/articles/215758617-Timed-Text-Style-Guide-General-Requirements> (дата звернення: 21.03.2025)



Шевченко М.В.

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, ст. викл. Головенко К.В.

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКЛАДУ ГУМОРУ В АНГЛОМОВНОМУ КОМЕДІЙНОМУ КІНОТЕКСТІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Переклад аудіовізуального контенту вважається непростим процесом, а коли в ньому присутні елементи гумору, завдання ускладнюється ще більше. Це пояснюється тим, що не існує всеосяжної нормативної бази щодо відтворення значення з однієї мови на іншу, тим більше, коли йдеться про конкретні випадки гумору (Zabalbeascoa, 2002). Трудність перекладу гумористичного висловлювання залежить від кількох факторів, серед яких ступінь схожості між мовами оригіналу та перекладу, глибина розуміння перекладачем культурних нюансів, а також врахування цільової аудиторії і функції тексту (Chiara, 2012).

Дослідження стратегій перекладу гумору було проведено на матеріалі професійного дубльованого перекладу анімаційного серіалу «Таємниці Гравіті Фолз», створеного на замовлення українського анімаційного, розважально-пізнавального телеканала «ПЛЮСПЛЮС».

Найчастіше гумор у ньому був відтворений за допомогою стратегії **збереження жарту** – передачі гумору дослівно за допомогою еквівалентних лексичних одиниць. Це пов'язано з тим, що більшість жартів у мультфільмі мають універсальний або лише незначною мірою залежний від культури характер, що дозволяє їх *дослівний* або *наближений переклад* без втрати гумористичного ефекту. Вибір такої стратегії дозволив не лише зберегти унікальний авторський стиль та атмосферу оригіналу, але й мінімізувати ризик



втрати ключових комедійних моментів, що є критичним для мультсеріалів з відданою фанатською базою, таких як «Таємниці Гравіті Фолз».

Наступний приклад демонструє застосування *дослівного* перекладу задля збереження жарту: *Deputy Durland: A bearded witch chasing a talking pig! Sheriff Blubs: My horoscope came true.* / Дурланд: Бородань женеться за свинею, що говорить. Шериф Блбс: **Мій гороскоп справдився.** Дослівний переклад речення *Мій гороскоп справдився* зберігає зміст і комічний ефект оригіналу. Потреби адаптувати цей жарт немає, адже кепкування над астрологічними віруваннями та інтерпретацією гороскопів є типовим явищем в обох культурах.

Через відмінності англійської та української мов на лексичному, граматичному та синтаксичному рівнях багато жартів було б неправильно перекладати дослівно. Відтак застосування *наближеного* перекладу допомогло подолати цю проблему. Наведемо приклад такого підходу: *Mabel: I can't believe they let us bring a horse in here! Gideon: Well, people have a hard time saying no to me (puts feet up on table).* / Мейбл (будучи в ресторані на побаченні з Гідеоном): **Не можу повірити, що нас пустили сюди з конем.** Гідеон: **Що ж, людям важко мені відмовити** (кладає ноги на стіл). У цьому випадку проблематичним стало відтворення англійської ідіоми *to have hard time*, яка має значення важко даватись. Тому вираз було перетворено відповідно до українського слововжитку завдяки формулюванню важко відмовити, що зберігає іронічний підтекст, хоча й не є буквральним перекладом.

Рідше для відтворення гумору використовувалася стратегія **адаптації** жарту. Її застосування було зумовлено низкою лінгвістичних, культурних і прагматичних факторів, які робили буквральний або наближений переклад менш ефективним або навіть неможливим.

По-перше, мовна гра, що базується на *фонетичних каламбурах, омонімах, алітераціях, специфічних словесних конструкціях або ідіоматичних виразах* англійської мови, часто втрачає свою суть при прямому перенесенні на українську, оскільки ці механізми можуть не мати аналогів. *Stan: All right, let's*



make it... eenie, meenie, miney... (Points at Dipper) you. / Стен: Ну добре. Лічилочка. Еники, беники їли... Ту! (указує на Дінпера).

Майстерність перекладача проявилася у вдалому відтворенні традиційної англійської лічилки *eenie, meenie, miney*, де комічний ефект досягається за допомогою асонансу. Він зумів адаптувати її до українського колориту, використавши знайому малечі лічилку *еники, беники їли вареники* і зберіг ритміку та впізнаваність оригіналу.

По-друге, *слова-реалії* у структурі жартів, а саме: поняття пов'язані з американською поп-культурою, історією, кінематографом, соціальним устроєм, географічними місцями, предметами побуту, часто виявляються незнайомими для української аудиторії, що й спонукало перекладача серіалу їх повністю адаптувати. *Cut to Mystery Shack, where Stan, Dipper, Mabel and Soos are playing poker. Mabel King me! Stan: It's not fair, she doesn't even know what we're playing! Mabel: Go Fish? / Дінпер, Мейбл, Стен та Сус грають в покер. Мейбл (показуючи свої карти перемагає): Королі! Стен: Так нечесно! Вона навіть не знає в що ми граємо! Мейбл: У п'яницю?*

Адаптація *go fish* як *п'яниця* є доцільною, адже зберігає комічну ситуацію непорозуміння, викликану тим, що Мейбл не знає правил гри, в якій перемагає. В оригіналі вона плутає покер з дитячою грою «Go Fish», що є популярною в англомовних країнах, але менш відомою в Україні. Натомість, «п'яниця» – проста та широко відома карткова гра серед українських глядачів. Ця назва у перекладі органічно вписується в контекст оригінального діалогу і створює не менш сміхотворний ефект.

По-третє, особливу увагу приділено відтворенню мовної специфіки персонажів через адаптацію лексики, зокрема *архаїзмів, неологізмів і сленгу*, які є важливими складниками творення характерів героїв та гумористичного забарвлення їх реплік. *Pa: But they retaliated with this new fangled rap music! Ma: The lyrics, they were so, hateful! 90's Teens: Homework's whack, and so are rules! Tuckin' in your shirts for fools! / Па (власник крамниці про підлітків): Ми вирішили не пускати їх, і вони відплатили нам новомодною реп-музикою!*



Підлітки з 90-х років: *Крохалімні, прохамтеш! Краще їдьмо в Бангладеш!* Оригінальні рядки *Homework's whack, and so are rules! Tuckin' in your shirts for fools!* передають стереотипний протест підлітків через прості римовані вислови. В українській версії *Крохалімні, прохамтеш! Краще їдьмо в Бангладеш!* використано фонетично абсурдні слова, псевдосленг, що імітує безглуздість і бунтарський дух репу 90-х років.

Крім того, *синхронізація тексту з аудіо та відео* вимагала від перекладача творчих рішень. Йому доводилося підлаштовувати репліки під рух губ персонажів і ритм сцен. Це передбачало коригування довжини фраз, заміну слів, а іноді – навіть повне перефразування жартів.

Отже, відтворення гумору в аудіовізуальному контенті – це багатогранний процес, що вимагає від перекладача не лише лінгвістичної компетентності, але й глибокого розуміння культурних нюансів та психологічних особливостей цільової аудиторії. Оскільки універсальних методів для передачі гумору не існує, перекладачі, спираючись на свій досвід та функцію кінотексту, застосовують три стратегії: опущення, відтворення та адаптації жартів. Вибір стратегії залежить від контексту, важливості гумористичного елемента та його функції в тексті.

ЛІТЕРАТУРА

Бідасюк Н.В., Кучман І.М. (2012). Синхронний аудіовізуальний переклад: виклики професії. Т. 25 (64), № 4. Ч. 1. С. 48–52.

Chiaro, D. (2012). Translation. Humour and Literature: Translation and Humour Volume 1.

Delabastita D. (1996). The Translator: Vol. 2, Number 2: Wordplay and Translation: Essays on Punning and Translation. Manchester: St. Jerome Publishing, 240 p.

Zabalbeascoa P. (2002). Translating Humor, Special Issue of The Translator, St Jerome, Manchester.



Підхлібний С.В.

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук Стасюк Б. В.

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

КОМПЕТЕНТНОСТІ БАКАЛАВРА ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ СПЕЦІАЛЬНОСТІ В ПРОЄКЦІЇ НА ТЕСТОВЕ ЗАВДАННЯ ЛОКАЛІЗАЦІЙНОЇ СПІЛКИ «ШЛЯКБИТРАФ (SBT LOCALIZATION)»

У сучасному світі існує постійний запит на перекладачів у різних сферах, зокрема в галузі локалізації відеоігор. За дослідженням аудиторської компанії «Nielsen» в 2021 році, 63 % українців віком від 31 до 45 років грають у комп'ютерні ігри (Коршунов, 2021), через що деякі перекладацькі спілки у галузі локалізації, задача якої є адаптація продукту до культурних і мовних особливостей цільової аудиторії, що забезпечує кращу взаємодію користувачів із контентом та сприяє комерційному успіху, розглядають можливість працевлаштування студентів, які здобули перший (бакалаврський) рівень вищої освіти.

Однією із таких локалізаційних спілок в Україні є локалізаційна спілка «Шлякбитраф (SBT Localization)». На своєму веб-сайті спілка зазначає, що завжди потребують перекладачів та редакторів. Досвід у перекладі вітається, але не є обов'язковим, тому спілка вітає студентів. «Шлякбитраф» залюбки прийме вас до своєї команди якщо ви вдало пройдете тест на перевірку знань та навичок, а також пробне завдання. Першим етапом є тест на перевірку знань (Шлякбитраф, 2025).

