

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ХАРКІВСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.Н. КАРАЗІНА

ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ

КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА МЕТОДИКИ ВИКЛАДАННЯ
ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

МОЛОДІ ФАХІВЦІ — МАЙБУТНЄ НАУКИ

Збірник наукових праць студентів

Випуск 17

Електронний ресурс

Харків — 2025

УДК 81'243:37.013.77 (082)

Затверджено до розміщення в мережі Інтернет рішенням Науково-методичної ради Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (протокол №3 від 18 грудня 2025 року)

Редакційна колегія:

Морозова І.І. – канд. філол. наук, доцент, зав. кафедри англійської філології та методики викладання іноземної мови.

Шастало В. О. – канд. філол. наук, доцент кафедри англійської філології та методики викладання іноземної мови.

Онщенко Н. А. – канд. філол. наук, доцент кафедри романо- германської філології.

Негода Л.О. – викладач кафедри англійської філології та методики викладання іноземної мови.

Адреса редакційної колегії: 61022 м. Харків, майдан Свободи 4, ХНУ імені В. Н. Каразіна, факультет іноземних мов, к. 7-78, тел. (057) 707-55-66.

Молоді фахівці – майбутнє науки: Збірник наукових праць [Електронний ресурс]. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2025. Вип. 17. – – Систем. вимоги: Процесор Pentium-класу; ОС Windows 7/10; Acrobat Reader 10. – PDF (328 с.)

URI <https://ekhnuir.karazin.ua/handle/123456789/24328>

Збірник присвячено дослідженню проблем семантичних та прагматичних аспектів тексту і дискурсу, лінгвокультурології, навчання іноземних мов у середніх та вищих навчальних закладах. Матеріалом дослідження є сучасні європейські мови.

Для студентів, які навчаються за спеціальністю 035 Філологія.

УДК 81'243:37.013.77 (082)

URI <https://ekhnuir.karazin.ua/handle/123456789/24328>

© Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна, 2025

ЗМІСТ

Бабенко Д. В., Власова В. П.

АВТОРСЬКА МЕТОДИКА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ
ІНШОМОВНОЇ ПІДГОТОВКИ ДОРОСЛИХ СЛУХАЧІВ..... 8

Бінус А. К., Власова В. П.

ГЕЙМІФІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ГРАМАТИЧНОЇ
КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ-ФІЛОЛОГІВ..... 15

Боголюбова А. В., Бондаренко Є. В.

КОГНІТИВНІ АСПЕКТИ РЕПЕРСПЕКТИВІЗАЦІЇ В АНГЛОМОВНИХ
ІНТЕРВ'Ю КОЛИШНІХ ПРОПАГАНДИСТІВ ТРЕТЬОГО РЕЙХУ..... 22

Бондарева В. Ю., Матюхіна Ю. В.

РЕАЛІЗАЦІЯ ФАТИЧНОЇ ФУНКЦІЇ МОВИ В ІНТЕРНЕТ ДИСКУРСІ
(НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ЧАТІВ)..... 31

Борисова О. Г., Піхтовнікова Л.С.

КОМПОЗИЦІЙНО-СТИЛІСТИЧНІ, ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ТА
ДИДАКТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КАЗОК ВІЛЬГЕЛЬМА ГАУФА..... 41

Боровик А. С., Шастало В. О.

ЗАСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ LOVE В СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ
ЛІРИЦІ..... 47

Бугай А. О., Нефьодова О. Д.

ВІДТВОРЕННЯ ЕМПАТІЇ ЗАСОБАМИ ПЕРЕКЛАДУ В МОВНІЙ ПАРІ
АНГЛІЙСЬКА / УКРАЇНСЬКА..... 55

Винниченко О. П., Шпак О. В.

АНГЛОМОВНИЙ ДИСКУРС ДРУЗІВ З ПОЗИЦІЇ ЕКОЛІНГВІСТИКИ..... 62

Вільчинська Є. А., Котова А. В.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ РИТОРИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ІНОЗЕМНИХ МОВ..... 70

Водолага Є. С., Піхтовнікова Л. С.

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ЛІНГВІСТИЧНОГО АНАЛІЗУ ТЕКСТІВ МАЛИХ ФОРМ І МЕТОДИКА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ У НАВЧАННІ ІНОЗЕМНІЙ І РІДНІЙ МОВ..... 81

Волобуєва В. С., Нефьодова О. Д.

ВІДТВОРЕННЯ ТИПОЛОГІЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК КУЛІНАРНОГО ОНЛАЙН-РЕЦЕПТУ ЯК ТИПУ ТЕКСТУ ЗАСОБАМИ ПЕРЕКЛАДУ В МОВНІЙ ПАРІ АНГЛІЙСЬКА/УКРАЇНСЬКА..... 88

Гайдай О. С., Ніколаєнко В. О.

РОЛЬ ПЕРЦЕПТИВНИХ МАРКЕРІВ В КОНСТРУЮВАННІ ДОСВІДУ ВІД ПЕРШОЇ ОСОБИ В РОМАНІ К. ІШІґуро «КЛАРА І СОНЦЕ»..... 98

Голік В. О., Кукушкін В. В.

ГІПНОТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МОВИ В АНГЛОМОВНІЙ РЕКЛАМІ..... 107

Головатенко Д. В., Піхтовнікова Л. С.

КОМПОЗИЦІЙНО-СТИЛІСТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КИТАЙСЬКИХ ДИДАКТИЧНИХ ТЕКСТІВ..... 113

Горобець С. О., Язловицька О. В.

ЕВФЕМІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ МОВНОГО ВПЛИВУ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ..... 118

Гришина С. В., Холмогорцева І. С.

ВИКОРИСТАННЯ САТ ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ЧАС ВИКЛАДАННЯ ПЕРЕКЛАДУ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ФІЛОЛОГІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ..... 127

Зламанець Т. Г., Кукушкін В. В.

ЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ ГІПНОТИЧНОГО ВПЛИВУ В ПУБЛІЧНИХ ПРОМОВАХ: АНАЛІЗ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ.....135

Карпенко А. В., Кузнєцова О. В.

«ШОУ ДРЮ БЕРРІМОР» ЯК ГІБРИДНИЙ ЖАНР МЕДІАДИСКУРСУ..... 147

Коблицька М-А. С., Котова А. В.

ІНТЕГРАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ПРОЦЕС ВИКЛАДАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....154

Корнієко К. А., Піхтовнікова Л. С.

ЗАСОБИ КОМІЧНОГО В КИТАЙСЬКИХ ТЕКСТАХ МАЛИХ ФОРМ..... 163

Крутієнко Ю. Ю., Морозова І. І.

ДИСКУРСИВНА ОСОБИСТІСТЬ ОПРИ ВІНФРІ..... 166

Лимар А. О., Безугла Л. Р.

БАГАТОЗНАЧНІСТЬ ЯК ПУАНТ НІМЕЦЬКОМОВНОГО АНЕКДОТУ.....175

Ляшенко О. О., Бондаренко Є. В.

МУЛЬТИМОДАЛЬНА РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ RESILIENCE В УКРАЇНСЬКИХ ЕЛЕКТРОННИХ МЕДІА (НА МАТЕРІАЛІ ДОПИСІВ В INSTAGRAM)..... 181

Морозова А. О., Шпак О. В.

КРЕАТИВНА ДИСКУРСИВНА ОСОБИСТІСТЬ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИКА.....190

Науменко Д. І., Ніколаєнко В. О.

ПЕРЦЕПТИВНІ МАРКЕРИ ЯК ЗАСІБ КОНСТРУЮВАННЯ РІЗНИХ ТОЧОК ЗОРУ ОПОВІДАЧА В РОМАНІ Ш. ВАН ПЕЛТ «НАПРОЧУД КМІТЛИВІ СТВОРІННЯ»..... 198

Нехорошкова А. Д., Самаріна В. В.

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ПРОЯВИ ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТІ В
НІМЕЦЬКОМОВНИХ ПОЛІТИЧНИХ ВИСТУПАХ..... 205

Опанасюк М. О., Кузнєцова О. В.

ДИСКУРСИВНІ СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ЕМІЛІ КУПЕР У
МІЖКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ.....216

Павленко А. В., Шастало В. О.

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ ДУША/SOUL В МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ
УКРАЇНЦІВ ТА АНГЛІЙЦІВ..... 223

Ромашек М. Ю., Бондаренко Є. В.

ВЕРБАЛЬНА РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ПРОСТОРІВ *ТЕКСТУРА* ТА
СМАК В АНГЛОМОВНІЙ РЕКЛАМІ ПАРФУМІВ.....232

Рослова Ю. О., Матюхіна Ю. В.

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ В
АНГЛОМОВНИХ ТА УКРАЇНОМОВНИХ ЖІНОЧИХ ЖУРНАЛАХ..... 239

Самовик Є. В., Піхтовнікова Л. С.

ЖАНРОВО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НОВЕЛИ ЮЙ ДА-ФУ "ПІЗНІ
КОРИЧНЕВІ КВІТИ" 251

Сиротенко Е. О., Черненко А. В.

КЛЮЧОВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СТУДЕНТІВ У СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ.....262

Сініцина Д. І., Холмогорцева І. С.

РОЗВИТОК НАВИЧКИ ГОВОРІННЯ ЧЕРЕЗ АДАПТАЦІЮ НАВЧАЛЬНОГО
МАТЕРІАЛУ 278

Смирнова О. І., Холмогорцева І. С.

ВИКОРИСТАННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ РЕСУРСІВ У НАВЧАННЯ
НІМЕЦЬКОЇ МОВИ НА ПРИРОДНИЧИХ ФАКУЛЬТЕТАХ.....286

Ткаченко А. С., Язловицька О. В.

МОВНА МАНІПУЛЯЦІЯ В АНГЛОМОВНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕКСТАХ.
.....295

Чуянова Я. М., Морозова О. І.

ДІЯЛЬНІСНИЙ ПІДХІД ДО ВИКЛАДАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У
СТАРШІЙ ШКОЛІ..... 300

Шкурка Е. А., Шпак О. В.

ЕКОЛІНГВІСТИЧНІ МАРКЕРИ КОМУНІКАТИВНОГО КОНТАКТУ
В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ СИБЛІНГІВ.....309

Янковська Я. В., Самаріна В. В.

КОЛЬОРИ У НІМЕЦЬКІЙ ЕКОЛОГІЧНІЙ РЕКЛАМІ..... 319

АВТОРСЬКА МЕТОДИКА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНШОМОВНОЇ ПІДГОТОВКИ ДОРОСЛИХ СЛУХАЧІВ

Бабенко Д. В. (Харків)

Науковий керівник: доктор філософії Власова В. П.

Анотація: Бабенко Д. В. Авторська методика як чинник підвищення ефективності іншомовної підготовки дорослих слухачів. У статті досліджується ефективність авторських методик у навчанні іноземних мов дорослих. Розглянуто психологічні особливості, мотиваційні чинники та вплив різних методик на результативність навчання. Проаналізовано підходи Шехтера, Берліца й Іллі Франка та доведено їх ефективність.

Ключові слова: авторська методика, дорослі слухачі, ефективність навчання, іноземна мова, мотивація.

Summary: Babenko D. V. Author's Method as a Factor in Increasing the Efficiency of Foreign Language Training for Adult Learners. The article examines the effectiveness of the author's methods in teaching foreign languages to adults. It considers psychological characteristics, motivational factors, and the influence of various methods on learning outcomes. The approaches of Schechter, Berlitz, and Ilya Frank are analyzed and proved to be efficient.

Key words: adult learners, author's method, foreign language, learning effectiveness, motivation.

Актуальність дослідження полягає у всебічному аналізі та практичній перевірці обраних авторських методик навчання іноземних мов для дорослих. Вперше оцінено ефективність цих методик у рамках адаптивного підходу, що враховує психологічні, мотиваційні та соціальні особливості учнів. Запропоновані підходи можуть слугувати моделлю для подальших досліджень у сфері методики викладання іноземних мов та розробки навчальних програм для дорослих.

Наукова новизна роботи полягає у всебічному аналізі та практичній перевірці ефективності авторських методик навчання іноземних мов, орієнтованих на дорослу аудиторію. Вперше обґрунтовано результативність цих методик у межах адаптивного підходу до навчання дорослих, який враховує їхні психологічні, мотиваційні та соціальні особливості. Запропоновані підходи можуть бути використані як модель для подальших наукових розвідок у галузі

методики викладання іноземних мов і створення програм навчання для дорослих слухачів.

Об'єктом дослідження є авторські методики, що застосовуються у процесі вивчення іноземних мов дорослими слухачами. Предмет дослідження становить ефективність використання цих методик у навчальному процесі, зокрема визначення їх результативності та впливу на якість іншомовної підготовки.

Мета дослідження полягає у теоретичному аналізі обраних авторських методик навчання іноземних мов — методики Георгія Шехтера, що акцентує на комунікативній взаємодії та розвитку природного мовлення; методики Берліц, яка передбачає повне занурення у мовне середовище без перекладу рідною мовою; та техніки Іллі Франка, що базується на поступовому читанні та розширенні словникового запасу через контекст і асоціації — а також у практичній перевірці їх ефективності для дорослих студентів.

Сучасний освітній простір вимагає застосування ефективних методів навчання дорослих студентів іноземних мов, оскільки традиційні підходи часто не враховують специфічні потреби цієї аудиторії. У контексті глобалізації та зростаючої міжнародної мобільності зростає попит на високий рівень володіння іноземними мовами, що є необхідною умовою для професійного зростання, успішної міжкультурної комунікації та підвищення конкурентоспроможності на сучасному ринку праці.

Крім того, володіння мовами відкриває широкі можливості для участі у міжнародних освітніх, наукових та культурних проектах, сприяє особистісному розвитку та активній інтеграції в глобальні соціальні та економічні процеси. Проте існуючі методики навчання іноземних мов часто не враховують індивідуальні психофізіологічні особливості дорослих студентів, такі як темп засвоєння інформації, особливості пам'яті, мотиваційні пріоритети та попередній досвід навчання. Саме це призводить до недостатньої ефективності традиційних підходів і створює потребу у впровадженні авторських методик,

які дозволяють адаптувати навчальний процес до специфічних особливостей дорослих слухачів, підвищуючи результативність та якість навчання.

Дослідження Булах І. С., Кузьменко Н. В. та Волдинер О. Ю. підтверджують, що мотиваційні чинники та психологічні особливості значною мірою впливають на результативність навчання дорослих студентів. Ці автори підкреслюють важливість урахування індивідуальних відмінностей у сприйнятті інформації, рівні самоконтролю, здатності до самостійного навчання та ступеня внутрішньої мотивації, що визначає ефективність процесу опанування іноземних мов [1; 2; 3].

Морська Л. І. та сучасні педагоги щодо авторських методик навчання демонструють переваги інтегрованих підходів, які поєднують різні педагогічні принципи, спрямовані на розвиток комунікативних компетенцій, розширення словникового запасу та підвищення граматичної точності. Проте, незважаючи на значну увагу до цих проблем, досі недостатньо досліджено практичне поєднання різних методик у межах одного навчального курсу, яке б забезпечувало комплексний розвиток усіх видів мовленнєвої діяльності — говоріння, слухання, читання та письма [4].

Дорослі слухачі відзначаються високим рівнем самосвідомості, організованості та відповідальності, що суттєво впливає на їхню здатність до самостійного та цілеспрямованого навчання. Внутрішня мотивація таких студентів формується завдяки особистим цілям, прагненню до саморозвитку, самовдосконалення та реалізації власного потенціалу, тоді як професійна мотивація орієнтована на кар'єрний ріст, підвищення кваліфікації та зміцнення конкурентних переваг на ринку праці.

Важливим чинником підвищення ефективності навчання є використання сучасних технологій та інноваційних рішень, таких як елементи гейміфікації, віртуальна (VR) та доповнена (AR) реальність, які створюють інтерактивне та стимулююче навчальне середовище. Завдяки цьому дорослі студенти стають більш активними учасниками освітнього процесу, швидше засвоюють нові

знання та навички, а також відчують більшу зацікавленість і задоволення від навчання, що, в свою чергу, сприяє підвищенню загальної ефективності освітніх програм.

В ході роботи було розглянуто наступні авторські методики:

1. Методика Шехтера ґрунтується на виконанні практичних комунікативних завдань із першого заняття, що стимулює природне використання мови та активізує когнітивні процеси. Навчання відбувається поетапно: від засвоєння базової лексики — до граматики й закріплення знань. Основний принцип — рух від усного мовлення до систематизації правил. Методика ефективна для очного навчання й розвитку навичок живого спілкування, але менш придатна для самотійного чи дистанційного формату [5].

2. Методика Берліц базується на принципі повного занурення у мовне середовище, де навчання відбувається виключно іноземною мовою без перекладу. Учні опановують лексику та граматику через живе спілкування, що стимулює пам'ять і природне засвоєння мовних структур. Методика ефективна завдяки активній участі студентів у реальних комунікативних ситуаціях. Хоча спочатку вона застосовувалася під час навчання за кордоном, нині адаптована для групових і індивідуальних занять із носіями мови у своїй країні [5].

3. Техніка Іллі Франка ґрунтується на інтенсивному читанні текстів із паралельним перекладом, що сприяє швидкому засвоєнню лексики та граматичних структур. Тексти подаються у вигляді блоків: абзац англійською поруч із перекладом рідною мовою. Після ознайомлення з перекладом учень перечитує текст без підказок, закріплюючи нові слова й вирази. Методика ефективна для самотійного навчання, розвитку навичок читання та розширення словникового запасу, доступна у вигляді адаптованих книг і мобільних застосунків [5].

Щоб перевірити результативність запропонованих авторських методик, було проведено експериментальне дослідження. У ньому взяли участь три

групи студентів віком від 18 до 30 років, по 3–5 осіб у кожній, з різним рівнем знань англійської мови — від початкового до середнього. Навчальні заняття тривали протягом п'яти уроків для кожної групи. Нижче наведено приклади завдань із одного типового заняття для кожної з методик.

Група 1 - методика Шехтера

Тема - Trends

Мета - сформувати навички обговорення й порівняння сучасних тенденцій із використанням відповідної тематичної лексики; удосконалити комунікативну компетентність шляхом групової взаємодії та виконання ситуативних діалогів.

Завдання:

Лексичне: Put the words and phrases from the list into the correct group
customer, consumer, deals, discounts, half-price, items, purchaser, purchases, special offers, two for the price of one

People who buy: shoppers, ...

Buy at a lower price: bargains, ...

Things we buy: shopping, ...

Група 2 - методика Берліц

Тема - Jobs

Мета: удосконалювати навички усного мовлення та аудіювання на тему “Jobs”; навчити студентів описувати професії, висловлювати власні вподобання й розповідати про обов’язки представників різних спеціальностей, застосовуючи тематичну лексику у природних комунікативних ситуаціях.

Завдання:

1. Лексичне: Complete each group of collocations with one word from the box
contact, priority, interview, project, job, staff, meeting, training; apply for a ..., lose my ..., have a well-paid ... a part-time ...

1) employ part-time ..., need more ..., train the ..., friendly and efficient ...

- 2) have a job ..., the ... went badly, a phone ..., a hard ...
- 3) need more ... , give ..., attend staff ..., get basic ...
- 4) arrange a ..., go to a ..., have a staff ..., a positive ...
- 5) (not) be a ..., make it a ..., agree what the ... is, my main ...
- 6) have (got) a temporary ..., sign the ..., my ... ends, agree a new ...
- 7) manage a ..., work on a new ..., a big ..., launch a new ...

Група 3 - техніка Іллі Франка

Тема - In search of the perfect home

Мета - удосконалити навички читання та збагатити словниковий запас шляхом роботи з контекстом.

Завдання:

Читання: Read and translate the text to the left consulting its translation to the right

How would you like to live in a castle, a tree house or even underground? This might not be as unusual as you think. It seems that these days more and more people want to live somewhere special and out of the ordinary, and if they can't buy what they want they are quite prepared to build it from scratch.	А як би ви хотіли жити у замку, будинку на дереві чи навіть під землею? Це може бути не так уже й дивно, як здається. Схоже, що сьогодні дедалі більше людей хочуть жити в чомусь особливому, незвичайному, і якщо вони не можуть купити те, що хочуть, то цілком готові збудувати це з нуля.
---	---

Після закінчення курсу було проведено вихідний контроль за матеріалами занять та отримано такі середні результати:

1. Група 1 – 7,7/12
2. Група 2 – 8,5/12
3. Група 3 – 10,4/12

Результати дослідження показали, що комплексний підхід, який інтегрує переваги різних авторських методик, забезпечує найефективніший та найбільш збалансований розвиток усіх ключових мовленнєвих компетенцій. Такий підхід дозволяє одночасно підвищувати комунікативну впевненість, розширювати словниковий запас та вдосконалювати граматичну точність, що сприяє більш глибокому засвоєнню матеріалу та стійкому прогресу в опануванні іноземної мови.

Авторські методики навчання довели свою ефективність як потужний інструмент для роботи з дорослими слухачами. Врахування психофізіологічних характеристик та мотиваційних факторів учнів сприяє значному підвищенню результативності освітнього процесу та створює умови для більш усвідомленого та активного засвоєння матеріалу. Комплексне поєднання різних підходів дозволяє одночасно вдосконалювати комунікативну впевненість, розширювати словниковий запас і підвищувати граматичну точність, забезпечуючи гармонійний розвиток мовленнєвих компетенцій. Використання цифрових та інтерактивних технологій, таких як мультимедійні платформи, додатки та VR/AR-рішення, стимулює активну участь студентів у навчальному процесі і підвищує їхню зацікавленість. Перспективою подальших досліджень є визначення оптимального поєднання авторських методик і сучасних цифрових інструментів для дорослих учнів, що дозволить підвищити ефективність, адаптивність та індивідуалізацію освітніх програм.

Література

1. Булах І. С. Психологічні основи особистісного зростання підлітків: автореф. дис. д-ра психол. наук. Київ, 2004. 40 с.
2. Волдинер О. Ю. Психолінгвістика як міждисциплінарна лінгвістична наука. *Людина віртуальна: нові горизонти: зб. наук. пр.*, Ч. 1. 2017. С. 132—135.
3. Кузьменко Н. В. Роль психолінгвістики у міжмовній та міжкультурній комунікації. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. Одеса, 2019. Вип. 38. С.

197—200. 4. Морська Л. І. Сучасні тенденції у викладанні іноземних мов для спеціальних цілей. *Іноземні мови*. 2023. № 2. С. 23—24.

Джерела ілюстративного матеріалу

5. Найкращі методики вивчення англійської мови. *Buki – ваш репетитор з будь-якого предмету. Репетитори України*. URL: <https://buki.com.ua/news/naykrashchi-metodyky-vyvchennya-anhliyskoyi-movy/> (Дата звернення: 09.10.2025).

УДК 378.147:811.111'36:004.9

ГЕЙМІФІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ГРАМАТИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ-ФІЛОЛОГІВ

Бінус А. К. (Харків)

Науковий керівник: доктор філософії Власова В. П.

Анотація: Бінус А. К. Гейміфікаційні технології як засіб формування граматичної компетентності студентів-філологів. У статті висвітлено роль гейміфікаційних технологій у формуванні граматичної компетентності студентів-філологів. Окреслено психолого-педагогічні засади гейміфікованого навчання, можливості цифрових платформ. Наведено результати експерименту, що підтверджують підвищення мотивації та рівня засвоєння граматики. Зроблено висновок про доцільність упровадження гейміфікації у підготовку філологів.

Ключові слова: гейміфікація; граматична компетентність; мотивація; студенти-філологи; цифрові інструменти.

Summary: Binus A. K. Gamification Technologies as a Means of Developing Philology Students' Grammatical Competence. The article outlines the role of gamification technologies in developing philology students' grammatical competence. It highlights the psychological and pedagogical principles of gamified learning and the potential of digital tools. Experimental results confirm increased motivation and grammar proficiency. The study proves the feasibility of implementing gamification in philology students' training.

Key words: digital tools, gamification; grammatical competence; motivation; philology students.

Актуальністю даного дослідження є потреба в оновленні підходів до навчання граматики іноземної мови у сучасній системі вищої освіти, що зумовлено зниженням мотивації студентів і недостатньою інтерактивністю традиційних методик. Використання гейміфікаційних технологій, які поєднують навчання з елементами гри, сприяє підвищенню зацікавленості, активності та ефективності засвоєння граматичного матеріалу. Це має особливе значення для підготовки студентів-філологів, які повинні володіти високим рівнем граматичної компетентності для професійного спілкування та мовленнєвої діяльності.

Науковою новизною дослідження є розгляд гейміфікаційних технологій як цілісної системи засобів формування граматичної компетентності студентів-філологів на основі інтеграції теоретичних принципів і практичних цифрових інструментів (Kahoot!, Quizizz, Wordwall, Duolingo тощо). Уперше запропоновано та апробовано методику гейміфікованого навчання граматики, яка довела свою ефективність у підвищенні мотивації та результатів навчання студентів.

Об'єктом дослідження визначено процес навчання граматики англійської мови студентів-філологів у закладах вищої освіти. А предметом дослідження є гейміфікаційні технології як засіб формування граматичної компетентності студентів-філологів.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та експериментальна перевірка ефективності використання гейміфікаційних технологій у процесі формування граматичної компетентності майбутніх філологів.

Сучасна освіта дедалі активніше використовує гейміфікацію як інноваційну стратегію підвищення мотивації, залучення та ефективності навчання. Гейміфікація визначається як застосування елементів ігрового дизайну (game design elements) у неігрових контекстах для активізації поведінки студентів, формування позитивного навчального досвіду та розвитку автономії [5]. У працях дослідників вона трактується як комплексна педагогічна

технологія, що поєднує психологічні, соціальні та когнітивні аспекти, впливаючи на внутрішню мотивацію, почуття компетентності та соціальної приналежності [4; 6; 7]. Згідно з теорією самовизначення (Self-Determination Theory), ефективна гейміфікація задовольняє базові психологічні потреби — автономію, компетентність і взаємодію, а «Теорія потоку» (Flow Theory) пояснює, що навчальний процес стає найпродуктивнішим, коли студенти переживають стан повного занурення у виконання завдань [4].

Емпіричні дослідження доводять, що використання таких елементів, як бали, рівні, бейджі, таблиці лідерів і зворотний зв'язок, сприяє зростанню навчальної активності та результативності [6]. В українському освітньому контексті гейміфікація розглядається як засіб формування пізнавальної мотивації, розвитку самостійності студентів і створення позитивного емоційного середовища навчання [2]. Таким чином, гейміфікаційні технології є ефективним інструментом оновлення освітнього процесу, який поєднує традиційні дидактичні принципи з елементами гри, забезпечуючи інтерактивність, залученість і розвиток ключових компетентностей майбутніх філологів.