Тест складається з 31 питання різного типу. Ми поділили питання на 3 тематичні блоки: Питання на знання української мови, що включають такі галузі української мови як орфографія, пунктуація, лексикологія. Питання, що



стосуються перекладацької діяльності, які включають переклад слів та ідіом, переклад власних назв та стилістику. Та локалізаційні питання, які концентрувалися на т. зв. *плейсхолдерах* – «описі або прикладі необхідної інформації, яка замінюється текстом, надрукованим користувачем» (*Докладний посібник, 2023*).

У закладах вищої освіти студенти спеціальності 035 Філологія (з 2025 р. – В11 Філологія) навчаються за освітнім стандартом (*Наказ, 2019*), який передбачає, що по закінченню навчання студент матиме певний набір навичок та умінь, які підготують студентів до виконання професійних завдань та полегшать їх виконання. Також для аналізу ми використали освітньо-професійну програму за спеціалізацією 035.10 Прикладна лінгвістика та програмні результати навчання на цій спеціальності (*Освітня програма, 2024*). Розберемо на прикладах, які спеціальні компетентності та результати навчання випускника допоможуть при проходженні тесту до локалізаційної спілки «Шлякбитраф».

Перший блок, який ми розглянули був блок питань на знання української мови. Спеціальна компетентність студента «Здатність використовувати в професійній діяльності знання про мову як особливу знакову систему, її природу, функції, рівні.» та програмний результат навчання «Ідентифікувати, класифікувати і аналізувати мовні одиниці різних мовних рівнів (фонетичного, морфологічного, синтаксичного, лексичного, стилістичного), визначати їх взаємодію та характеризувати мовні явища і процеси, що їх зумовлюють.» повністю направлені на полегшення виконання питань цього блоку, такі як «Виберіть, у якому рядку всі слова написані правильно», «Виберіть, у якому рядку правильна пунктуація» та «У якому рядку немає помилки?». Тобто знання української мови на високому рівні допоможуть при складанні іспиту та відповіді на питання цього тематичного блоку.

Щодо компетентностей, які матиме студент по закінченню навчання, що допоможуть при відповіді на питання другого блоку, блоку перекладацьких питань, освітній стандарт має більше інформації. Зокрема зазначається:



«Здатність до збирання й аналізу, систематизації та інтерпретації мовних, літературних, фольклорних фактів, інтерпретації та перекладу тексту», «Усвідомлення засад і технологій створення текстів різних жанрів і стилів державною та іноземною (іноземними) мовами» та «Здатність здійснювати лінгвістичний, літературознавчий та спеціальний філологічний аналіз текстів різних стилів і жанрів». Наявність вище перерахованих компетентностей та результатів навчання «Знати принципи, технології і прийоми створення усних і письмових текстів різних жанрів і стилів державною та іноземними (англійською) мовами і вміти їх застосовувати у професійній діяльності» у бакалавра прямо допоможе при відповіді на питання цього блоку, такі як: «У якому рядку правильно перекладено всі терміни», «Виберіть стилістично правильний переклад» та «Виберіть, у якому рядку правильно транслітеровано всі топоніми (фентезі)».

Коли ми перейшли до аналізу питань третього блоку, локалізаційних питань, ми побачили що ні в стандарті вищої освіти України спеціальності 035 Філологія, ні в Освітньо-професійній програмі спеціальності 035.10 Прикладна лінгвістика, немає прямо вказаних компетентностей чи програмних результатів навчання які б допомогли студенту при перекладі локалізаційних питань, а саме плейсхолдерів, таких як: «Виберіть найоптимальніший переклад речення «Throw a bomb that causes {status} to a single target. Less effective against {enem}», де {status} — назва ефекту, а {enem} = тип ворожої істоти», «Виберіть найоптимальніший переклад речення «Takes <AMOUNT> <TYPE> damage from <DAMAGER>», де <AMOUNT> — кількість завданої шкоди, <TYPE> — тип шкоди (отрута, вогонь тощо), <DAMAGER> — назва істоти що завдає шкоди» чи «Виберіть найоптимальніший переклад речення «{0} was last seen at {1}», де замість {0} підставлятиметься ім'я чоловічого персонажа, а замість {1} — випадкова локація».

В результаті нашого аналізу, ми дійшли висновку, що на 77 % питань, що складають питання на знання української мови та питання, що стосуються



перекладацької діяльності, тесту на перевірку знань локалізаційної спілки «Шлякбитраф (SBT Localization)» студент з першим рівнем вищої освіти зможе правильно відповісти, але компетентності зазначені в стандарті вищої освіти України спеціальності 035 Філологія та результати навчання за освітньо-професійною програмою 035.10 Прикладна лінгвістика дають студенту недостатньо знань у галузі локалізації, що робить опрацювання таких питань значно важчим. Відповідно, для набуття знань і вмінь із цієї тематики покладатися можна лише на фактичне змістове наповнення нормативних та/або вибіркового освітніх компонентів ОПП, проте не стандарту спеціальності чи освітньо-професійної програми. З огляду на це, можна зробити висновок, що студент з бакалаврським ступенем не буде гарантовано підготовлений до роботи перекладачем у сфері відеоігрової локалізації. Подальшу реалізацію стандарту доцільно аналізувати на прикладі конкретних освітніх програм та/або відповідних освітніх компонентів.

ЛІТЕРАТУРА

Коршунов, С. (2021, 21 квітня.) Грає більшість, а підлітки так «вбивають час»: українців детально розпитали про відеоігри (дослідження). УНІАН.

<https://www.unian.ua/games/bilshist-ukrajinciv-graye-u-videoigri-shchob-vidklyuchitisya-vid-realnosti-igri-11326055.html>

Наказ Міністерства освіти і науки України «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 035 “Філологія” для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти» № 869 (2019, 20 червня)

<https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2021/07/28/035-Filolohiya-bakalavr.28.07-1.pdf>

Освітньо-професійна програма «Філологія (Прикладна лінгвістика) (англійська мова) і Германські мови та літератури (переклад англійська мова включно)» (протокол Вченої ради ЦДУ ім. В. Винниченка № 10) (2024, 22 квітня)



https://cusu.edu.ua/images/download-files/OP_quality-education/bakalavr/2024/%D0%BE%D0%BF_035.10_%D0%B1%D0%B5%D0%B7_%D0%B7%D0%BC%D1%96%D0%BD_24_%D1%80%D1%96%D0%BA.pdf

Редакція. (2023, 2 серпня) Докладний посібник із дизайну текстових полів і форм. UX PUB — спільнота з 10,793 дизайнерів та креативних фахівців.

<https://ux.pub/editorial/dokladnii-posibnik-iz-dizainu-tiekstovikh-poliv-i-form-4o7a>

Шлякбित्रаф. Локалізаційна спілка. Перекладач. Головна / Вакансії / Перекладач. Взято 25 квітня 2025 р. з

<https://sbt.localization.com.ua/vacancy/perekladach/>



Секція 4. Медійна комунікація

Березовська В. В.

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. наук із соц. комун., доц. Денисюк Н. С.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

(м. Луцьк)

ПОДКАСТ ЯК ЗАСІБ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ

У сучасному інформаційному просторі цифровізація медіа трансформує традиційні канали комунікації. Особливо актуальною є проблема популяризації здорового способу життя, що набуває нового звучання через аудіоформат – подкастинг. Подкасти забезпечують гнучкість подачі інформації, дозволяють адаптувати контент під конкретні запити аудиторії, сприяють невимушеній взаємодії та мотивації до змін (Нестелеєв М., 2023).

Незважаючи на стрімке зростання кількості цифрових подкастів в Україні, тема здоров'я та профілактики залишається недостатньо висвітленою. Існують проблеми, пов'язані з відсутністю структурованості контенту, невідповідним рівнем технічного виконання та обмеженою інтерактивністю з аудиторією. Така ситуація вказує на необхідність комплексного аналізу методологічних і практичних підходів до створення подкасту.

Метою нашого дослідження є розробка та впровадження авторського подкасту на тему здорового способу життя як ефективного інструменту комунікації та просвіти.



Основні завдання дослідження:

- дослідити особливості подкастингу як цифрового формату;
- проаналізувати технічні, сценарні та організаційні етапи створення подкасту;
- реалізувати запис подкасту із застосуванням методик формування контенту;
- провести оцінку результатів та сформулювати рекомендації для подальшого вдосконалення цифрового медіа-продукту.

Особливе місце в типології подкастів, запропонованій дослідниками, займає аудіоподкаст (Дмитровський О., 2015, с. 149). Саме його ми обрали для популяризації здорового способу життя.

Відзначимо такі особливості структури подкастів:

1. Вступна частина, яка часто передбачає використання вступної музики, короткий монолог чи історія, яка стосується теми, представлення теми та спікерів.
2. Тези, яких може бути декілька, залежно від тривалості подкасту та його спрямування. Кожна теза передбачає обговорення фактів, цитат чи досліджень, коментарі гостя та ведучого, критика чи підтримка тези та перехід до наступної тези.
3. Заключна частина, яка містить музику, короткі узагальнюючі коментарі для завершення шоу, підсумок ідей та подяка учасникам подкасту, в тому числі й слухачам.