У сучасному освітньому середовищі, що характеризується швидкою цифровою трансформацією, гейміфікаційні технології посідають важливе місце серед інноваційних підходів до навчання іноземних мов. Вони передбачають систематичне використання ігрових механік — балів, рівнів, нагород, таблиць лідерів, зворотного зв'язку — у неігровому навчальному контексті. Такі інструменти, як Kahoot!, Quizizz, Wordwall, Duolingo, сприяють формуванню мотивації, активності та відповідальності студентів за власне навчання. Дослідження доводять, що гейміфікація підвищує ефективність засвоєння граматичного матеріалу, стимулює комунікативну діяльність і сприяє розвитку критичного мислення [1].

Інноваційність гейміфікації полягає в інтеграції педагогічних, психологічних і цифрових компонентів. Вона реалізує особистісно

орієнтований та діяльнісний підходи, підсилює внутрішню мотивацію через елементи змагання, сюжету чи співпраці. Згідно з українськими та міжнародними дослідженнями [3], граматика англійської мови, традиційно сприйнята як складний і маломотивуючий розділ, у гейміфікованому форматі набуває інтерактивності й привабливості. Таким чином, гейміфікаційні технології виступають як ефективний засіб модернізації іншомовної освіти, який поєднує навчальну мету з ігровими елементами для досягнення сталих результатів у формуванні граматичної компетентності студентів-філологів.

Психолого-педагогічні особливості гейміфікації визначаються її здатністю поєднувати когнітивний, емоційний і соціальний вплив на студента. Гейміфікація не обмежується технічним використанням ігрових механік, а виступає методологічним підходом, який враховує закономірності мотивації, розвитку уваги, пам'яті, мислення та емоційного залучення [4; 7]. Вона сприяє формуванню внутрішньої мотивації через досягнення, змагання й співпрацю, створюючи безпечне середовище для навчального ризику та самовираження. Під час опанування граматики англійської мови — розділу, що традиційно вважається складним і формальним, — ігрові елементи допомагають подолати тривожність, підвищують упевненість і формують позитивне ставлення до навчання [1].

Крім того, гейміфікація реалізує принципи особистісно орієнтованого й діяльнісного підходів, забезпечуючи індивідуалізацію завдань і можливість адаптації рівня складності до здібностей студента. Використання квестів, рольових ігор, турнірів, бейджів і рейтингів формує навички комунікації, самоорганізації, критичного мислення та командної роботи. Для викладача гейміфіковані платформи (Kahoot!, Quizizz, Duolingo) спрощують моніторинг прогресу й надають миттєвий зворотний зв'язок. Таким чином, гейміфікація у викладанні граматики англійської мови постає як психолого-педагогічно обґрунтована система, що поєднує навчальну дисципліну з елементами гри,

сприяє розвитку когнітивної активності, емоційного комфорту та формуванню цілісної, мотивованої мовної особистості майбутнього філолога.

Сучасна методика викладання граматики англійської мови у вищій школі ґрунтується на поєднанні когнітивно-комунікативного та компетентнісного підходів, у межах яких гейміфікація розглядається як ефективний засіб активізації навчальної діяльності студентів. Вона дозволяє інтегрувати навчальні цілі з ігровими механіками, забезпечуючи природне залучення до опанування граматичних структур через позитивні емоції та змагальність. Запропонована у трьохетапна модель (аналітико-проектувальний, практико-реалізаційний та аналітико-оцінювальний етапи) [8] передбачає планування, реалізацію й оцінювання гейміфікованого процесу. На першому етапі визначаються цілі, граматичні теми та відповідні платформи (Kahoot!, Wordwall, Duolingo, Classcraft); на другому — створюються ігрові сценарії та завдання різної складності; на третьому — здійснюється аналіз результатів, зворотний зв'язок і корекція курсу.

Педагогічна ефективність гейміфікації зумовлена узгодженістю між навчальним дизайном, мотиваційними механізмами та цифровими інструментами. Такий підхід забезпечує гнучкість, індивідуалізацію та адаптивність навчання. Сучасні наукові праці доводять, що гейміфікація сприяє розвитку внутрішньої мотивації, зниженню тривожності, підвищенню самостійності та когнітивної активності студентів [6].

Поєднання кількох платформ у межах змішаного навчання (Moodle, Google Classroom) [2] дозволяє систематизувати навчальний матеріал, автоматично фіксувати результати та зберігати індивідуальні траєкторії прогресу. Практичне використання цих інструментів показало, що інтеграція гейміфікації підвищує пізнавальний інтерес, сприяє кращому запам'ятовуванню граматичних структур та формує позитивне ставлення до навчання. Тож, ефективне застосування цифрових платформ створює інтерактивне, мотивуюче

й результативне середовище для формування граматичної компетентності майбутніх філологів.

Експериментальне дослідження даної теми було спрямоване на перевірку ефективності використання гейміфікаційних технологій у формуванні граматичної компетентності студентів-філологів під час вивчення англійської мови. Воно проводилося протягом другого семестру серед студентів четвертого курсу заочної форми навчання факультету іноземних мов Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна (49 осіб, групи ЯА-41 та ЯА-42). Основним навчальним матеріалом став посібник «English Verbals in Context» (І. Сverdlova, І. Скрипнік), що охоплює всі нюанси вивчення вербідів. Перевірка ефективності відбувалася у три етапи: констатувальний — визначення вихідного рівня знань; формувальний — упровадження гейміфікаційних інструментів; контрольний — оцінювання підсумкових результатів. Експериментальна група навчалася із використанням Kahoot!, Quizizz, Wordwall, Duolingo, тоді як контрольна працювала за традиційною методикою без елементів гри.

Рівень сформованості граматичної компетентності оцінювався за трьома критеріями: когнітивним (знання правил), операційним (уміння застосовувати структури у мовленні) та афективним (мотивація до самостійного навчання). Отримані результати засвідчили істотне покращення у студентів експериментальної групи: частка з високим рівнем граматичної компетентності зросла з 17% до 46%, а з низьким — зменшилася з 34% до 6%. Крім того, анкетування показало, що 92% студентів відзначили зростання інтересу до граматики, а 85% — відчутне зниження тривожності під час виконання завдань. Вони відзначали, що формат гри полегшував запам'ятовування структур і створював атмосферу підтримки та змагання.

Результати експерименту підтвердили ефективність запропонованої гейміфікованої моделі навчання. Вона забезпечує підвищення якості засвоєння граматичних структур, розвиток самоконтролю, формування позитивного

ставлення до навчання та внутрішньої мотивації. Запропонована трьохетапна модель (аналітико-проектувальний, практико-реалізаційний, аналітико-оцінювальний етапи) може бути адаптована для змішаного навчання у Moodle або Google Classroom. Таким чином, гейміфікаційні технології довели свою ефективність як засіб формування граматичної компетентності студентів-філологів і є перспективним напрямом удосконалення методики викладання англійської граматики у вищій школі.

Подальші розвідки доцільно спрямувати на розроблення інтегрованої системи гейміфікованого навчання англійської граматики для студентів-філологів із використанням адаптивних алгоритмів штучного інтелекту. Перспективним є також порівняльний аналіз ефективності гейміфікації у дистанційному, змішаному та аудиторному форматах навчання, а також вивчення впливу ігрових механік на формування інших складових мовної компетентності — лексичної, комунікативної та дискурсивної.

Література

1. Тарнопольський О. Б., Кожушко С. П., Кабанова М. Р. Гейміфікація в навчанні іноземних мов у вищій школі. *Сучасні технології навчання іноземних мов і культур. Іноземні мови*. 2018. № 3 (95). С. 15—22. URL: <https://ir.duan.edu.ua/items/1d8c8d3d-dce6-46fe-a411-bc5ba43fcdff> (Дата звернення: 29.10.2025).
2. Цифрова трансформація освіти: теоретико-методичні засади: кол. мон. Київ, 2024. 382 с. URL: https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/745271/1/%21%21%212.01.25_Монографія.pdf (Дата звернення: 29.10.2025).
3. Шелудченко С. Б., Корень А. М. Інструменти гейміфікації як мотиватор при навчанні англійської мови. *Академічні студії. Серія «Педагогіка»*. 2024. В. 2. С. 44—50. DOI: <https://doi.org/10.52726/as.pedagogy/2024.2.7>.
4. Deci E. L., Ryan R. M. Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness. New York: Guilford Press, 2017. URL: https://www.researchgate.net/publication/321350169_Ryan_R_M_et_Deci_E_L_201

7_Selfdetermination_theory_Basic_psychological_needs_in_motivation_developmen
t_and_wellness_New_York_NY_Guilford_Press (Last accessed: 10.09.2025). 5. Deterding S., Dixon D., Khaled R., Nacke L. From game design elements to gamefulness: Defining “gamification.” In: *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference*. 2011. P. 9—15. ACM. DOI: <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>. 6. Hamari J., Koivisto J., Sarsa H. Does gamification work? — A literature review of empirical studies on gamification. In: *Proceedings of the 47th Hawaii International Conference on System Sciences*. 2014. P. 3025—3034. IEEE. DOI: <https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.377>. 7. Kapp K. The Gamification of Learning and Instruction: Game-based Methods and Strategies for Training and Education. San Francisco, CA: Pfeiffer, 2012. ISBN: 9781118096345. URL:https://www.researchgate.net/publication/273947281_The_gamification_of_learning_and_instruction_Gamebased_methods_and_strategies_for_training_and_education_San_Francisco_CA_Pfeiffer (Last accessed: 10.09.2025). 8. Schlag R., Sailer M. Gamifizierung synchroner Lernaktivitäten in der Hochschullehre: ein systematischer Literaturüberblick. *Die Hochschullehre*. 2020. 17 (2). P. 1—20. DOI: <https://doi.org/10.3278/HSL2138W>.

УДК 81'23 + 811.111'23

КОГНІТИВНІ АСПЕКТИ РЕПЕРСПЕКТИВІЗАЦІЇ В АНГЛОМОВНИХ ІНТЕРВ'Ю КОЛИШНІХ ПРОПАГАНДИСТІВ ТРЕТЬОГО РЕЙХУ

Боголюбова А. В. (Харків)

Науковий керівник: док. філол.наук, проф. Бондаренко Є. В.

Анотація: Боголюбова А. В. Когнітивні аспекти реперспективізації в англomовних інтерв'ю колишніх пропагандистів Третього Рейху. У статті здійснено аналіз когнітивно-дискурсивних аспектів реперспективізації в англomовних інтерв'ю осіб, які були причетними до пропаганди Третього Рейху. Реперспективізація розглядається як процес

переосмислення власного минулого через зміну наративної перспективи, що поєднує когнітивні механізми пам'яті, оцінки та самоідентифікації. Реперспективізація виявляється ключовою когнітивною операцією, яка дозволяє респондентам адаптувати власні біографічні наративи до сучасних моральних і культурних координат. Визначено основні стратегії мовного та когнітивного конструювання минулого – когнітивні (фреймові зсуви, темпоральна релокація, ідеологічна ренаративізація) та мовні (деагенталізація, евфемізація, метафоричне переозначення). Доведено, що дані інтерв'ю функціонують не лише як джерело історичної пам'яті, а й як інструмент моральної легітимації, де мовна форма слугує способом когнітивного відновлення «прийнятного» образу себе.

Ключові слова: інтерлінгвальна адаптація, когнітивні механізми, метафоричне моделювання, реперспективізація, темпоральні переозначення, фрейм,

Summary: Boholiubova A.V. Cognitive aspects of re-perspectivization in English-language interviews with former propagandists of the Third Reich. The article examines the cognitive and discursive mechanisms of re-perspectivization in the English-language interviews with persons who related to the crimes of the Third Reich. Re-perspectivization is defined as a cognitive-linguistic process through which speakers reframe their biographical narratives, reconstructing past experiences within updated moral and ideological frameworks. This process emerges as a key cognitive operation that enables speakers to adapt their biographical narratives to contemporary moral and cultural coordinates. The study identifies such key cognitive and linguistic strategies as frame shifts, temporal relocation, ideological re-narrativization, de-agentivation, euphemization, metaphorical redefinition, and ideological reframing as tools of narrative adaptation and moral self-rehabilitation. It is shown that these interviews function not only as sources of historical memory but also as instruments of moral legitimation, where linguistic form serves as a means of cognitively restoring a *socially acceptable* self-image.

Keywords: cognitive mechanisms, euphemization, frame, interlingual adaptation, metaphorical modelling, re-perspectivization, temporal re-interpretations.

Глибоке розуміння сучасної когнітивної лінгвістики неможливе без аналізу механізмів, за допомогою яких людина переосмислює власний досвід і формує наратив про минуле [4]. В англomовних інтерв'ю колишніх пропагандистів Третього Рейху ці процеси проявляються особливо виразно, адже вони відбуваються у просторі морального виправдання, де мовна структура тісно переплетена з пам'яттю, емоцією та ідеологією [6]. Реперспективізація в такому контексті виступає не просто як мовна дія, а як складна когнітивна операція, спрямована на відновлення суб'єктивного контролю над історичним наративом.

Метою цієї статті є виявлення й опис когнітивних стратегій, які забезпечують реперспективізацію в інтерв'ю людей, які брали участь в політичних подіях, спричинених нацистським режимом Третього Рейху.

Інтерв'ю були зафіксовані в англomовному медійному просторі в другій половині XX – на початку XXI ст.

Актуальність дослідження полягає, по-перше, в необхідності поєднання когнітивного та наративного підходів до аналізу медіадискурсу пам'яті [8], де переосмислення минулого відбувається через зміну лінгвістичної перспективи; по-друге, у зростаючій ролі інформаційного суспільства постправди, в якому реконструкція наративів стає інструментом формування альтернативних інтерпретацій історії; по-третє, у науковій необхідності дослідження лінгвальних стратегій маніпуляції, евфемізації, деагенталізації та зміни фреймів, які визначають способи говорити про минуле та формують нові інтерпретаційні рамки в сучасному медіапросторі.

Об'єктом дослідження є лінгвальні засоби маніпулятивної реперспективізації, що проявляються в англomовних інтерв'ю з колишніми пропагандистами чи симпатиками нацистської ідеології [11].

Предметом дослідження є когнітивно-дискурсивні механізми реперспективізації, що реалізуються через когнітивні стратегії переозначення, фреймових зсувів і метафоричного моделювання, а також їхнє мовне вираження [14].

Новизна дослідження полягає в тому, що вперше здійснюється системний аналіз лінгвістичних засобів реперспективізації саме в англomовних інтерв'ю колишніх ідеологічних агентів німецького нацизму. Ці тексти репрезентують феномен посттоталітарної мовної рефлексії, у якій когнітивні процеси пам'яті, провини та виправдання структурують індивідуальну оповідь про минуле [13]. Вивчення цих інтерв'ю дозволяє осмислити, як мова використовується для реконструювання моральної ідентичності, уникнення відповідальності та створення «нової версії» власного життєпису, придатної до публічного сприйняття [18]. Реперспективізація як когнітивна операція передбачає зміну точки зору оповідача – від позиції безпосереднього учасника до ретроспективного спостерігача, і реалізується через поєднання мовних,

когнітивних і дискурсивних стратегій. Мовні стратегії дистанціювання ґрунтуються на деагенталізації, яка здійснюється граматичними та семантичними засобами: заміною активних конструкцій пасивними (*mistakes were made* замість *I made mistakes*) [19], узагальненням суб'єктів дії (*we all believed at that time*) [15] чи перенесенням відповідальності на зовнішні обставини (*it was the atmosphere of the time*) [2]. Поряд із цим функціонує мовно-когнітивна стратегія евфемізації, що передбачає заміну травматично або морально маркованих назв більш нейтральними (*political campaign, message coordination, information service*) [3] і виконує когнітивну функцію зниження внутрішнього дисонансу між минулим досвідом та сучасною ідентичністю мовця [17]. На рівні дискурсу реперспективізація проявляється у фреймових зсувах, коли мовець змінює інтерпретаційну схему подій, заміщуючи фрейм «пропаганди» фреймами «професійної журналістики» або «служби державі». Така когнітивно-дискурсивна перебудова дозволяє репозиціонувати власну діяльність як технічну чи інформаційну, а не ідеологічну, зберігаючи позитивну самооцінку та вписуючи минуле у прийнятні етичні координати [7].

Реперспективізація як феномен не обмежується зміною суб'єкта дії – вона охоплює і темпоральні переозначення, тобто маніпуляції з часом у межах біографічного наративу. Інтерв'юювані особи часто структурують свою розповідь не лінійно, а циклічно: події минулого коментуються крізь призму сучасності, а моральна оцінка накладається заднім числом. Такі зсуви часу створюють ефект когнітивного дистанціювання – співрозмовник ніби спостерігає за самим собою як за персонажем історії, чим досягає часткового звільнення від відповідальності [5]. Мовні маркери цього процесу — це насамперед дієслівні форми минулого з усталеними рамками оцінки: *At that time we did not realize..., It seemed right then, though now I see it differently* [10].

Темпоральна реконструкція також пов'язана з емоційною економією мовця: минуле часто редукується до низки раціоналізованих епізодів, у яких домінують причинно-наслідкові зв'язки, а не емоційні реакції. Так формується

«збалансований» образ минулого, який зручний для комунікації з сучасною аудиторією. Водночас, повторювані вживання конструкцій на кшталт *it was a different time, people thought differently then* [12] функціонують як універсальні виправдальні рамки – когнітивні фільтри, що дозволяють зняти моральну напругу. Не менш важливу роль у процесі переосмислення відіграє метафоричне моделювання. Колишні пропагандисти часто описують власну діяльність у термінах «служіння», «боротьби», «захисту» чи «заблудження». Такі метафори перетворюють політичну участь на екзистенційну драму: *We were caught in a storm, We followed a path we thought was light* [9]. Метафора СВІТЛА й ТЕМРЯВИ в цьому контексті є однією з найстійкіших – вона дає змогу перекодувати злочинну діяльність у морально двозначний пошук істини, тобто здійснити когнітивну операцію етичного відбілювання.

У межах дискурсу інтерв'ю відбувається також фокалізаційна реперспективізація – зміна оптичного центру сприйняття. Від «я-оповідача» (егоцентричної позиції) респонденти часто переходять до колективної або зовнішньої перспективи: *We were part of something bigger, History judged us all* [15]. Цей тип наративної перебудови створює ефект історичного детермінізму: мовці прагнуть показати себе не індивідуальними винуватцями, а елементами великої історичної машини [2]. Так формується когнітивний сценарій безособової участі, який мінімізує особисту провину.

Ще однією ключовою стратегією реперспективізації є інтерлінгвальна адаптація, яку розуміємо як інтегровану когнітивно-мовну стратегію перекодування наративу з німецької мови в англійську. Переклад у цьому контексті не є нейтральною технічною операцією: він одночасно спричиняє мовні зсуви (заміна лексики, стилістичні пом'якшення) та когнітивні зміни фреймів (переформатування інтерпретаційної схеми подій). Зокрема, англomовна версія дискурсу частіше апелює до універсальних категорій *human tragedy, lost generation, propaganda as a lesson* [1], уникаючи етнонаціональних маркерів, властивих вихідному німецькомовному середовищу. У результаті

репрезентується не конкретизована історична відповідальність, а узагальнений «загальнолюдський» досвід провини й покаяння. Таке семантичне розширення сприяє моральній нейтралізації індивідуальної участі, водночас підвищуючи когнітивну прийнятність наративу для західної аудиторії.

У процесі реперспективізації спостерігається взаємодія двох рівнів – когнітивного (індивідуального осмислення) та комунікативного (публічного повідомлення). Перший рівень виявляє механізми пам'яті, відбору інформації, приглушення чи акцентування певних подій; другий – формує соціально прийнятну оповідь, у якій баланс між правдою і самозахистом визначається очікуваннями аудиторії [19]. Таким чином, реперспективізація виступає актом комунікативної адаптації, що узгоджує індивідуальну моральну історію з колективним моральним порядком. Аналіз корпусу з 5 англомовних інтерв'ю, відібраних із документальних серіалів BBC, мемуарно-документальних проєктів (*The Nazis: A Warning from History*, *Hitler's Children*), а також архівних усних свідчень (USC Shoah Foundation), показує, що процес реперспективізації супроводжується появою повторюваних лінгвістичних шаблонів, укорінених у специфіці семантичних полів: лексеми на позначення каяття (*regret, mistake, misjudgment*), фрейми спокути (*learning, reflection, forgiveness*), а також темпоральні й модальні маркери умовності (*would have, might, could*) [10], які сигналізують про дистанціювання від колишньої позиції. Застосування таких засобів демонструє, що реперспективізація функціонує як мовний інструмент самотерапії, за допомогою якого мовець прагне реконструювати власний досвід у прийнятній для сучасного публічного контексту формі та відновити контроль над інтерпретацією власної історії.

У процесі аналізу інтерв'ю виявлено, що реперспективізація реалізується не одномоментно, а через низку повторюваних когнітивно-дискурсивних кроків, які умовно можна описати як послідовність переосмислення досвіду. Передусім мовці відтворюють власну роль у подіях через актуалізацію вибіркового спогаду (напр., *I only worked on technical matters* [10]), далі

переоцінюють минуле з позиції теперішніх моральних стандартів (*Looking back, we all misunderstood the situation* [4]), а завершальним етапом стає адаптація цієї нової версії досвіду до очікувань англомовної аудиторії (*It was a lesson for all humanity* [15]).

Такі повторювані патерни дозволяють описувати реперспективізацію як ментально-комунікативний процес, у якому когнітивні зусилля (зміна фреймів, перенесення відповідальності, реконфігурація причинно-наслідкових зв'язків) поєднуються з когнітивно-дискурсивними стратегіями дистанціювання та моральної нейтралізації, а також їхньою мовною реалізацією – передусім евфемізацією.

Аналіз інтерв'ю також засвідчує важливу роль медіаконтексту – умов, у яких формується й транслюється висловлювання. Більшість англомовних інтерв'ю з колишніми пропагандистами Третього Рейху створювалися для телевізійних документальних проєктів, газетних матеріалів або цифрових архівів пам'яті, що зумовлює специфічні очікування щодо тону, самопрезентації та допустимого рівня рефлексії. Саме формат медіа впливає на те, як оповідач структурує свій досвід, які елементи минулого актуалізує або пом'якшує, а які – опускає, адаптуючи наратив до потреб аудиторії.

Аналіз корпусу інтерв'ю демонструє, що медійний формат істотно впливає на спосіб подання наративу: у телевізійних і документальних проєктах висловлювання поєднуються з архівними кадрами та візуальними коментарями, які підсилюють або коригують інтерпретацію сказаного [16]. У такому мультимодальному середовищі мовці схильні адаптувати оповідь до очікувань англомовної аудиторії: пом'якшують формулювання, актуалізують мотиви рефлексії й каяття або використовують узагальнювальні конструкції на кшталт *We all made mistakes* [10].

Регулярність цих прийомів свідчить, що орієнтація на медійну публіку стає складовою стратегії реперспективізації: оповідач не лише переосмислює власний досвід, а й добирає форму його подання так, щоб забезпечити емоційну прийнятність і моральне

дистанціювання. У цьому сенсі специфіка медіасередовища виступає не окремим теоретичним виміром, а практичним механізмом адаптації індивідуальної історії до публічного формату інтерв'ю. Варто підкреслити, що процес реперспективізації не обмежується індивідуальним рівнем. Він є елементом дискурсу історичної відповідальності, у межах якого відбувається переоцінка тоталітарного минулого через нові культурні коди. У цьому сенсі інтерв'ю з колишніми пропагандистами перетворюються на артефакти посттоталітарної пам'яті – не лише як джерело фактів, а як символічні акти переосмислення провини. Когнітивна перспектива дозволяє розглядати цей процес як різновид ментального перекладу: перекодування власного досвіду з мови минулого в мову сучасного морального порядку. Такий переклад супроводжується зміною фреймів, заміною причинно-наслідкових ланцюгів, а також частковою «реморалізацією» подій, що колись були ідеологічно виправдані. У результаті формується не структура «я, що визнає», а радше «я, що раціоналізує» – наративна позиція, яка імітує визнання, але фактично виконує функцію самовиправдання. Саме така псевдорефлексивна позиція і є центральним механізмом моральної реперспективізації.

З наукової точки зору, дослідження когнітивних аспектів реперспективізації розкриває потенціал інтеграції когнітивної лінгвістики, наратології, психології пам'яті та медіа-комунікації. Аналізуючи способи, якими мова структурує пам'ять, можна не лише зрозуміти механізми посттоталітарного мислення, а й розробити нові методики критичного читання історичних інтерв'ю – як у контексті освіти, так і в практиці медіаграмотності.

Реперспективізація в англомовних інтерв'ю колишніх пропагандистів Третього Рейху є складним когнітивно-дискурсивним процесом, що поєднує індивідуальне осмислення минулого з колективними механізмами моральної реінтеграції. Через мову здійснюється реконструкція ідентичності, де провина трансформується у досвід, а минуле – у наративний ресурс самовиправдання. Стратегії реперспективізації – когнітивні (фреймові зсуви, темпоральні

переозначення, інтерлінгвальна адаптація) та їхня мовна реалізація (деагенталізація, евфемізація) – забезпечують відновлення когерентності між «я минулим» і «я теперішнім». Реперспективізація у цьому сенсі є не лише індивідуальною мовною дією, а й суспільним актом переосмислення тоталітарного спадку через лінгвістичну реконструкцію пам'яті. Перспективи подальших досліджень полягають у міждисциплінарному вивченні когнітивних сценаріїв самонаративу, а також у створенні корпусів англomовних інтерв'ю для компаративного аналізу дискурсивних стратегій виправдання, дистанціювання та каяття в різних культурних середовищах. Особливу цінність має залучення автоматизованих лінгвістичних інструментів для виявлення частотних моделей фреймових зсувів та семантичних евфемізмів.