Подкасти про здоров'я відрізняються за тривалістю та частотою випусків. Передачі, зосереджені на коротких порадах, можуть тривати 10-15 хвилин, а програми на основі інтерв'ю часто тривають понад годину. Більшість подкастів підтримують послідовний щотижневий графік випусків, щоб допомогти слухачам розвивати здорові звички та залишатися залученими до контенту (Burton L.).

Ще однією важливою особливістю є залучення спільноти. Подкасти про здоровий спосіб життя часто виходять за рамки аудіоконтенту та створюють



цілі екосистеми. Автори часто звертають уваги на запитання слухачів, онлайн-спільноти та часто рекламують додаткові ресурси, наприклад, плани тренувань чи посібники з харчування. Такі спільноти допомагають покращити стратегії монетизації, адже зазвичай автори подкастів співпрацюють із компаніями, що виробляють товари для здоров'я, харчові добавки та спортивне обладнання. Значна частина ведучих розробляє власні оздоровчі продукти або послуги та створює певну інтеграцію контенту та комерції.

Практична частина дослідження базувалася на поетапному створенні авторського подкасту, орієнтованого на популяризацію здорового способу життя.

Першим етапом стала аналітична підготовка: було здійснено аналіз цільової аудиторії, визначено переважну вікову категорію (18–30 років), інтереси, звички медіаспоживання.

У результаті сформовано концепцію подкасту – короткий аудіоепізод у форматі інтерв'ю, який поєднує поради від експерта з фітнесу з елементами мотиваційного контенту. З метою підвищення довіри аудиторії було обрано експерта з реальним досвідом у спортивній галузі, що дозволило уникнути поверхневого викладу та забезпечити інформативну наповненість епізоду.

На підготовчому етапі також розроблено структуру випуску: вступна частина (самопрезентація, представлення гостя), основна частина (відповіді на запитання, практичні поради), завершення (резюме, заклик до дії). Для створення сценарію застосовано методику тематичного блокування. Це забезпечує логічну послідовність та зручність орієнтації під час запису (Gray С., 2016).

Запис подкасту здійснено за допомогою смартфона з використанням зовнішнього мікрофона-петлички, що дало змогу досягти задовільної якості звуку навіть за відсутності професійного студійного обладнання. У процесі монтажу, що відбувався в програмі Audacity, було проведено чистку від фонових шумів, балансування гучності голосів, додавання музичних заставок у вступі й завершенні епізоду. Особливу увагу приділено інтонаційній виразності



мовлення, адже це сприяє збереженню емоційної залученості слухача протягом усього епізоду.

Епізод тривалістю близько 15 хвилин було опубліковано на стримінговій платформі SoundCloud, а також анонсовано через сторінки у соціальних мережах. Збір відгуків від слухачів (анкетування та коментарі в соцмережах) засвідчив позитивне сприйняття як технічної якості, так і змістового наповнення подкасту.

Результати показали, що аудиторія цінує короткий, конкретний та позитивно забарвлений контент, особливо коли він заснований на реальному досвіді та подається у діалогічній формі.

Дослідження підтвердило ефективність подкасту як інструменту впливу на медіаспоживача, здатного формувати інтерес до здорового способу життя та спонукати до дій.

ЛІТЕРАТУРА

Дмитровський, О. (2015) Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо. *Теле- та радіожурналістика*, 14. Львівський національний університет ім. Івана Франка, Львів, 149–154.

Нестелєєв, М. (2023) Подкасти в Україні: люди, цифри та проблеми. *Культура*. <https://tyzhden.ua/podkasty-v-ukraini-liudy-tsyfry-ta-problemy/>

Burton, L. (2021). *Types of Podcasts: A Look at Podcast Formats and Genres*. *MasterClass*. <https://www.masterclass.com/articles/types-of-podcasts-explained>

Gray, C. (2016). *How to Podcast: Equipment, Strategy & Skills*. The Podcast Host.



Будник О. Б.

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Шульська Н. М.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

(м. Луцьк)

ВЛАСНИЙ ДОСВІД ПРОВЕДЕННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО РОЗСЛІДУВАННЯ ДЛЯ ВИДАННЯ «СИЛА ПРАВДИ»

Розслідувальна журналістика не має єдиного визначення, і різні підходи розглядають її або як окремий жанр, або як метод роботи журналіста. Її основна мета полягає у викритті складних суспільних проблем, таких як корупція, зловживання владою або порушення законів, які раніше не були відомі або свідомо приховувалися. Журналістські розслідування охоплюють широке коло тем і вимагають застосування численних методів збору та аналізу інформації: спостереження, інтерв'ю, робота з документами, аналіз джерел (Бацюкова, Виртосу, 2013). Це дозволяє журналістам показати повну картину проблеми, а не окремий інцидент.

Тематика розслідувань широка й різноманітна. До тем, які найбільш активно розслідують журналісти в Україні, відносять публічні фінанси та державні закупівлі, приватизацію, виділення земельних ділянок, дотримання екологічного та природоохоронного, законодавства, порушення прав громадян, суспільне здоров'я, освіту, житло, комунальне господарство тощо (Бель та ін., 2013). У сучасній Україні розслідувальна журналістика залишається важливим інструментом для викриття зловживань. Так, розслідування про корупцію в оборонному секторі, опубліковане проектом «Наші гроші з Денисом Бігусом» у 2019 році, стало прикладом того, як подібні матеріали можуть вплинути на суспільну думку, хоча не завжди призводять до швидких наслідків.



Проаналізуємо власний досвід підготовки розслідувального матеріалу «Волинське бюро економбезпеки розслідує, хто завіз в Україну вінілові програвачі під виглядом гуманітарної допомоги війську» (Будник, 2023). Журналістське розслідування побудоване на основі документів суду, а також коментарів представників сторін, залучених до справи. Воно відтворює хронологію подій, що відбулися з вантажем на митному пункті «Ягодин», та розглядає питання ймовірного ухилення від сплати податків і можливу шахрайську схему з використанням фальшивих документів для митного оформлення товарів. Матеріал підготовлений шляхом таких етапів:

1. Отримання інформації із судових документів: у матеріалі використано дані з постанови Любомльського районного суду, що стали основою для викладення офіційних деталей про події та судові рішення.

2. Коментарі від зацікавлених осіб: отримали пряму інформацію від Павла Непші, директора благодійного фонду «Територія життя», якому начебто призначався вантаж. Ці коментарі дали змогу висвітлити позицію фонду та вказати на можливу шахрайську схему, що використовувала його ім'я без згоди. «Це була шахрайська схема. Ми вже дали свідчення і в суді, і в прокуратурі, і в ДБР стосовно програвачів. Там не було, навіть, ніяких наших печаток і підписів на цих документах, по яких вони заїжджали, так як вони заїжджали за гарантійним листом від військової частини. Тобто, в цьому листі було просто вказано, що вони заїжджають на наш фонд. Там, жодної печатки чи підпису нашого не було. З цією особою я не знайомий», – коментує директор благодійного фонду (Будник, 2013).

3. Аналіз юридичних аспектів: додано контекст, пояснювальні юридичні наслідки, передбачені як за адміністративне, так і за кримінальне порушення. Це забезпечило читачам зрозуміле уявлення про можливі штрафи та юридичні наслідки для учасників справи.

4. Контекст та попередні справи: посилання на раніше опубліковані матеріали про подібні випадки контрабанди на Волині надало читачам більш



широке уявлення про масштаби проблеми та підтвердило необхідність детального журналістського розслідування.

5. Судові документи: постанова Любомльського районного суду, що містить офіційні дані про інцидент, адміністративне правопорушення та рішення суду щодо долі вантажу.

6. Офіційні документи від митниці: вказано, що були знайдені експортна декларація, інвойс та інші митні документи, на підставі яких митники склали протокол про порушення митних правил.

7. Матеріали попередніх журналістських розслідувань: наприклад, згадка про аналогічний випадок контрабанди на Волині, про який раніше писали журналісти, що додає контексту і дозволяє висвітлити проблему в ширшому масштабі.

Ці джерела забезпечили надійність матеріалу, оскільки поєднали офіційну документацію, прямі коментарі і додаткові розслідувальні матеріали, що стосуються подібних випадків. Усі ці джерела в цілому формують деталізовану картину подій і дають можливість якнайточніше висвітлити суть проблеми. Такий підхід підвищує довіру до матеріалу, оскільки підтверджує інформацію з різних сторін і дозволяє читачам скласти власну думку на основі перевірених фактів.

Отже, можна підсумувати, що досвід роботи над матеріалами, такими як розслідування про ввезення вінілових програвачів під виглядом гуманітарної допомоги, демонструє складність та різноманітність завдань, з якими стикаються журналісти. Ключовими аспектами є аналіз юридичних документів, встановлення контактів із джерелами, перевірка достовірності фактів та гарантування безпеки інформаторів. Такі матеріали сприяють формуванню цілісної картини та дозволяють читачам отримати достовірну інформацію про важливі суспільні питання, що мотивує до дій та зміцнює довіру до медіа.



ЛІТЕРАТУРА

Бацюкова, С. & Виртосу, І. (2013). Розслідувальна журналістика: посібник для журналістів з активною громадянською позицією, Луганськ, 97 с.

Бель, Б., Бурмагін, О., Патора, Т. & Хоменок, О. (2013). Посібник з журналістських розслідувань. Теорія і практика. Київ, 190 с.

Будник, О. (2023). Волинське бюро економбезпеки розслідує, хто завіз в Україну вінілові програвачі під виглядом гуманітарної допомоги війську. Сила правди. <https://sylapravdy.com/volynske-byuro-ekonombezpeky-rozsliduye-hto-zaviz-v-ukrayinu-vinilovi-progravachi-pid-vyglyadom-gumanitarnoyi-dopomogy-vijsku/>

Давидюк В. О.

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Шульська Н. М.
Волинський національний університет імені Лесі Українки
(м. Луцьк)*

ІНТЕРВ'Ю ЯК ЗАСІБ РЕГІОНАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ДОСВІД СТВОРЕННЯ СЕРІЇ МАТЕРІАЛІВ ПРО ВІДОМИХ ЛУЧАН

У сучасному інформаційному просторі, де увага аудиторії розсіяна між різними форматами й каналами, жанр інтерв'ю залишається одним із найефективніших способів налагодження емоційного зв'язку між медіа та читачем (Глазова, 2013). Особливо це помітно в регіональній журналістиці, де важливу роль відіграють локальні історії, які не лише інформують, а й формують відчуття спільності та гордості за місце, у якому живеш.

Дослідження, проведене в межах роботи, зосереджене на аналізі жанрових особливостей інтерв'ю у волинських медіа та створенні авторської серії розмов із відомими особистостями Луцька. У фокусі – не лише класична



теорія жанру, а й практичний досвід підготовки, реалізації та публікації власних інтерв'ю на сторінках інтернет-видання «ВСН».

На першому етапі було вивчено типологію інтерв'ю, зокрема портретне, інформаційне й проблемне. Проаналізовано, як кожен із цих форматів працює у волинському медіапросторі – від інтерв'ю з блогеркою Катериною Венгерською до глибокої розмови з молодим художником Олександром Кондрацьким чи спортсменом Дмитром Назаруком. Вибір героїв не випадковий – це люди, які своєю діяльністю змінюють сприйняття регіону, підсилюють його культурну, спортивну чи соціальну репутацію. Особлива увага приділялася техніці побудови інтерв'ю: від ретельної підготовки запитань до створення довірливої атмосфери під час бесіди. Структура кожного матеріалу мала чіткий наративний каркас: вступ із короткою преамбулою про героя, основна частина з діалогом та висновкова – із ключовими думками. Для збереження природності текстів було використано техніку цитування живої мови героїв, що зробило інтерв'ю більш емоційно наповненими.

Основна частина роботи була присвячена створенню серії інтерв'ю з відомими лучанами для інтернет-видання «ВСН». Ми поставили собі за мету не просто взяти інтерв'ю, а створити живі, щирі розмови, які будуть цікаві та близькі звичайним читачам. Найголовніше – показати людину зсередини: її емоції, погляди, те, що її надихає чи хвилює. Для цього ми провели бесіди з людьми з різних сфер – митцем, спортсменом, блогеркою. Наприклад, у розмові з художником Олександром Кондрацьким (Мистецтво..., 2023) ми прагнули не лише дізнатися про його роботи, а й відчувати, що саме він вкладає у поняття «мистецтво». Ми багато говорили про війну, про те, як вона змінює людей і впливає на творчість, це була не просто розмова, а глибокий діалог, у якому герой відкривався крок за кроком. Так само у випадку з Дмитром Назаруком – капітаном спортивної команди, його історія участі в екстремальних змаганнях в Таїланді не залишила нас байдужими (Ми перші..., 2023). Ми постаралися передати напругу, атмосферу змагань, його емоції та те, як спорт формує силу духу.



Ще одне важливе інтерв'ю – з луцькою блогеркою Катериною Пились (Спочатку..., 2023). Тут нам було важливо показати, як змінюється ставлення до людей, які стали публічними, її досвід участі в телевізійному шоу, реакція суспільства й близьких – усе це ми намагалися подати без прикрас, але з повагою. Кожне інтерв'ю мало свою структуру: короткий вступ про героя, основна частина з діалогом, де ми залишали місце для емоцій, для особистих історій, і завершення – з головною думкою чи висновком, який можна винести з цієї розмови. Ми не намагалися бути сухо-інформативними – нам хотілося, щоб кожне інтерв'ю було схоже на довірливу бесіду.

У процесі роботи ми зрозуміли, наскільки важливо створювати атмосферу, у якій співрозмовник почуватиметься вільно. Тому ми завжди намагалися налагодити контакт, підібрати правильні слова, підтримувати щирість. Інколи доводилося коригувати запитання по ходу – щоб не перервати думку героя або навпаки – допомогти йому краще висловитися. Ці інтерв'ю стали не лише практикою, а й цінним життєвим досвідом, через призму особистих історій ми краще побачили, чим живе наше місто, які в нас люди, про що вони мріють, чого бояться і чим пишаються. Вважаємо, саме в цьому і є сила інтерв'ю – воно показує не тільки факти, а й душу людини.

ЛІТЕРАТУРА

Глазова, О. П. (2024). Інтерв'ю: жанр журналістики та вид навчальної роботи. *Методичні діалоги*. 2013. № 9. С. 1–7. <http://surl.li/tqhqr>.

«Мистецтво – це те, через що можна вплинути на людину: художник з Волині розповів про створення своїх картин. *Волинська служба новин*. <https://vsn.ua/news/mistetstvo-tse-te-cherez-scho-mozhna-vplinuti-na-lyudinu-hudozhnik-z-volini-rozpoviv-pro-stvorenniya-svoyih-kartin-30532>

[«Ми перші в історії, хто таке зробив»: волинський капітан команди розповідає, як фінішувала на затонулому човні «Дракон»](#). *Волинська служба*



новин. <https://vsn.ua/news/zbirnu-ukrayini-zatopilo-na-chempionati-svitu-z-vesluvannya-kapitan-z-volini-rozpoviv-pro-zmagannya-u-tayilandi-29441>

«Спочатку з нас сміялися, а потім все село дивилося по телевізору»: луцька блогерка розповіла про київське телешоу. *Волинська служба новин.*

<https://vsn.ua/news/spochatku-z-nas-smiyalisya-a-potim-vse-selo-divilosya-po-televizoru-lutska-bloggerka-rozpovila-pro-zakulissya-kiyivskogo-shou-23384>

Довгополюк К. Р.

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Шульська Н. М.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

(м. Луцьк)

МЕДІА ДЛЯ ДІТЕЙ В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ Й ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Засоби масової інформації для дітей є важливим елементом виховання, розвитку критичного мислення та формування світогляду. В Україні, як і в багатьох країнах, дитячі медіа займають особливе місце, оскільки діти є майбутнім суспільства. Розвиток цього сектора має чимало викликів, які заважають його повноцінному функціонуванню та адаптації до сучасних потреб молодого покоління. Усе більше дитяча аудиторія залишається без якісного українського продукту, натомість в їхнє життя все частіше приходять закордонний контент. В Україні практично немає змістового та тематично наповненого для дітей у програмах. Існує невелика кількість телеканалів та радіопрограм, що орієнтовані на дитячу аудиторію. Ті, що існують, часто повторюють старий контент або закуповують іноземні шоу. Ця ситуація погіршується через відсутність якісного українського контенту, який би враховував національні особливості, культуру та мову, що може призводити до втрати національної ідентичності у підростаючого покоління.



Однією з найбільших проблем є нестача фінансування. Багато державних та приватних медіа орієнтовані на дорослу аудиторію, у той час як дитячі проекти отримують менше уваги. Це впливає на якість контенту, його кількість та доступність для дітей різного віку. Для виробництва якісного дитячого продукту необхідні значні ресурси: від створення креативних сценаріїв до найму фахівців, що здатні формувати освітній та розважальний контент. Недостатнє фінансування дитячих ЗМІ в Україні є серйозною перешкодою для їхнього розвитку. Для подолання цієї проблеми необхідно активізувати як державну, так і приватну підтримку, а також ефективніше використовувати міжнародні ресурси. Інвестиції у створення якісного дитячого контенту – це інвестиції в майбутнє суспільства, адже медіа відіграють ключову роль у вихованні та формуванні цінностей у підростаючого покоління (Коваленко, 2020).

Сучасні діти отримують знання про життя не лише від дорослих, які їх оточують, або від власного досвіду. З дитинства вони черпають інформацію про навколишнє середовище через друковану продукцію, радіо та телебачення. Дитина взаємодіє з усіма видами масмедіа в певній мірі. Їх кількість збільшується відповідно до віку. У дошкільному віці діти пізнають світ через мультфільми. Вони вчать розрізняти погане та хороше, залучають творити добро та допомагають малечі стати частиною казкового світу. В Україні є кілька телеканалів, налаштованих винятково на дитячу аудиторію. Наприклад, “Піксель TV”, “ПлюсПлюс”, “Малятко TV” та інші. На цих каналах цілодобово транслюють програми та мультфільми для дітей. Але розвивальні програми, такі як “Корисні підказки”, “ТІВІ Абетка”, “Світ чекає на відкриття”, “Казка з татом”, транслюються на українських телеканалах від 2012, 2013 років, до того ж у період від 2:40 ночі по 6:40 ранку, а в інший ефірний час транслюються мультфільми. Це і є значною проблемою. Телеканали не створюють розвивальний “свіжий” матеріал для дітей, а показують одні й ті ж програми уже понад десяток років, тим більше у такий час, коли діти сплять. Проаналізувавши мультфільми, які транслюють канали, легко помітити, що



більшість із них закордонні, але перекладені українською мовою. Ось цим і підтверджується проблема відсутності якісного розвивального та українського контенту для дітей дошкільного й молодшого шкільного віку (Коваленко, 2020).