Література

1. Althusser L. Ideology and Ideological State Apparatuses (Notes towards an Investigation). In: Lenin and Philosophy and Other Essays. New York: Monthly Review Press, 1971. P. 127–186.
2. Blackbourn D. History and the Culture of the Third Reich. London, 2003. 312 p.
3. Bondarenko Y. Tools of Explicit Propaganda: Cognitive Underpinnings. Open Journal of Modern Linguistics. 2020. Vol. 10. P. 23–48.
4. Bruner J. Acts of Meaning. Cambridge (MA): Harvard University Press, 1990. 181 p.
5. Chatman S. Story and Discourse: Narrative Structure in Fiction and Film. Ithaca: Cornell University Press, 1978. 277 p.
6. Fairclough N. Language and Power. London, 1989. 259 p.
7. Fillmore C. J. Frame Semantics. In: Linguistics in the Morning Calm. Seoul: Hanshin, 1982. P. 111–137.
8. Fisher W. R. Human Communication as Narration: Toward a Philosophy of Reason, Value, and Action. Columbia: University of South Carolina Press, 1987. 271 p.
9. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. Chicago: University of Chicago Press, 1980. 242 p.
10. Goldensohn L. The Nuremberg Interviews: An American Psychiatrist's Conversations with the Defendants and Witnesses. New York, 2004. 480 p.
11. Herf J. Nazi Propaganda and the Images of the Enemy. New Haven, 2006. 300 p.
12. Jameson F. The Political Unconscious: Narrative as a Socially Symbolic Act. Ithaca:

Cornell University Press, 1981. 320 p. 13. Kershaw I. The “Hitler Myth”: Image and Reality in the Third Reich. Oxford, 1987. 312 p. 14. Langacker R. W. Foundations of Cognitive Grammar. Vol. 1: Theoretical Prerequisites. Stanford: Stanford University Press, 1987. 516 p. 15. Rees L., Woodward J. The Nazis: A Warning from History. BBC Documentary Series. London, 1997. 16. Sands P. What Our Fathers Did: A Nazi Legacy. Documentary interview with Niklas Frank and Horst von Wächter. London, 2015. 17. Savage R. J. “Disease Incarnate”: Biopolitical Discourse and Genocidal Dehumanisation. Journal of Historical Sociology. 2022. Vol. 35 (2). P. 177–197. 18. Welch D. Propaganda and the German Public 1918–1945. London, 2001. 288 p. 19. Wodak R. Critical Discourse Analysis and the Politics of Power. London: Sage, 1999.

УДК 811.111'42:004.738.5

РЕАЛІЗАЦІЯ ФАТИЧНОЇ ФУНКЦІЇ МОВИ В ІНТЕРНЕТ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ЧАТІВ)

Бондарева В. Ю. (Харків)

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

Анотація: Бондарева В. Ю. Реалізація фатичної функції мови в інтернет дискурсі (на матеріалі англomовних чатів). У статті вивчається реалізація фатичної функції мови в англomовному інтернет дискурсі. Досліджено засоби спілкування на фазах встановлення, підтримки та розмикання контакту в різних ситуаціях взаємодії комунікантів в неформальних чатах. У результаті дослідження, заснованого на аналізі неформальних інтернет-чатів, вивчено інструменти фатичної функції мови. Досліджено феномени карнавалізації та small talk-у межах інтернет-комунікації.

Ключові слова: встановлення, інтернет дискурс, карнавалізація, мовні формули, онлайн середовище, підтримка та розірвання контакту, фатична функція мови, цифровий простір, small talk

Summary: Bondareva V. Yu. Implementation of the phatic function of language in the Internet discourse (a case study of the English-language chats). This article examines the

realization of the phatic function of language in English-language Internet. The study explores means of communication at the stages of establishing, maintaining, and breaking communicative contact in various situations of interaction between participants in informal chats. As a result of the research based on the analysis of informal Internet chats, tools of phatic function of language. In addition, the phenomena of carnivalization and small talk within Internet communication were examined.

Key words: carnivalization, digital space, establishing, Internet discourse, language formulas, maintaining and breaking contact, online environment, phatic function of language, small talk

У сучасну епоху цифрової комунікації, що стрімко набуває обертів, інтернет-дискурс постає як одна з найважливіших сфер лінгвістичних досліджень. Активний розвиток онлайн-середовища, соціальних мереж та чатів зумовлює появу нових форм мовної взаємодії, у яких особливу значущість має фатична функція мови. Саме вона набуває виразних форм, спрямованих не на передачу фактичного змісту, а на підтримання контакту між співрозмовниками, створення атмосфери невимушеності та соціальної близькості.

Актуальність цієї теми зумовлена зростанням ролі цифрової комунікації, яка охоплює всі сфери сучасного життя та формує нові умови реалізації мовних функцій. Фатична функція мови в цьому контексті набуває нових форм і засобів вираження, проте її прояви в англomовних інтернет-чатах залишаються недостатньо вивченими.

Наукова новизна дослідження полягає у його міждисциплінарному характері, адже отримані результати можуть бути використані як у теоретичних лінгвістичних студіях, так і в практиці міжкультурної комунікації та викладанні іноземних мов.

Об'єктом дослідження став англomовний інтернет-дискурс як специфічна форма сучасної комунікації. А предметом виступила фатична функція мови та специфіка її реалізації в англomовних інтернет чатах (зокрема, у процесі повсякденного неформального спілкування, що відбувається у чат-додатках для міжкультурної комунікації).

Метою дослідження є виявлення особливостей реалізації фатичної функції мови в англomовному інтернет-дискурсі та визначення її ролі у процесі встановлення, підтримання й регулювання комунікативного контакту між

учасниками онлайн-спілкування.

Згідно з коротким тлумачним словником лінгвістичних термінів, дискурс – це зв'язне мовлення, що здійснюється в конкретних соціокультурних і психологічних умовах та відображає ситуацію безпосередньої мовної діяльності з урахуванням форми спілкування і поведінкових аспектів мовця. [2, с. 47–48] У другій половині XX ст. мовознавці почали розглядати дискурс як поєднання тексту, мовлення та комунікативної ситуації, у межах якої вони функціонують. Саме прагнення пояснити цей комплексний характер комунікації зумовило активне використання терміна дискурс, який уперше запровадив Зелліг Гарріс у 1952 р. у словосполученні *discourse analysis* – «аналіз зв'язного мовлення чи письма». [3; 36]

Особливе місце серед різновидів посідає інтернет-дискурс, який у сучасних умовах цифрової комунікації набуває дедалі більшого значення і потребує окремого аналізу. Його соціокультурні, прагматичні та технічні риси формують нові типи комунікативних практик, що суттєво відрізняються від традиційних моделей дискурсу та надають цьому типу дискурсу характерні тільки для нього лінгвістичні особливості.

Інтернет-дискурс обґрунтовано виокремлюють як самостійний тип дискурсу насамперед за критерієм каналу комунікації. На відміну від традиційних форм – усної та письмової – він реалізується за допомогою цифрових технологій і функціонує у віртуальному просторі. Такий спосіб передавання інформації зумовлює специфічні риси інтернет-дискурсу: технічну опосередкованість, мультимодальність, синхронність або асинхронність, а також невизначеність адресата. [7, с. 233–236] Дослідники І. С. Шевченко, О. І. Морозова, А. Д. Бєлова розглядають його як окрему типологічну одиницю, що формується під впливом техніко-семіотичних чинників. [1; с. 304]

Особливістю інтернет-дискурсу є зняття просторово-часових обмежень: учасниками комунікації можуть бути люди з різних регіонів і часових поясів, незалежно від соціального статусу. Така віртуальна взаємодія долає бар'єри

фізичної присутності, забезпечуючи спілкування як у режимі реального часу, так і асинхронно. Це сприяє виникненню нових соціальних практик і комунікативних моделей, що формують власні правила, норми та традиції мовної поведінки.

Ще однією визначальною рисою інтернет-дискурсу є анонімність і гнучкість соціальної ідентифікації. Відсутність чітких візуальних і соціальних маркерів (статі, віку, статусу) дозволяє учасникам створювати умовні або штучні ролі, визначені нормами конкретних онлайн-спільнот. Попри свою відкритість, інтернет-дискурс залишається залежним від технічних ресурсів – доступу до мережі, пристроїв і цифрової компетентності користувачів. [8, с. 64]

Відповідно до Н. Щкворченко, інтернет дискурс характеризується низкою конститутивних ознак, які визначають його як самостійний тип з огляду на специфіку цифрового середовища. До таких ознак належать:

- цифровий канал комунікації, що забезпечує передавання повідомлень у технічно опосередкованій формі;
- віртуальність, яка проявляється у взаємодії з уявним або анонімним співрозмовником;
- дистантність, тобто просторово-часова віддаленість між комунікантами;
- опосередкованість спілкування, зумовлена використанням електронних засобів комунікації;
- інтегративність, що полягає в поєднанні рис різних типів дискурсу – наукового, публіцистичного, ділового, побутового тощо.
- комп'ютерна етика, тобто система неписаних норм і правил поведінки у віртуальному просторі, що формується в межах цифрової культури. [8, с. 64]

Інтернет-дискурс вирізняється також низкою граматичних, лексичних і графічних особливостей, спільних для більшості цифрових платформ. Характерними є використання скорочень та акронімів (*WFH, AFAIK, IKR*), неологізмів і сленгових форм, що відображають динаміку онлайн-спілкування (*Yaaaaas, fam, It's lit*). Експресивності мовленню надають нестандартна

пунктуація, зміна регістру, емотикони та інші неалфавітні символи. Важливу роль відіграють і еративи – навмисно спотворені слова (*wut, dat, luv, cuz*), які виконують функцію передачі неформальності, іронії чи емоційного тону. Такі мовні засоби демонструють гнучкість, креативність і тенденцію до економії виражальних ресурсів, що є визначальними рисами англomовного інтернет-дискурсу [4, с. 75].

Особливе місце в структурі інтернет-дискурсу посідають чати – форма онлайн-комунікації, що поєднує риси усного та письмового мовлення. Вони вирізняються спонтанністю, неформальністю та високою динамікою обміну повідомленнями, що створює сприятливі умови для реалізації фатичної функції мови. Саме в чатах ця функція виявляється найвиразніше, адже основною метою взаємодії часто є не передавання інформації, а підтримання соціального контакту та відчуття залученості до спільноти.

Як зазначає Г. С. Поляєва, одним із ключових кодів чат-комунікації є невимушене, поверхнєве спілкування заради самого процесу комунікації, у якому домінує фатична функція мови. Такий стиль взаємодії, орієнтований на задоволення й розслаблення, можна порівняти з форматом «cocktail party» – неформальної вечірки або зустрічі в кафе. Приєднання до чат-кімнат чи онлайн-сервісів нагадує прихід до бару, де користувач спершу оцінює атмосферу, а потім долучається до розмови. Як і на «cocktail party», у чатах спостерігається хаотичний обмін репліками між багатьма учасниками, які обговорюють різні, часто не пов'язані між собою теми, прагнучи привернути увагу до власних висловлювань. [6, с. 104]

Фатичні засоби в онлайн-комунікації відіграють важливу роль на всіх етапах взаємодії: вони забезпечують встановлення контакту, підтримують комунікативний зв'язок під час діалогу та сприяють коректному завершенню розмови. Завдяки їм користувачі ініціюють спілкування, демонструють увагу до співрозмовника й уникають комунікативних розривів. Таким чином, фатична функція мови в інтернет-дискурсі виступає універсальним механізмом

підтримання безперервності та ефективності онлайн-спілкування.

Для розуміння реалізації фатичної функції мови важливо насамперед розглянути стратегії встановлення контакту між співрозмовниками. Саме цей етап визначає, як користувачі привертають увагу, ініціюють діалог і створюють умови для подальшої взаємодії в онлайн-середовищі.

Найпоширенішим способом встановлення контакту є використання типових формул привітання та запитів про справи, які виконують роль сигналу відкритості до спілкування, наприклад:

– *Hi! How are you?*

- *I'm good, how about you?*

Такі фрази знижують напруження, створюють дружню атмосферу та забезпечують плавний перехід до подальшої розмови.

Інший тип фатичної стратегії – нестандартні або персоналізовані запитання, що одразу залучають співрозмовника й стимулюють інтерес, наприклад:

– *Hey, what's your dream travel destination?*

Подібні звернення додають індивідуальності, активізують комунікацію та допомагають уникнути шаблонності.

У чатах також поширені прямі запрошення до спілкування, які слугують відкритим сигналом готовності до діалогу, як-от «*Let's chat!*» або «*Who wants to talk?*». Такі вислови виконують фатичну функцію, адже не стільки передають інформацію, скільки підтримують комунікативний контакт і стимулюють взаємодію між користувачами [5, с. 104].

Після встановлення початкового контакту наступним етапом комунікації є підтримка бесіди, яка в онлайн-середовищі реалізується через різні лінгвістичні стратегії, спрямовані на забезпечення безперервності діалогу та утримання уваги співрозмовника.

Наступним етапом є підтримка комунікативного контакту. Одним із найпоширеніших засобів підтримання контакту є вигук (*ah, oh, okay*), які

передають емоції, підтверджують розуміння й підтримують динаміку розмови:

– *We reached -30 degrees this week*

– *Oh god!*

Такі реакції допомагають моделювати інтонацію, передати емоційне забарвлення та компенсувати відсутність невербальних сигналів, характерних для усного мовлення.

Іншим ефективним засобом є фрази підтримки та згоди, що демонструють увагу й залученість до спілкування:

– *I have a lot of studying lately.*

– *Ahh me too!!*

Подібні вислови створюють атмосферу взаєморозуміння та сприяють тіснішій взаємодії між учасниками діалогу.

Крім того, у чатах часто використовується стратегія завершення реплік питанням, що стимулює подальший розвиток теми:

– *That's really cool! What English literature have you read?*

Такі питання підтримують динаміку розмови, виражають зацікавлення та забезпечують плавність комунікативного потоку.