У віці 9–12 років діти починають більше цікавитись навколишнім світом. Їм важливо бачити передачі природничого, наукового та історичного характеру, хоча і їх дуже мало. На щастя Україна багата розвивальними книжками, енциклопедіями та журналами, які допомагають пізнавати світ. Друковані видання все більше займаються розвитком дітей через ілюстрації та книги. Важливо, що вони доносять інформацію до учнів простими та зрозумілими для них словами. Сучасні дитячі друковані медіа поділяються на кілька типів: пізнавальні (енциклопедичні та ігрові видання), розважальні (журнали та газети з кросвордами, коміксами), навчальні (освітні та релігійні), культурологічні (літературно-художні та літературно-мистецькі), а також науково-популярні (науково-технічні та науково-художні). Ідеального дитячого періодичного видання, яке б повністю відповідало потребам дитини, що зростає та виховується в незалежній Україні, враховувало б сучасні тенденції розвитку суспільства та забезпечувало «діалог» маленького читача з державою і світом, ще не створено. Проте в останні роки дитячі журнали і газети стають ближчими до своєї аудиторії та оперативніше реагують на її потреби.

Підліткам 13–17 років цікаві серіали та передачі, але їх зміст потребує кращого підходу. У цьому віці підлітки починають задумуватися про свою майбутню кар'єру та професійний шлях. Їм цікаві телепрограми, що показують різноманітні професії, надають практичні поради щодо розвитку навичок або демонструють успішні історії молодих людей, які змогли досягти своїх цілей. Підлітки переживають непростий період емоційних змін і формування самосвідомості, тому програми, що торкаються питань ментального здоров'я, соціальних проблем або особистісного розвитку, також мають високий попит (Кремень та ін., 2022). Основною проблемою для телебачення є те, що підлітки все більше орієнтуються на платформи, такі як YouTube, TikTok та Instagram (Дзьомба, 2019). Вони дивляться контент на смартфонах і планшетах, а не на



традиційному телебаченні. Це змушує телеканали конкурувати з платформами, які пропонують не лише безліч відео, а й можливість взаємодії. ЗМІ важко утримувати цю аудиторію, оскільки традиційне телебачення часто здається їм застарілим і негнучким порівняно з інтернет-платформами. Щоб залучати та утримувати підліткову аудиторію, ЗМІ повинні краще розуміти їхні інтереси, пропонувати сучасний, інтерактивний контент та адаптуватися до нових форматів, які пропонує цифрова епоха.

Отже, підсумовуємо, що медіа для дітей – це не лише освітній чи розвивальний контент, а й потужний інструмент психологічного впливу. Важливо, щоб цей контент був не тільки корисним, але й емоційно підтримував дітей, особливо в контексті сучасних викликів, таких як війна, економічні труднощі або соціальна нестабільність.

ЛІТЕРАТУРА

Дзьомба, Н. (2019). Права дитини та обов'язки журналіста: юридичне підґрунтя моральних норм журналістики про дітей. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, 3, 110–121, <http://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/vypusk-3-nomer-910-2019/prava-dytyny-ta-obovyazky-zhurnalista-yurydychne-pidgruntya>

Коваленко, А. (2020). *Дитячі ЗМІ в Україні: проблеми розвитку*. https://ird.npu.edu.ua/files/kovalenko_2.pdf

Кремень, В. Г., Сисоєва, С. О. & Бех, І. Д. та ін. (2022). *Концепція виховання дітей та молоді в цифровому просторі*. <https://doi.org/10.37472/v.naes.2022.4206>



Каленюк В. О.

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Шульська Н. М.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

(м. Луцьк)

МУЗИЧНА ТЕМАТИКА В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА

Музична журналістика не лише інформує про події, нові релізи та життя музичних виконавців, а й активно впливає на культурні смаки аудиторії, просуваючи ідеї, які знаходять відгук у слухачів і формують музичний ландшафт. У сучасну епоху стрімкого розвитку технологій, зокрема цифрових платформ, музична журналістика постійно адаптується, шукаючи нові формати для донесення контенту. Важливою інновацією в цьому процесі стали відеоподкасти, які поєднують відео- та аудіоконтент, створюючи привабливий і динамічний формат для молодіжної аудиторії. Завдяки своїм інтерактивним можливостям та доступності на численних платформах відеоподкасти можуть досягати ширшої аудиторії та залучати нових слухачів, що робить їх популярним інструментом у музичній журналістиці.

В українських медіа музична тематика дійсно зазнала значних трансформацій, що стали особливо помітними після початку повномасштабної війни, розв'язаної росією проти України. Суспільні настрої різко змінилися, що суттєво позначилося на культурному споживанні, зокрема на музичних уподобаннях українців. Згідно з дослідженням соціологічної групи «Рейтинг», 60 % українців відмовилися від прослуховування російської музики. Це культурне відмежування, з одного боку, стало реакцією на військову агресію, а з іншого – стимулом для переосмислення музичного контенту, що споживається. Такий рух сприяв підвищенню інтересу до української музики та створив можливості для активного просування вітчизняних виконавців, які змогли зайняти вакантні позиції в музичному просторі.



Сформована ситуація не тільки розширила можливості для українських музикантів, але й активізувала музичну журналістику, яка стала важливим засобом популяризації національної музичної сцени. Медіа активно почали підтримувати місцевих виконавців, поширювати їхні нові релізи та історії, демонструючи аудиторії різноманітність сучасної української музики – від традиційних стилів до сучасних експериментальних жанрів. Українські медіа таким чином почали відігравати значну роль у формуванні національної музичної ідентичності, акцентуючи увагу на культурному багатстві та естетичній цінності українського музичного продукту (Бобул, 2018).

Однак, попри позитивні зміни в суспільних уподобаннях і зростання інтересу до української музики, медіасфера залишається в складному фінансовому становищі. Багато медіа зіштовхуються з труднощами, зумовленими зменшенням фінансування, падінням рекламних доходів і скороченням ресурсів. Це ускладнює повноцінне висвітлення музичної тематики, обмежуючи можливості для підтримки українських артистів на належному рівні. Незважаючи на всі труднощі, українські медіа продовжують працювати над створенням та популяризацією контенту, пов'язаного з національною музикою, сприяючи формуванню позитивного образу української культури та її інтеграції в світовий контекст (Дружинець, 2018).

Онлайн-видання, що спеціалізуються на музичній тематиці, зокрема «Слух», «Mixmag Україна» та LiRoom, змогли швидко адаптувати свої формати до умов, що склалися, та особливостей сучасного медіапростору. В умовах зростаючого інтересу до української музики ці видання відіграють важливу роль у підтримці національних виконавців, надаючи аудиторії доступ до нових імен на музичній сцені. Висвітлення нових виконавців стало одним із пріоритетів їхньої діяльності, оскільки попит на новий, якісний український контент невпинно зростає. Окрім цього, онлайн-видання активно працюють над створенням ретроспективних матеріалів, що допомагають краще зрозуміти історичні та культурні корені музичних жанрів і стилів в Україні. Вони



охоплюють не лише сучасні тенденції, а й традиційні музичні явища, збагачуючи цим українську аудиторію знаннями про власну музичну спадщину.

Ці видання, окрім оглядів і новин, активно висвітлюють актуальні події у музичній індустрії, зокрема фестивалі, концерти, анонси альбомів та співпраці. Такий широкий спектр матеріалів дозволяє їм залишатися в курсі ключових тенденцій і подій у музичному просторі, створюючи унікальну медіаплатформу для спілкування аудиторії з музичним контентом. Водночас, онлайн-видання стикаються з серйозними фінансовими труднощами, пов'язаними з відсутністю стабільного рекламного доходу та нестачею фінансування, що суттєво обмежує їхні можливості. Ця фінансова криза змусила музичні онлайн-видання шукати нові моделі підтримки. Зокрема, багато хто звернувся до міжнародних організацій, таких як USAID, які надають спонсорську допомогу українським медіа для забезпечення їхнього функціонування. Завдяки такій підтримці онлайн-видання можуть продовжувати свою діяльність, зберігаючи можливість популяризувати українську музику та підтримувати її розвиток навіть в умовах складного економічного середовища.

Сучасні телевізійні та радіоефіри в Україні відображають зміни, що відбуваються в музичній культурі країни, особливо на тлі зростаючої популярності української музики після відмови від російського контенту. Наприклад, такі радіостанції, як Хіт FM, все більше орієнтуються на трансляцію сучасних українських хітів, демонструючи попит на національну музику і намагаючись задовольнити інтереси слухачів до нових пісень, які втілюють український дух і стиль. Це відповідає загальній тенденції до націоналізації культурного контенту в українському медіапросторі, яка підкріплюється соціальними запитами на підтримку та розвиток української культури (Музична..., 2024).

Паралельно з цим, новини, що висвітлюють скандали та конфлікти в музичній індустрії, стають важливим аспектом ефірів на радіо і телебаченні. Такі події привертають значну увагу аудиторії, оскільки дозволяють не лише стежити за драматичними історіями зі світу музики, але й обговорювати



суспільно значущі теми, такі як справедливість у музичній індустрії, етичні питання в шоу-бізнесі та роль особистостей у формуванні публічного образу музики. Популярність таких матеріалів, що мають певну скандальну чи емоційну складову, можна пояснити тим, що вони дають можливість аудиторії «випустити пар», брати участь в обговоренні та навіть критиці зірок або обговорювати суперечливі питання, пов'язані з музикою.

ЛІТЕРАТУРА

Бобул, І. В. (2018). Жанрові форми та стилеві конотації вокально-естрадного виконавства в музичній культурі України кінця ХХ – початку ХХІ століття, Київ, 219.

Дружинець, М. І. (2018). Масова культура як комунікативний простір сучасного музичного естрадного мистецтва. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*, Рівне, 26, 157–163.

Музична журналістика в Україні (2014). Шлях із нікуди в нікуди. *LiRoom*: сайт. <https://liroom.com.ua/music/music-journalism-in-ukraine/>

Кравчук О. П.

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Шульська Н. М.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

(м. Луцьк)

НОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ МЕДИЧНІ ПЛАТФОРМИ В УКРАЇНІ

Медична журналістика є одним із видів наукової журналістики, що висвітлює теми на медичну тематику. У зв'язку з подіями у світі, медійні матеріали медичного спрямування набирають усе більшої поширеності (Недбайло, 2019).



Зважаючи на популяризацію цього виду наукової журналістики, потрібно розглянути проблематику та способи її вирішення для сучасних журналістів. Актуальність роботи полягає у дослідженні медичної журналістики як сфери, що все більше починає розвиватися, проте залишається недостатньо вивченою. Також важливою сьогодні є підготовка власних медіапроектів медичного спрямування, актуальних для соціуму (Нікберг, 2020).

Медичні інформаційні платформи, загалом, створені через зростаючий попит на достовірну інформацію в медичній галузі та популяризацію доказової медицини. Вони обробляють та зберігають великий обсяг інформації, що значно полегшує роботу працівників. Здебільшого використовують медичні платформи самі ж медичні працівники, пацієнти, керуючі підрозділами, фармацевти, студенти, медичні журналісти, аналітики, активісти та громадські організації. Загалом ці системи орієнтовані на широку аудиторію.

Одним із видів, що включає медичні системи, є електронний медичний запис. Він створений для збереження інформації про стан здоров'я пацієнта, наявність алергії, історію захворювання, результати попередніх аналізів чи обстежень, діагнози. Загалом це досить зручний заміник паперовому варіанту. За допомогою особистого медичного запису лікар має можливість переглянути всю інформацію щодо здоров'я пацієнта. Завдяки наявності особистої інформації фахівець матиме змогу швидше та якісніше провести діагностику. Практичне програмне забезпечення для управління – надзвичайно актуальний на сьогодні і важливий вид медичних платформ. Він допомагає оптимізувати та покращити процеси управління медичними закладами. Прикладом програмного забезпечення є “eHealth”. Це електронна система охорони здоров'я, що включає такі функції: онлайн-запис пацієнтів до лікарів, керування електронними медичними картками, інтеграція з НСЗУ (Національну службу здоров'я України), облік медичних послуг.

Віддалений моніторинг (RPM) – це також один з видів медичних систем. Він виконує функцію нагляду за станом здоров'я пацієнта в дистанційному режимі за допомогою спеціальних пристроїв. Такий метод використовується



здебільшого при хронічних захворюваннях, таких як цукровий діабет, артеріальна гіпертензія, астма та інші. Дистанційно лікар може переглянути артеріальний тиск пацієнта, рівень кисню та цукру в крові, температуру та вагу тіла. При критичних показниках лікарю або пацієнту надходить сповіщення. За допомогою такого методу діагностики, лікар може вчасно відреагувати при ускладненнях, уникнувши госпіталізації. Усі дані цього моніторингу автоматично інтегрують з іншими платформами для подальшого аналізу.

Портал пацієнта – вид платформи, що призначений для перегляду особистої інформації пацієнтом, щодо здоров'я. На цьому порталі можуть зберігатися показники аналізів, результати інших обстежень. Такий вид платформи надає можливість пацієнтові спілкуватися зі своїм лікарем у разі виникнення причин, переглядати поновлення рецептів для медикаментів.

Медичні інформаційні платформи також класифікуються за призначенням, метою, функціями та безпосередньо цільовою аудиторією. Найосновнішою з них є офіційна медична платформа. Вона створена державними організаціями для інформування громадян щодо доступних послуг та реформ. Перевагою цієї платформи є насамперед достовірність та офіційність інформації. До прикладу “МОЗ України” – платформа, де зберігається уся інформація щодо реформ, вакцинації та профілактики захворювань. На платформі “НСЗУ” зберігається інформація про медичні заклади та електронні рецепти. “ВООЗ” – організація охорони здоров'я, на можна знайти звіти та рекомендації.

Освітні професійні платформи створені першочергово для медичних фахівців, фармацевтів та студентів медичних спеціальностей. На цих платформах міститься доступ до клінічних протоколів, нових досліджень та різних навчальних програм. Прикладом таких платформ є “MedGoblin” і “Медпросвіта”. Також існують безліч медичних платформ і для звичайного населення. Вони створені для надання доступної та зрозумілої інформації щодо профілактики захворювання, вакцинації, психічного здоров'я та харчування. У матеріалах містяться рекомендації лікарів, поради щодо здорового способу



життя та статті про новини в медицині, зокрема “Здоров’я 24” та інші. Інформаційно-аналітичні платформи створені для аналітиків, дослідників та журналістів. У них зазвичай публікують статистики або звіти про стан системи охорони здоров'я. Наприклад, “Пацієнти України”, “Український медичний часопис”. Вузькогалузеві платформи адаптовані на вузькі напрямки медицини. Він призначений для конкретної аудиторії. На таких платформах публікуються результати досліджень та рекомендації в конкретній галузі. До цієї системи можна віднести “Онкологія сьогодні”, “Педіатр і Я”.

Проте з розвитком медицини інформаційних медичних платформ стає дедалі більше. З останніх – навчально-інформаційна медична платформа “MDCL”. Про неї у своїй статті детально розповіла журналістка Ольга Кацімон. Новітню систему розробили для обміну знаннями серед медичних працівників та підвищення кваліфікації.

Отже, можемо підсумувати, що з появою нових медичних платформ відбувається популяризація доказової медицини, підвищення обізнаності громадян стосовно здоров'я та покращення доступу до медичних послуг.

ЛІТЕРАТУРА

Недбайло, Т. Г. (2019). Особливості висвітлення медичної тематики в новинах загальнонаціональних телеканалів. *Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених*. XXI Всеукраїнська наукова конференція молодих учених, 342–344.

Нікберг, І. І. (2020). Методологічні аспекти популяризації медичних знань у засобах масової інформації. *Новини медицини та фармації*: сайт. URL: <http://www.mif-ua.com/archive/article/27198>



Поліщук Р. С.

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. наук із соц. комун., доц. Яблонський М. Р.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

(м. Луцьк)

ТЕХНІЧНІ ТА ЗМІСТОВІ ПАРАМЕТРИ СТВОРЕННЯ ТЕМАТИЧНОГО ВІДЕО ДЛЯ YOUTUBE

Створення відео для YouTube – це складний процес, який починається з ретельної підготовки сценарію та розробки концепції. Розглянемо основні етапи підготовки контенту, від розробки ідеї до детального планування кожної сцени, що дозволяє створити інформативне та захоплююче відео, яке зацікавить аудиторію.

Мета дослідження – виявити ключові особливості та тенденції створення мотиваційних відеосюжетів про сучасні професії, зокрема про татумаїстра та дизайнера, і дослідити їхній вплив на глядачів на платформі YouTube. Першим кроком у підготовці сценарію є чітке розуміння, на кого орієнтований контент. У випадку відео про професії татумаїстра та дизайнера, цільова аудиторія складається переважно з молоді, яка обирає майбутню професію, новачків, що тільки починають свій шлях у творчих сферах, а також людей, які прагнуть змінити свій професійний напрямок на дизайн чи іншу креативну галузь. Важливо врахувати, що ця аудиторія часто цікавиться швидкими результатами та конкретними прикладами реальних можливостей. Аналіз теми включає дослідження актуальних трендів та особливостей обраної професії. Наприклад, у сценарії про дизайнера варто згадати про різноманіття напрямків дизайну (графічний, веб-дизайн, UX/UI, анімація) та необхідні навички, що допоможуть молодим людям зрозуміти, яким шляхом розвиватися.



Аналіз індустрії також допомагає створити реалістичний і об'єктивний огляд, розвінчуючи міфи і надаючи практичну інформацію [1]. Після аналізу аудиторії та теми слід розробити концепцію відео, яка включатиме головну ідею та структуру. Концепція повинна бути лаконічною, а також відповідати інтересам аудиторії. У випадку сценарію про професію дизайнера основна ідея може полягати в тому, щоб розповісти про специфіку професії, необхідні навички, типові завдання та кар'єрні можливості.

Структура відео має відповідати логічній послідовності, що дозволяє глядачам легко орієнтуватися в темі. Зазвичай для освітніх відео структура включає вступ, де розповідається про ціль відео, короткий огляд теми, основні розділи з детальними поясненнями і висновки. Сьогодні відеоконтент набув великої популярності, а особливо ті відео, що розкривають певні професії зсередини, як, наприклад, професія татумаїстра або дизайнера. Створення таких відео має свої особливості, адже воно не лише інформує глядача, але й має естетичну цінність (Смирнова, 2016). Підготовка сценарію та розробка концепції для таких відео включають кілька важливих етапів, що дозволяють побудувати структуру та логіку подання матеріалу, які утримають увагу аудиторії і водночас дадуть відповіді на найважливіші питання.