До засобів підтримки контакту належать і риторичні питання, які не потребують відповіді, але створюють ефект близькості та спільності досвіду. Вони допомагають зберігати природність діалогу та підкреслюють емоційну взаємодію між співрозмовниками. Наприклад:

- *Chaos, right?*

- *As usual.*

На відміну від усного мовлення, у текстових чатах відсутні паузові заповнювачі чи шуми, тому підтримка контакту реалізується переважно через активні мовні стратегії – вигуки, уточнювальні та риторичні питання, фрази згоди й підтримки, які забезпечують безперервність і природність онлайн-комунікації.

В онлайн-чатах завершення розмови має специфічний характер: учасники

часто припиняють діалог одразу після завершення теми, без використання вербальних маркерів прощання. Це відрізняє текстове спілкування від усного, де зазвичай застосовуються спеціальні сигнали для закриття бесіди. Наприклад:

– *btw have you watched the new season of Stranger Things yet?*

– *Yeah, just finished it. The ending was wild.*

– *Totally! Didn't expect that twist with Max.*

– *For sure. I wonder when the next season's coming out.*

– *Probably next year, they're still filming I think.*

– *Oh.*

(4.5 hours later)

– *I've just seen such a cute cat outside!!*

Як видно з прикладу, діалог залишається «відкритим» і може бути відновлений у будь-який момент. Із понад 15 досліджених розмов лише одна мала формальне завершення – *«have to go, let's chat later. Have a great day!!»*, тоді як інші продовжувалися спонтанно після паузи.

У подальшій взаємодії виявляються два способи відновлення контакту: або через стандартні привітання або запитання на кшталт *«Hi, how are you?»*, або через безпосереднє продовження попередньої теми чи нове випадкове питання.

Така гнучкість пояснюється асинхронністю онлайн-комунікації та неформальністю цифрового середовища, у якому розмова може залишатися незавершеною без втрати контакту між співрозмовниками.

Карнавалізація в онлайн-комунікації проявляється як використання мовних і графічних засобів, що створюють ефект гри, знижують соціальні бар'єри та порушують звичні комунікативні норми. В англomовних чатах це виявляється через жарти, іронію, гру слів, а також через використання нікнеймів, аватарок, мемів і емодзі, які виконують роль своєрідних «карнавальних масок». Анонімність і відсутність соціального контролю дозволяють користувачам експериментувати зі стилем мовлення, емоційними виразами та ролями, створюючи атмосферу свободи й невимушеності. Таким чином, карнавалізація

сприяє формуванню відкритого, емоційно насиченого комунікативного простору, де гра та самовираження стають ключовими складниками цифрової взаємодії.

Small talk у цифровій комунікації є одним із ключових засобів реалізації фатичної функції мови. Попри відсутність значного інформативного навантаження, такі невимушені обміни репліками забезпечують емоційний контакт між співрозмовниками, створюючи дружню атмосферу та сприяючи підтримці соціальної взаємодії. В англomовних чатах small talk особливо поширений під час першого контакту або знайомства, адже дозволяє розпочати розмову без ризику порушення особистих кордонів. Типові теми охоплюють погоду, музику, фільми, подорожі чи хобі, виконуючи роль м'якого вступу до глибшої бесіди. Емоційна насиченість досягається за допомогою коротких реакцій (*oh, wow, haha, lol, omg*), емодзі та графічних елементів, які компенсують відсутність невербальних сигналів. Отже, small talk виконує важливу соціальну функцію – підтримує контакт, зберігає динаміку спілкування та формує позитивний емоційний фон комунікації.

Таким чином, дослідження продемонструвало, що англomовні інтернет чати є важливим джерелом для вивчення міжособистісної взаємодії. У чатах спостерігаються спонтанність, гнучкість, асинхронність та адаптивність до середовища. Спосіб обміну інформацією в чатах створює ефект динамічної, невимушеної комунікації, де фатична мова стає ключовим механізмом підтримки соціальних зв'язків і формування дружньої атмосфери.

Фатична функція мови в інтернет-чатах реалізується у специфічний спосіб, зумовлений особливостями цифрового середовища. Анонімність надає користувачам свободу експериментувати з мовленнєвими стратегіями та ролями, тоді як асинхронність дозволяє вести діалог у зручному темпі, не втрачаючи зв'язку між репліками. Письмовий формат, обмежуючи використання паралінгвістичних засобів, компенсується короткими реакціями, вигуками, емодзі та іншими графічними елементами. Відсутність чітких

маркерів завершення бесіди й можливість легко відновлювати спілкування забезпечують неперервність і гнучкість взаємодії. Це свідчить про те, що фатична мова в онлайн-комунікації адаптується до умов цифрового дискурсу та виконує провідну роль у підтриманні соціальних контактів і створенні дружньої, невимушеної атмосфери.

Дослідження також підтвердило значення явищ карнавалізації та small talk у цифровому дискурсі. Карнавалізація забезпечує відчуття свободи, дозволяючи тимчасово виходити за межі усталених соціальних норм, тоді як small talk сприяє встановленню та підтриманню контакту, формуючи позитивний емоційний фон спілкування. У поєднанні ці явища створюють динамічну модель цифрової комунікації, у якій взаємодія набуває більшої гнучкості, неформальності та емоційної відкритості.

Перспективи подальшої роботи полягають у вивченні, аналізі та науковому обґрунтуванні використання фатичної функції мови в англomовному інтернет-дискурсі. Основною метою таких досліджень може стати порівняння способів реалізації фатичної функції мови в міжособистісному безпосередньому спілкуванні та в онлайн-комунікації.

Література

1. Белова А. Д. Лінгвістичні аспекти аргументації. Київ, 2003. 304 с.
2. Єрмоленко С. Я., Бибик С. П., Тодор О. Г. Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів. Київ, 2001. С. 47–48.
3. Карпенко М. Ю. Лінгвістичні особливості інтернет-дискурсу. *Мова*, 2016, № 26, С. 5.
4. Ланчуковська Н. В., Шальов А. С. Інтернет-дискурс – лінгвістичний аспект. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 2023, № 60, т. 1, С. 75.
5. Матюхіна Ю. В., Шпак О. В. Реалізація фатичної функції в англomовному інтернет-спілкуванні: еколінгвістичні особливості. Харків, 2025. 27 с.
6. Поваляєва Г. С. Реалізація фатичної функції у системі чат-комунікації. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки»*, 2014, № 2, С. 104.
7. Шевченко І. С., Морозова О. І. Проблеми типології

дискурсу. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / За заг. ред. І. С. Шевченко. Харків, 2005. С. 233–236. 8. Шкворченко Н. Інтернет-дискурс як лінгвістична категорія. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 2019, вип. 23, т. 3, С. 64.

Список джерел ілюстративного матеріалу

Знімки екрану з чатів, що відбувались в додатках для мовного обміну та соціальних мережах: 1. HelloTalk: URL: <https://www.hellotalk.com> (last access: 28.02.2025). 2. Tandem: URL: <https://tandem.net> (last access: 01.03.2025). 3. Instagram: URL: <https://www.instagram.com> (last access: 03.03.2025).

УДК 821.112.2–34.09

КОМПОЗИЦІЙНО-СТИЛІСТИЧНІ, ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ТА ДИДАКТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КАЗОК ВІЛЬГЕЛЬМА ГАУФА

Борисова О. Г. (Харків)

Науковий керівник: докт. філол. наук, проф. Піхтовнікова Л. С.

Анотація: Борисова О.Г. Композиційно-стилістичні, лінгвостилістичні та дидактичні особливості казок Вільгельма Гауфа. Стаття присвячена аналізу казок Вільгельма Гауфа у трьох взаємопов'язаних площинах – композиційно-стилістичній, лінгвостилістичній та дидактичній. На матеріалі казок «Das kalte Herz», «Der Zwerg Nase», «Die Geschichte von dem kleinen Muck» та «Der Kalif Storch» простежено функції метафор, антитез, повторів, риторичних запитань, а також роль прозового шванку як жанрового і морального стрижня оповіді. Висвітлено методичний потенціал цих казок у навчанні німецької мови та вихованні моральних цінностей учнів. Підкреслено, що твори Гауфа поєднують художню естетику, етичну глибину та педагогічну універсальність.

Ключові слова: Вільгельм Гауф, дидактика, композиція, лінгвостилістичний, моральні цінності, німецька мова, поетика, стилістика, шванк.

Summary: Borysova O. H. Compositional, linguostylistic and didactic features of Wilhelm Hauff's fairy tales. The article is devoted to the analysis of Wilhelm Hauff's fairy tales in three interrelated dimensions – compositional-stylistic, linguostylistic and didactic. Based on the material of the tales *Das kalte Herz*, *Der Zwerg Nase*, *Die Geschichte von dem kleinen Muck* and *Der Kalif Storch*, the study traces the functions of metaphors, antitheses, repetitions, and rhetorical questions,

as well as the role of the prose Schwank as the genre and moral core of narration. The methodological potential of these tales in teaching the German language and fostering students' moral values is highlighted. It is emphasized that Hauff's works combine artistic aesthetics, ethical depth, and pedagogical universality.

Keywords: composition, didactics, german language, linguostylistic, moral values, poetics, schwank, stylistics, Wilhelm Hauff.

Проблема дослідження полягає у виявленні взаємозв'язку між композиційними, лінгвостилістичними та дидактичними компонентами художнього тексту як засобами естетичного й морального впливу на читача. У сучасній філологічній науці зростає інтерес до аналізу казки як жанру, що поєднує художню форму та етичну функцію. Дослідження має також практичний вимір – вивчення мовних і структурних засобів казок Гауфа може бути використане у методиці викладання німецької мови та формуванні міжкультурної компетентності студентів.

Об'єкт дослідження – казки Вільгельма Гауфа як художній і дидактичний феномен німецької літератури романтизму.

Предмет дослідження – композиційно-стилістичні, лінгвостилістичні та дидактичні особливості казок Вільгельма Гауфа («Das kalte Herz», «Der Zwerg Nase», «Die Geschichte von dem kleinen Muck», «Der Kalif Storch»).

Метою статті є комплексний аналіз композиційно-стилістичних і дидактичних особливостей казок Вільгельма Гауфа («Das kalte Herz», «Der Zwerg Nase», «Die Geschichte von dem kleinen Muck», «Der Kalif Storch») у контексті їх морально-етичної спрямованості.

Для досягнення мети визначено такі завдання:

- уточнити теоретичні засади понять композиція та стиль у лінгвостилістиці;
- дослідити функції метафор, антитез, повторів і риторичних запитань у структурі казок В. Гауфа;
- виявити зв'язок між композиційними моделями та морально-дидактичною настановою текстів;

- визначити можливості використання цих творів у навчанні німецької мови й формуванні етичних цінностей учнів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання композиційної організації та стилістики художнього тексту розроблялися у працях українських і зарубіжних учених (О. Селіванова, М. Гнатюк, О. Семенюк, В. Симоненко, К. Райс, Г. Вермеер та ін.). Значний внесок у розроблення теорії композиції здійснено в харківській лінгвостилістичній школі (Піхтовнікова Л. С. та послідовники), де композиція тлумачиться як система взаємопов'язаних формально-змістових елементів художнього тексту. Попри наявність численних досліджень, недостатньо вивчено інтеграцію композиційно-стилістичних і дидактичних аспектів у межах авторської казки, що й визначає новизну запропонованої роботи.

Актуальність дослідження зумовлена потребою поєднання естетичного й морального виховання у сучасній освіті та використання казок Вільгельма Гауфа як ефективного засобу розвитку мовної й культурної компетентності.

Казки В. Гауфа – це не просто яскраві пам'ятки німецького романтизму, а морально-філософські тексти, у яких естетика слова поєднана з дидактичною функцією. Фантастика у них стає засобом осмислення реальності, а художня форма – інструментом виховання душевності. Сучасна лінгвостилістика визначає композицію як «систему формальних і змістових компонентів, що формують художній образ» [2], а стиль – як «індивідуальну манеру організації мовних засобів» [3]. Саме через ці категорії простежується глибока взаємодія естетичного й морального у творчості В. Гауфа.

Композиційна структура його творів базується на архетипній схемі «спокуса – падіння – відродження», що є відлунням класичної романтичної тріади. У «Das kalte Herz» [4] символ серця виступає матеріалізованою совістю: герой продає серце й втрачає здатність відчувати. Метафора «*sein Herz war wie Stein geworden*» позначає духовне заціпеніння, а антитеза «*Es ist besser, ein*

ehrlicher Köhler zu sein, als ein hartherziger Reicher» окреслює моральну домінанту твору.

У «Der Zwerg Nase» [5] контраст між зовнішньою потворністю і внутрішньою гідністю створюється через гіперболу та гротеск, повтори типу «*kochte und rührte, rührte und kochte*» задають ритм праці як очищення.

У «Die Geschichte vom kleinen Muck» [6] домінує сатира: риторичні запитання («*Wie, mit deinen Füßlein ... willst du Schnellläufer werden?*») висміюють пиху, тоді як фінал стверджує гуманістичну ідею – доброта долає зневагу.

У «Der Kalif Storch» [7] триразовий повтор чарівного слова *Mutabor* створює ефект молитви, очищення та духовного переродження.