Основною метою сценаріїв для відео про татумаїстра і дизайнера є донесення ключових аспектів цих професій до широкої аудиторії, серед якої можуть бути як потенційні початківці, так і люди, які цікавляться цими напрямками. У кожному відео особливу увагу приділяють відтворенню робочих буднів фахівців, демонстрації їхніх навичок та інструментів, з якими вони працюють. Концепція передбачає структурування контенту у вигляді послідовних сцен, кожна з яких розкриває певний аспект професії.

Відео про татумаїстра охоплює вступ, історію професії, необхідні навички, інструменти для роботи, а також події одного робочого дня, поширені міфи і виклики цієї професії (Петров, 2019).

Отже, розглянувши особливості створення відеоконтенту на YouTube, ми визначили основні тенденції, формати та способи взаємодії з аудиторією, які



сприяють популяризації професій. На основі дослідження стало зрозуміло, що використання якісного обладнання для зйомки, грамотний монтаж та увага до деталей створюють основу для привабливого контенту. Важливим елементом є оптимізація відео для пошукових систем платформи, а також регулярна публікація матеріалів, що підвищує залученість аудиторії та допомагає закріпити інтерес до тематики. Просування контенту, що включає роботу з прев'ю, ключовими словами та співпрацю з іншими блогерами, дозволяє збільшити охоплення та зміцнити взаємодію з аудиторією.

Також слід відзначити важливість алгоритмів YouTube, які впливають на видимість відео, особливо на початкових етапах просування. Дотримання рекомендацій щодо оптимізації відеоконтенту та активація функцій монетизації можуть стати ефективним інструментом для блогерів, які прагнуть не лише поділитися знаннями, але й отримувати стабільний прибуток. Аналіз механізмів монетизації показав, що якісний контент про сучасні професії має потенціал досягти широкої аудиторії та принести матеріальну вигоду авторам.

ЛІТЕРАТУРА

Смирнова, О. (2016). *Основи цифрової фотографії та відеозйомки*, Харків, Медіа Книга, 2016, 215 с.

Петров, І. (2019). *Режисура та монтаж у медіа*, Львів, Видавництво «Світ мистецтва», 180 с.



Романенко М.А.

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Олійник О.С.

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

(м. Кропивницький)

ТИПОЛОГІЯ БЕЗЕКВІВАЛЕНТНОЇ ЛЕКСИКИ В ЗАГОЛОВКАХ ТЕКСТІВ НОВИНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ БІ-БІ-СІ

Новинні тексти визнаються первинними серед жанрів медійного дискурсу, адже вони включають повідомлення про події, ситуації, факти, дійових осіб (Дергач, 2015, с. 48). Такі тексти складають важливу частину національної культури, вони насичені реаліями й артефактами, відображають певну систему цінностей. У зв'язку з цим вивчення процесів сприйняття та перекладу новинних текстів на сучасному етапі належать до пріоритетних напрямів у медіалінгвістиці та перекладознавстві.

Заголовки належать до найбільш читаних елементів новинного тексту, у п'ять разів частіше ніж сам текст; вони виступають посередниками між читачами та текстом (Petronienė, Žvirblytė, 2012, p. 47; Bell, 1991, p. 148). Лексичний склад заголовків новин вміщує велику кількість різноманітних лексичних одиниць, які позначають етноунікальні об'єкти матеріальної та духовної культури, і які позначаються терміном *безеквівалентна лексика*. На часі в науковій літературі немає єдності в тлумаченні цього поняття та однастайності, що відносити до нього (див. огляд із визначення безеквівалентної лексики: Лісна 2015, с.61). У нашому дослідженні під безеквівалентною лексикою розуміємо слова, що позначають унікальні для певної культури предмети та явища, які не мають прямих відповідників в іншій мові.



Характерною рисою новинних текстів ВВС є «культуроспецифічність». Цей термін, уведений до наукового обігу дослідником П. Ньюмарком (**Newmark**), носить назву “*culture-specific items*” (CSI) та позначає слова й вирази, які відображають особливості культури (такі категорії, як релігія, їжа, суспільні інститути, побут тощо) (**Newmark, 1988**), що підпадає під визначення безеквівалентної лексики. Культуроспецифічність властива для будь-якого тексту ЗМІ, але в мережевих новинних текстах вона доповнена такими чинниками середовища: обсяг тексту обмежений, а увага читача розсіяна, що вимагає чіткої та ефективної передачі культурно значущої інформації (*Мамич, 2021; Ярова, 2023*).

Семантичний аналіз лексики у заголовкових комплексах новинних текстів Бі-Бі-Сі корпусу нашого матеріалу спостереження засвідчив, що всі безеквівалентні лексичні одиниці можливо структурувати на 11 лексико-семантичних груп (ЛСГ). При цьому дві третини БЛО входять до складу двох ЛСГ: географічні назви та антропоніми, у свою чергу кожна з цих груп за семантичним критерієм поділяється на лексико-семантичні ряди. Найчисельнішу ЛСГ безеквівалентної лексики в емпіричному матеріалі складають географічні назви, які охоплюють: назви країн (*Britain, Canada, Sweden*), регіонів, міст (столиць) (*London, North Carolina, Wilmington*), океанів, морів, річок, гір, озер (*Gulf states, Christmas Island, Great Barrier Reef*), напр.: *Australian floods send dirty water across Great Barrier Reef. Muddy waters from floods in northern Australia blanket parts of the World Heritage site* (**BBC, 15/02/2019**).

ЛСГ «Антропоніми» є другою за чисельністю та включає таку безеквівалентну лексику: імена президентів, прем'єр-міністрів, міністрів, депутатів, лідерів партій, посадових осіб, експертів у певній галузі, напр.: *Mr Trump, Senate leader Mitch McConnell, chairman of the House Democratic Caucus, Supreme Court Chief Justice John Roberts, Ukrainian President Volodymyr Zelensky, Colin Beale, an ecologist from University of York*; імена селебрітіз, напр.: *Liam Neeson, RnB singer-songwriter James Ingram, Taylor Swift, Lionel Messi, Rafael*



Nadal; імена лідерів великих (не політичних) організацій, корпорацій, напр.: *Elon Musk, Yusaku Maezawa, Meng Wanzhou, Joakin Guzman*; імена простих людей, які потрапили в новини, напр.: *Grace Millane, Ewan Fisher, Bangladeshi prawn farmer Abdur Rahim*.

ЛСГ «Органи державного управління, (міжнародні) організації, фірми/корпорації, установи, освітні заклади» охоплює такі приклади: *The US House of Representatives; the Senate; the Treasury; the Democratic-led House; Harvard University*.

ЛСГ «Саміти, угоди» інкорпорує такі безеквівалентні одиниці, напр.: *second Trump summit, the Davos economic summit, Nato summit*.

ЛСГ «Артефакти культури» охоплює назви мистецьких конкурсів, фільмів, книг, пісень, тощо, напр.: *the Star Wars universe, Emmy Awards 2021, Lord of the Rings, Golden Globes 2023, Bohemian Rhapsody*.

До ЛСГ «Матеріальні об'єкти, артефакти» відносимо назви ракет, авто тощо, напр.: *Parker Solar Probe, SpaceX Falcon Heavy*.

ЛСГ «Явища та події спорту» складається з назв спортивних організацій, клубів, змагань тощо, напр.: *AC Milan, Ballon d'Or, Barcelona* (футбольний клуб).

До ЛСГ «Об'єкти в місті» відносяться назви готелів, музеїв, ресторанів, площ, вулиць, напр.: *Guildhall Yard, London Bridge*.

ЛСГ «Засоби масової інформації» включає назви телеканалів, друкованих видань, напр.: *Fox news, the BBC broadcaster*.

ЛСГ «Явища та процеси, які несуть загрозу для здоров'я людини» охоплює назви пандемій, хвороб, небезпечних речовин, напр.: *Covid, Huntington's disease, Novichok*.

ЛСГ «Екстремальні явища природи» складається з назв землетрусів, циклонів, тощо, які отримали медійне висвітлення завдяки їхньому впливу на життя людей у різних регіонах світу, напр.: *Storm Ali, Storm Florence*.

Отже, для заголовків текстів новинних повідомлень БІ-БІ-СІ властиво вживання великої кількості безеквівалентних лексичних одиниць, типологія



яких за семантичним критерієм охоплює географічні назви; антропоніми; назви органів державного управління, (міжнародних) організацій, фірм/ корпорацій, установ, освітніх закладів; назви самітів, угод; назви артефактів культури; назви матеріальних артефактів; назви явищ і подій спортивного життя; назви об'єктів у місті; назви засобів ЗМІ; назви явищ і процесів, які несуть загрозу для здоров'я людини; назви екстремальних явищ природи. Найчастіше у заголовках досліджених новинних текстів вербалізується місце події та її учасники, тому найчисельніші безеквівалентні одиниці охоплюють географічні назви та антропоніми. *Перспективи подальших досліджень* убачаємо у з'ясуванні специфіки перекладу безеквівалентних одиниць у заголовках новинних мережевих текстів.

ЛІТЕРАТУРА

Дергач Д. В. (2015). Лінгвостилістика нових інформаційних жанрів у сучасних мас-медіа. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. Вип XXX, 45-53.

Лісна, М. І. (2015). Безеквівалентність як об'єкт теорії перекладу та двомовної лексикографії. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series "Philology"*, 71(1127), 59-63. URL: <https://periodicals.karazin.ua/philology/article/view/1812>

Мамич, М. В. (2021). Вербальний контент і лінгвокультурологічне наповнення тексту. *Українська мова*, 2(78). URL: <https://ukrmova.iul-nasu.org.ua/zhurnal-ukrayinska-mova-2-78-2021/verbalnyj-kontent-i-lingvokulturologichne-napovnennya-tekstu.html>

Ярова, Л. О. Культурно-марковані елементи у заголовках мережевих новинних текстів. (2023). *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія :Філологія. Журналістика*. Том 34, Вип. 1, 130-134.



Bell, Allan. (1991). *The Language Of News Media*. Oxford UK, Cambridge MA: Basil Blackwell Ltd.,.

Bielsa, E., & Bassnett, S. (2009). *Translation in Global News*. Routledge.

Newmark, P. (1988). *A Textbook of Translation*. Prentice Hall.

Petronienė, Saulė, Žvirblytė, Indrė. Headlines of Online News Articles: Degree of Equivalence in Translation. (2012). *Studies about languages*. No. 21. URL: <http://dx.doi.org/10.5755/j01.sal.0.21.2839> (Last accessed: 15.04.2025).

Случук О. О.

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Шульська Н. М.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

(м. Луцьк)

АУДИОПОДКАСТИНГ ЯК НОВИЙ ФОРМАТ СУЧАСНОЇ ТРЕВЕЛЖУРНАЛІСТИКИ: ПРИКЛАД ВЛАСНОГО ПРОЄКТУ

Подорожня журналістика – це унікальний медіажанр, який поєднує в собі елементи репортажу, аналітики та особистих вражень мандрівника-журналіста. Він має на меті дослідження різноманітних культур, унікальних місць та їх представлення за допомогою подорожей. Це не лише звичайний опис мандрів чи відомих туристичних пам'яток, адже тревелжурналістика намагається показати культуру, звичаї та особливості країн за допомогою спостережень і досвіду журналіста. Можна з упевненістю стверджувати, що подорожня журналістика не лише інформує, а й на дихає на нові досягнення усю її аудиторію. За допомогою цього могутнього інструменту ми можемо дізнатися неочікувані деталі про найвіддаленіші куточки світу, особисті історії їхніх мешканців, їхню культуру, звичаї, традиційну кухню. Це формує нас самих як цікаву особистість, мотивує розвиватися, розширювати свої знання та ніколи не стояти на одному місці. Багато дослідників зосереджені на тому, щоб



проаналізувати, як подкастинг став новим форматом в українських медіа та завдяки чому швидко розвивається. Наприклад, Д. Афанасьєв надає практичні поради щодо створення подкастів на основі досвіду людей, котрі в цьому спеціалізуються. Він звертає увагу на всі етапи розробки від пошуку ідеї до її втілення, не забуваючи про креативність та наголошуючи на важливості технічної підготовки (Афанасьєв, 2022). У свою чергу Є. Бабець розповідає про 7 подкастів, що стосуються подорожей. Також вона пояснює, як це впливає на туристичну журналістику та як аудиторія сприймає тревелконтент (Бабець, 2020).

Усім відомо, що сучасна медіасфера дуже стрімко розвивається, з'являються інноваційні засоби передання масової інформації. Одним із таких засобів є аудіоподкаст. Цей жанр є не лише пізнавальним, він також може бути, наприклад, гумористичним, навчальним, розважальним. Наша команда створила подкаст під назвою “На валізах” (Случук, 2024), він започаткований для того, щоб знайти однодумців – людей, котрі марять подорожами, новими культурними відкриттями, жагою до чогось нового. Кожного епізоду у нас з'являється запрошений гість, який ділиться своїм досвідом, розповідає історії, про які не напишуть у книгах. Тут ми обговорюємо шлях до самопізнання через призму мандрів, майстерність поїздок із мінімальним бюджетом, особливості різних менталітетів та ділимося практичними порадами, котрі точно будуть корисними для подорожувальників-початківців.

Проект “На валізах” має потенціал, аби досягнути широку аудиторію різного віку. Це можуть бути і досвідчені туристи, і ті, хто лише починає пізнавати наш неймовірний світ. Наша місія – надихнути якомога більшу кількість осіб не сидіти на місці, не боятися невідомого і все ж таки купити той перший авіаквиток у нове життя.

Цей проєкт об'єднує нашу пристрасть до подорожей і бажання ділитися цією пристрастю з іншими. Він створює простір для натхнення, навчання та мотивації слухачів до власних мандрівок. Кожен випуск – це більше ніж просто розповідь, це можливість побачити світ через досвід інших, зрозуміти



важливість культурного розвитку та цінність подорожей як способу пізнання світу.

Цей проєкт закликає українців цікавитися чимось новим, а особливо світом пригод, важливо розповідати про нові напрямки і надавати практичні поради для туристів, щоб полегшити їм життя. Саме завдяки таким дискусіям наші слухачі стають більш обізнаними, впевненими у собі, а їхні поїздки стають дедалі яскравішими та незабутніми.

Ми прагнемо до того, щоб “На валізах” стало своєрідною платформою для популяризації туризму. У шоу розповідається про складні речі, простими словами. Аудіоподкаст є актуальним не лише для людей, які планують чудово відпочити, але й до тих, хто прагне глибше зрозуміти тренди, уникати поширених помилок і дізнаватися про небанальні локації.

Наступним цікавим аспектом є соціальна відповідальність нашого шоу. У проєкті підкреслена важливість свідомих рішень та дій, котрі закликають поважати культуру місцевих жителів і берегти нашу планету. Це додає особливого шарму, особливо коли хочемо, аби наше суспільство було свідомим. У сучасній реальності мандрівники прагнуть чогось більшого, ніж просто звичайний огляд визначних місць. Цікавим є те, що туристи намагаються взаємодіяти з культурою країн, які відвідують, наприклад, брати участь в місцевих святах, готуванні локальних страв, а також навіть займатися волонтерством, це особливо необхідно в африканських країнах.

Саме тому, “На валізах” не тільки інформує, а навчає, як цілком екологічним способом створювати культуру подорожей серед українців, підштовхуючи їх відкривати нові горизонти і відчувати ті емоції, котрих немає в буденному житті. Завдяки реальним історіям та рекомендаціям, аудіоподкаст допомагає слухачам не лише правильно запланувати подорож, але й зрозуміти її глибокий сенс. Це не тільки відкриття нових місць на карті світу, а й здобуття нових вмінь та навіть зміцнення родинних стосунків.

Отже, аудіоподкаст “На валізах” – це не лише розмови про подорожі, а повноцінний проєкт, який здатний набрати велику кількість аудиторії,



об'єднати в одну спільноту досвідчених і недосвідчених туристів, з різним бюджетом та вподобаннями. Завдяки цій ініціативі можна отримати корисну інформацію про популярні туристичні напрямки, лайфхаки, способи економії грошей, а також натхнення на нові незабутні пригоди. Завдяки практичним порадам “На валізах” заохочує слухачів відкривати для себе кордони незвіданого, долати страхи перед невідомим, відчувати ейфорію від нових досягнень та відкриттів. Аудіоподкаст створює уявлення про те, що подорожі – це унікальний спосіб самопізнання. Він показує, що мандрувати може кожен, незалежно від фінансового становища чи знання іноземних мов, для цього потрібне лише бажання.

ЛІТЕРАТУРА

Афанасьєв, Д. (2022). Як розробити ідею подкасту та втілити її: поради від авторів популярних українських аудіопроєктів. *Суспільне. Культура*: сайт. <https://suspilne.media/culture/331722-ak-rozrobiti-ideu-podkastu-ta-vtiliti-ii-poradi-vid-avtoriv-popularnih-ukrainskih-audioproektiv/>

Бабець, Є. (2020). 7 найкращих подкастів про подорожі. *Марі Клер*: сайт. <https://marieclaire.ua/uk/obshhestvo/7-luchshih-podkastov-o-puteshestviyah>

Случук, О. (2024). Авторський аудіоподкаст про подорожі «На валізах»: проєкт. <https://on.soundcloud.com/HJmJfjPUBDWXS8Ju6>



Наукове видання

**II Всеукраїнська науково-практична конференція
для студентів та молодих науковців**

**«ФІЛОЛОГІЧНІ, ЛІНГВОДИДАКТИЧНІ ТА МЕДІЙНІ
ДОСЛІДЖЕННЯ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ»**

ЗБІРНИК ТЕЗ

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Фока М. В. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри германських мов, зарубіжної літератури та методик їхнього навчання;

Кирилюк О. Л. – доктор філологічних наук, доцент, завідувач кафедри української філології та журналістики;

Ярова Л. О. – кандидат педагогічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри перекладу, прикладної та загальної лінгвістики

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 1537 від 22.10.2003 р.

Підп. до друку 05.05.2025 р. Формат 60×84¹/₁₆.
Ум. др. арк. 6,9. Зам. № 10042.

*Редакційно-видавничий відділ
Центральноукраїнського державного
університету імені Володимира Винниченка
25006, Кропивницький, вул. Шевченка, 1
Тел.: (0522) 24-59-84.
Факс.: (0522) 24-85-44.
E-Mail: mails@cuspu.edu.ua*