Кількісний аналіз 107 стилістичних одиниць у казках В. Гауфа показав: метафори становлять 22 %, повтори і паралелізм – 17 %, порівняння – 15 %, антитези – 14 %, епітети й гіперболи – по 12 %, риторичні запитання – 8 % (рис. 1).

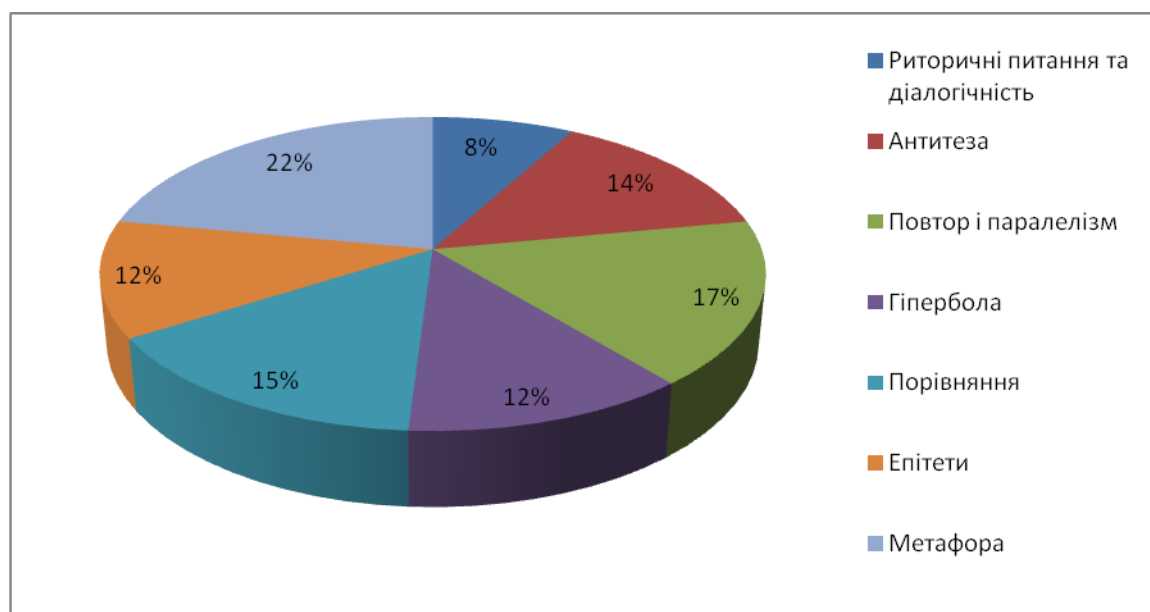


Рис. 1. Мовностилістичні особливості досліджуваних казок
Вільгельма Гауфа

Таким чином, поетика автора підпорядкована етичній функції: через повтори, контрасти й символічні образи він формує «моральний ритм» тексту. Застосування типових моделей композиції – кільцевої, концентричної та інверсійної – створює відчуття замкнутості, морального завершення і символічного циклу випробування.

Поряд із художнім потенціалом казки В. Гауфа мають значну педагогічну цінність. Їхня мова поєднує архаїзми, фразеологізми й діалектизми, що поглиблює лінгвокультурну компетентність студентів [1]. Граматичні структури (інверсії, умовні конструкції) надають можливість для відпрацювання синтаксичних моделей. Завдяки ритмічній прозі та багатству діалогів твори ефективно використовуються у вправах на читання, аудіювання й рольову інтерпретацію. Вони відкривають можливості для інтегрованих занять – аналіз мотивів, театралізації, дискусії, аргументаційні есе – спрямованих на розвиток емоційно-ціннісного досвіду. Казки В. Гауфа відзначаються глибокою моральною структурою: у «Das kalte Herz» – покарання за жадібність і прозріння; у «Der Zwerg Nase» – перемога знань над марнославством; у «Der kleine Muck» – торжество доброти; у «Der Kalif Storch» – шлях самопізнання. Ці сюжети, як зазначає К. Райс та Р. Вермеер формують толерантність, емпатію й здатність до морального вибору, що відповідає гуманістичним принципам сучасної освіти [8]. Водночас у кожній з цих історій прослідковується універсальна педагогічна ідея: моральне вдосконалення особистості починається з усвідомлення власних помилок, а шлях героя стає метафорою становлення внутрішньої культури. Гауф демонструє, що справжнє пізнання – це не лише інтелектуальний процес, а насамперед духовний розвиток, де мова виступає інструментом формування етичних орієнтирів. Саме тому його казки зберігають виховну актуальність і сьогодні, поєднуючи естетичне задоволення з глибоким моральним змістом.

Отже, казки Вільгельма Гауфа становлять цілісний феномен, у якому поєднано естетичну досконалість, моральну глибину та дидактичну

ефективність. Вони можуть бути використані як матеріал для стилістичного аналізу, засіб формування мовних навичок і культурної компетентності, а також як педагогічний інструмент виховання емпатії, доброти та відповідальності. Композиція є індикатором інтенцій автора, а в поетиці В. Гауфа вона перетворюється на систему морально-естетичних кодів, що формують цілісний гуманістичний світогляд. У цьому полягає актуальність його спадщини для сучасної філології й педагогіки.

Подальші розвідки можуть бути спрямовані на поглиблення лінгвостилістичного аналізу німецької авторської казки у ширшому порівняльному контексті – зокрема, у зіставленні з творами братів Грімм, Е. Т. А. Гофмана, Г. Гейне, Л. Бехштейна. Перспективним напрямом є вивчення перекладацьких стратегій відтворення поетики Гауфа українською мовою, зокрема способів передачі метафор, риторичних конструкцій і морально-етичних концептів. Також важливим вбачається розроблення дидактичних моделей використання казок В. Гауфа у навчанні німецької мови як іноземної – через інтегровані методики розвитку мовних, комунікативних та етичних компетентностей.

Література

1. Гнатюк М. Композиційні моделі художнього тексту. Харків, 2019. 212 с.
2. Піхтовнікова Л. С. Композиційно-стилістичні особливості віршованої байки (на матеріалі німецьких віршованих байок XVIII ст.) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 – Германські мови. Київ, 1992. 338 с.
3. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Підручник. Полтава, 2008. 711 с.
4. Hauff W. Das kalte Herz. Zweite Abteilung. Märchen-Almanach auf das Jahr 1828. Projekt Gutenberg-DE. <https://www.projekt-gutenberg.org/hauff/alma1828/chap004.html> (дата звернення 03.11.2025).
5. Hauff W. Der Zwerg Nase. Projekt BookChain-AI. <https://bookchain.ai/read/hauff-w/der-zwerg-nase> (дата звернення 03.11.2025).
6. Hauff W. Die Geschichte von dem kleinen Muck. Märchen-Almanach auf das Jahr 1826. Projekt Gutenberg-DE. <https://www.projekt-gutenberg.org/hauff/muck.html>

(дата звернення 03.11.2025). 7. Hauff W. Die Geschichte von Kalif Storch. Märchen-Almanach auf das Jahr 1826. Projekt Gutenberg-DE. <https://www.projekt-gutenberg.org/hauff/kalif.html> (дата звернення 03.11.2025). 8. Reiß K., Vermeer H. J. Grundlegung einer allgemeinen Übersetzungstheorie. Tübingen: Niemeyer, 1984. 245 p.

УДК 811.161.1+811.111]’42

ЗАСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ LOVE В СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ ЛІРИЦІ

Боровик А. С. (Харків)

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

Анотація: Боровик А.С. Засоби вербалізації концепту Love в сучасній англomовній ліриці. Статтю присвячено аналізу засобів вербалізації концепту LOVE у текстах сучасної американської англomовної лірики. Досліджено понятійну, образну та ціннісну складові концепту. На основі аналізу текстів пісень виявлено 7 домінантних метафоричних моделей, що репрезентують концепт LOVE, зокрема LOVE IS A JOURNEY та LOVE IS FIRE . Проаналізовано ціннісний вимір, включаючи фразеологічні одиниці, що демонструють домінування романтичного ідеалу, а також актуалізацію тем self-love та соціальної любові.

Ключові слова: англomовна лірика, вербалізація, когнітивна лінгвістика, концепт, метафорична модель.

Summary: Borovyk A. S. Means of Verbalization of the Concept of LOVE in Modern English-Language Lyrics. The article is devoted to the analysis of the verbalization of the concept of LOVE in modern American English song lyrics . The conceptual, figurative, and value components of the concept are explored. Based on the analysis of song lyrics, 7 dominant metaphorical models representing LOVE were identified, including LOVE IS A JOURNEY and LOVE IS FIRE . The value dimension is analyzed, including phraseological units demonstrating the dominance of the romantic ideal, as well as the actualization of self-love and social love themes.

Key words: concept, cognitive linguistics, English-language lyrics, metaphorical model, verbalization.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями полягає в тому, що у сучасному мовознавчому дискурсі концепт виступає центральною ланкою у дослідженні взаємозв'язку між мовою, мисленням та культурою [4, с. 45]. Актуальність теми зумовлена тим, що концепт LOVE/ЛЮБОВ не лише відображає глибинні ментальні й культурні структури, а й репрезентується у мові через різноманітні семантичні, образні та ціннісні канали [1, с. 63]. Його вербалізація в американській англomовній ліриці дозволяє простежити, як мовні засоби передають культурні уявлення та емоційні конотації, актуальні для сучасного англomовного дискурсу.

Метою нашого дослідження є з'ясування специфіки понятійної, образної та ціннісної складових концепту LOVE/ЛЮБОВ у текстах американських англomовних пісень 2010-2025 років. Об'єктом дослідження виступає концепт LOVE/ЛЮБОВ, вербалізований лексичними засобами в англomовній сучасній ліриці, а предметом – засоби його вербалізації. Емпіричний матеріал дослідження становлять 120 текстів сучасної американської англomовної лірики (2010–2025 pp.) [7; 8; 9], з яких методом суцільної вибірки було відібрано понад 350 мовних одиниць.

У гуманітарних науках поняття любові осмислювалося з давніх часів. Філософія, релігія та культурологія розглядають концепт як одиницю культури, у якій поєднуються цінності, традиції й соціальні норми. Таким чином, аналіз ліричного тексту вимагає не лише лінгвістичного, але й когнітивно-культурологічного підходу, що враховує цей багатовимірний фон.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що вивчення концептів ведеться у межах когнітивної лінгвістики та лінгвокультурології. У той час як західна традиція (Дж. Лакофф, М. Джонсон) зосереджена на метафоричних моделях мислення, українська лінгвістична школа (О. С. Джеріх, І. В. Гарбера, О. О. Селіванова) активно досліджує структуру концепту, зокрема його ціннісний вимір [1; 4, с. 67].

Фундамент для розуміння концепту заклали античні мислителі. Платон у «Бенкеті» представив одну з найвпливовіших концепцій – ідею «еросу» як потягу душі до краси й істини, як сходження від тілесного бажання до споглядання вищих форм буття [12, с. 98]. Арістотель, своєю чергою, трактував любов через категорію дружби (*philia*), вбачаючи у ній гармонію між індивідами та благо для суспільства [6, с. 113].

Християнська традиція надала концепту нового виміру, що зафіксовано у біблійному «God is love» (1 John 4:8). Це твердження стало основою для вчення про *caritas* (милосердя, жертовність), яке, зокрема, Фома Аквінський розробив як вищу форму любові, що єднає людину з Богом, на відміну від тілесного *eros* [5, с. 71].

Сучасна когнітивна лінгвістика, зокрема праці Дж. Лакоффа та М. Джонсона [11], розглядає концепти як структури, що організують наш досвід через метафори. Так, концепт LOVE осмислюється через метафори шляху (*we are at a crossroads*) або хвороби (*I'm lovesick*). Українські дослідники, як-от С. А. Жаботинська, підкреслюють «поліструктурну природу» концепту, що поєднує понятійний, образний і ціннісний шари [2, с. 45]. А. М. Приходько зазначає, що концепти є основою когнітивно-дискурсивної парадигми лінгвістики [3].

Окремо варто виділити лінгвокультурологічний підхід, який поєднує семантику, культурологію та історію мови, і розглядає концепт як носій культурних смислів. Саме в цьому підході особлива увага приділяється національній ідентичності, конотативним шарам та ціннісній (аксіологічній) складовій концепту. Українська лінгвістична традиція, зокрема, системно працює над проблемами концептології та еволюції концептів у мовній картині світу, що дає підґрунтя для аналізу вербалізації LOVE/ЛЮБОВ у ліриці [1; 3; 4].

Аналіз вербалізації концепту LOVE/ЛЮБОВ проводився у трьох аспектах. Розглянемо понятійну складову. Аналіз словникових дефініцій (Oxford English Dictionary, Cambridge Dictionary, Merriam-Webster) показав, що ядро концепту

становить значення «an intense feeling of deep affection» (сильне почуття глибокої прихильності) [10, с. 25]. Водночас зафіксовано розширення семантики на сфери релігії (морально-етичний аспект), дружби та захоплень (a great interest and pleasure in something). Етимологія слова (давньоанглійське *lufu*, праіндоєвропейський корінь *leubh-*) підтверджує універсальність концепту та його глибоку закоріненість [10, с. 30].

Детальний аналіз словникових дефініцій демонструє цю полісемію. Наприклад, Merriam-Webster окремо виокремлює релігійне значення: «unselfish loyal and benevolent concern for the good of another (such as the fatherly concern of God for humankind)». Це безпосередньо відсилає до християнської моделі *agape*. Cambridge Dictionary робить акцент на романтичному аспекті: «to like another adult very much and be romantically and sexually attracted to them». При зіставленні з українським «любов» (що походить від схожого праслов'янського *ljubъ*), виявлено культурні відмінності: англійське *love* має ширший спектр побутового застосування (*I love pizza*), тоді як українська традиція частіше зберігає за лексемою «любов» більш піднесене, сакралізоване забарвлення. Цікаво, що в англійській мові лексема *love* також закріпилася у спортивній термінології (у тенісі означає «нуль»), що демонструє максимальне семантичне розширення.

Важливо зазначити, що когнітивна лінгвістика заперечує стабільність меж концептів. На відміну від класичного (аристотелівського) підходу, що визначає концепт через необхідні й достатні ознаки, когнітивісти вважають, що концепти мають нечіткі межі і представлені через прототипи – найбільш характерні екземпляри категорії. Ця прототипна теорія, розроблена Е. Рош та Дж. Лакоффом, пояснює, чому одні прояви любові здаються нам «більш типовими», ніж інші (наприклад, романтичне кохання як ядро, а любов до хобі – як периферія) [11].

Образна складова реалізується через метафоричну номінацію. У сучасній когнітивній лінгвістиці метафора розглядається як базовий механізм

осмислення абстрактних понять через конкретні образи [11, с. 6–8]. Виявлені метафоричні моделі відповідають універсальним схемам, описаним у працях З. Кьовечеса [10, с. 78]. Метафора, як ключовий інструмент вербалізації, дозволяє структурувати абстрактні емоції через більш конкретні, тілесні або соціальні уявлення. Художні тексти, і зокрема пісенна лірика, є ключовим полем для вивчення образної складової, оскільки вони фіксують культурні уявлення у концентрованому вигляді. У пісенній творчості XX–XXI століття концепт LOVE/ЛЮБОВ набуває масової популярності та стає одним із центральних мотивів, що відображає переорієнтацію концепту на особистісно-індивідуальний досвід, що підтверджується частотним аналізом популярних чартів [8].

Аналіз 120 текстів дозволив виділити сім домінантних метафоричних моделей, що структурують уявлення про любов у сучасній американській ліриці. Найпоширенішою є LOVE IS A JOURNEY (Любов – це подорож) (~25%), що відображає процесуальний характер стосунків, їхній розвиток у часі, наприклад: «We're on the right track, baby» (Леді Гага). За нею йде LOVE IS FIRE / HEAT (Любов – це вогонь / жар) (~20%), що передає пристрасть, інтенсивність почуттів, а іноді й небезпеку, як-от: «Love is a burning thing» (Елвіс Преслі). Моделі LOVE IS A BATTLE / WAR (Любов – це битва / війна) (~15%) та LOVE IS A UNITY OF TWO (Любов – це єдність) (~15%) мають однакову частотність, акцентуючи на конфліктному аспекті («Love is a battlefield» (Пат Бенатар)) та уявленні про гармонію («Just the two of us» (Білл Візерс)) відповідно. Менш частотними є моделі LOVE IS A DISEASE / ADDICTION (Любов – це хвороба / залежність) (~10%), яка представляє любов як стан втрати контролю («I'm addicted to your love» (Леді Гага)), та LOVE IS LIGHT / HEAVEN (Любов – це світло / рай) (~10%), що підкреслює рятівний та надихаючий аспект («You're my flashlight» (Джессі Джей)). Завершує перелік модель LOVE IS A GAME (Любов – це гра) (~5%), що відображає іронічне або прагматичне ставлення до любові: «Love's a game, wanna play?» (Тейлор Свіфт).

Ціннісна складова визначає місце концепту в культурній картині світу. У ліриці любов постає як романтичне кохання (Бруно Марс), пристрасть (Аріана Гранде), платонічна дружба (Бруно Марс) та самопожертва (Джон Ледженд). Важливою тенденцією останнього десятиліття є актуалізація теми любові до себе (self-love), наприклад: «Gonna love myself, no, I don't need anybody else» (Гейлі Стейнфілд) або «Just love yourself and you're set» (Леді Гага). Також любов вербалізується як суспільна цінність – патріотична (Чайлдіш Гамбіно) або гуманістична (Керрі Андервуд).

Окрім традиційних форм, у ліриці 2010–2025 років простежується розширення ціннісного поля. По-перше, це зв'язок із патріотичними почуттями, де любов постає як форма відданості країні чи народу, виконуючи колективно-ідентифікаційну функцію. Наприклад, у творчості Лани Дель Рей любов переплітається з іронічним образом «американської мрії». По-друге, це новація у вигляді «eco-love» – любові до планети. Під впливом екологічних рухів ця ідея втілювалась у глобальних проєктах, як-от «Love Song to the Earth» (2015), де любов до Землі метафорично ототожнюється з любов'ю до близької людини. На противагу цьому, у реп-культурі (Каньє Вест, Карді Бі) часто зустрічається редукція любові до матеріальних аспектів, де почуття стають похідними від багатства, що відображає комерціалізацію емоцій у сучасному суспільстві.

Аналіз фразеологічних одиниць підтвердив домінування цінності романтичного ідеалу (~45% вибірки ФО), що включає love at first sight, head over heels, fall in love [1, с. 65]. Інші категорії включають прагматизм (~25%, tough love, Love me, love my dog), несерйозність/негатив (~20%, puppy love, love-hate relationship) та жертвовність/відданість (~10%, labor of love, true love). Ці категорії мають чітке аксіологічне маркування. Так, «романтичний ідеал» (head over heels) позитивно маркує кохання як всеохопну, ірраціональну силу. Категорія «прагматизм» (tough love) вказує на цінність дисципліни або прийняття партнера з недоліками (Love me, love my dog).

«Несерйозність/негатив» (purpy love) маркує юнацьку захопленість як незрілу, протиставляючи її цінності свідомого почуття. Нарешті, «жертвність» (labor of love) підкреслює високий моральний статус відданого, безкорисливого почуття, що наближає його до сакрального розуміння любові.

Для візуалізації цієї багатшаровості можна запропонувати модель «Градйованості концепту LOVE», яка відображає рух від базових аспектів до вищих. На першому рівні знаходиться ПОТЯГ (Desire/Passion), вербалізований через метафори LOVE IS FIRE. На другому – ПРИХИЛЬНІСТЬ (Affection/Romance), що є домінантним рівнем поп-лірики (love at first sight). Третій рівень – ВІДДАНІСТЬ (Devotion/Philia), що включає дружню любов та метафору LOVE IS A JOURNEY. Вищий, четвертий рівень – АЛЬТРУЇЗМ (Agape/Caritas), що вербалізується через поняття God is love та labor of love [5; 6; 12]. Ця схема демонструє, як різні вербалізації формують єдиний концептуальний простір.

Висновок. Проведене дослідження доводить, що концепт LOVE/ЛЮБОВ у сучасній американській англомовній ліриці функціонує як складний, багатовимірний мовно-культурний феномен. Його вербалізація відбувається на трьох взаємопов'язаних рівнях: понятійному (широке семантичне поле), образному (7 домінантних метафоричних моделей) та ціннісному (аксіологічна ієрархія). Кількісний аналіз показав домінування метафор LOVE IS A JOURNEY (25%) та LOVE IS FIRE (20%), що свідчить про сприйняття любові передусім як динамічного процесу та інтенсивної пристрасті. Ціннісна складова демонструє розширення концепту від традиційного романтичного ідеалу до включення актуальних для сучасності ідей self-love, соціальної єдності та гуманізму. Таким чином, теоретична значущість дослідження полягає у підтвердженні ефективності когнітивно-лінгвістичного та лінгвокультурологічного підходів до аналізу концептів, що дозволяє побачити, як культурні уявлення закріплюються у слові й художньому образі. Практична цінність полягає у можливості застосовувати результати для викладання курсів

когнітивної лінгвістики та лінгвокультурології. Зібраний емпіричний матеріал (понад 350 одиниць) доводить, що концепт LOVE не лише зберігає свою універсальність, а й постійно оновлюється, набуваючи нових смислів (як-от *self-love* та *eco-love*) залежно від соціально-культурного контексту. Отримані результати узгоджуються з положеннями когнітивної теорії метафори та підтверджують універсальний характер концепту LOVE як мовно-культурного феномену [11, с. 22; 10, с. 110].

Перспективи подальших досліджень вбачаються у порівняльному аналізі вербалізації концепту LOVE в американській та британській ліриці, а також у вивченні гендерних аспектів.

Література

1. Джеріх О. С. "Концепт" у сучасній когнітивній лінгвістиці та лінгвокультурології: поняття та структура. Типологія мовних значень у діяхронічному та зіставному аспектах. 2018. Вип. 35–36. С. 61–69.
2. Жаботинська С. А. Когнітивна лінгвістика: навчальний посібник. Київ: ВЦ «Академія», 2018. 256 с.
3. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя: Прем'єр, 2008. 332 с.
4. Селіванова О. С. *Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми*. Полтава: Довкілля-К, 2011. 712 с.
5. Aquinas T. *Summa Theologica*. New York: Benziger Bros., 1947. 535 p.
6. Aristotle. *Nicomachean Ethics*. Oxford: Oxford University Press, 2019. 384 p.
7. AZLyrics. URL: <https://www.azlyrics.com> (Last accessed: 15.09.2025).
8. Billboard. Hot 100 Songs. URL: <https://www.billboard.com/charts/hot-100/> (Last accessed: 26.10.2025).
9. Genius. URL: <https://genius.com> (Last accessed: 15.09.2025).
10. Kövecses Z. *Metaphor and Emotion*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. 236 p.
11. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press, 2003. 256 p.
12. Plato. *Symposium*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. 250 p.

ВІДТВОРЕННЯ ЕМПАТІЇ ЗАСОБАМИ ПЕРЕКЛАДУ В МОВНІЙ ПАРІ АНГЛІЙСЬКА / УКРАЇНСЬКА

Бугай А. О. (м. Харків)

Науковий керівник: к.ф.н. Нефьодова О.Д.

Анотація: Бугай А. О. ВІДТВОРЕННЯ ЕМПАТІЇ ЗАСОБАМИ ПЕРЕКЛАДУ В МОВНІЙ ПАРІ АНГЛІЙСЬКА/УКРАЇНСЬКА. Статтю присвячено аналізу перекладу лексем та словосполучень, що позначають емпатію, в англо-українській мовній парі. У статті визначено основні складності скопос-перекладу таких термінологічних одиниць і стратегії їхнього подолання, а також запропоновано рекомендації для підбору міжмовних відповідників.

Ключові слова: доместикація; емпатія; лексико-семантичне поле, перекладний відповідник; форенізація.

Summary: Buhay A. Rendering Empathy by Means of Translation in the English/Ukrainian Language Pair. The article analyses the translation of lexemes and word combinations denoting empathy in the English/Ukrainian language pair. The article outlines the key challenges of providing scopos-translation for such terminological units and methods of their resolution and gives recommendations on equivalent selection.

Keywords: domestication; empathy; foreignization; lexical-semantic field; translation equivalent

Емпатія є фундаментальним поняттям сучасної психології. Внаслідок актуальності та зростання кількості міжнародних досліджень у цій галузі, постає необхідність відтворення засобами перекладу лексем-термінів із семою емпатії для забезпечення адекватної професійної міжкультурної комунікації. Незважаючи на значну кількість лінгвістичних робіт, присвячених лінгвістиці емоцій та зокрема емпатії (див., наприклад, роботи О.О. Демчук, І.А. Дружиніна [1], Н. І. Іванотчак [2], Т. А. Крисанової [5], Н. В. Таценко [6], А. Sorlan [9], В. Cuff [10] та ін.), проблематика перекладу термінологічних одиниць із цією семою потребує розробки, отже ступінь дослідження обраної теми є недостатнім.

Актуальність дослідження визначається його виконанням в річищі сучасної когнітивно-комунікативної парадигми в лінгвістиці та перекладі, інтегративністю його методології, яка поєднує елементи комунікативно-когнітивної лінгвістики емоцій та теорії перекладознавства, та

вибором практичного матеріалу дослідження в мовній парі англійська/українська.

Об'єктом дослідження є лексичні одиниці із семою «емпатія», а предметом – засоби їхнього адекватного перекладу в мовній парі англійська / українська. Метою роботи є дослідження способів перекладу лексичних одиниць-вербалізаторів емпатії в означеній мовній парі для забезпечення адекватності перекладу і професійної міжкультурної комунікації.

Розумітимемо емпатію як «когнітивно-афективно-перцептивно-волевиявленнєвий концепт, що спонтанно функціонує в пізнавальній та комунікативній діяльності індивіда, реалізований у конкретному мовленнєвому акті, описуваний і пояснюваний з урахуванням складної взаємодії зовнішніх і внутрішніх чинників, пов'язаних із залученням індивіда до екстралінгвального оточення та соціальнокультурної взаємодії» [6, с. 3]. Такий концепт вербалізується в професійному дискурсі психологічної сфери низкою термінологічних і нетермінологічних одиниць із семою «емпатія», наприклад, «емпатія», «співчуття», «*sympathy*», «*empathy*», «*compassion*» тощо.

Функціонально повноцінне відтворення термінологічних лексем із семою «емпатія» є цариною скопос-перекладу – «цілеспрямованої діяльності, покликаної виконувати посередницьку функцію між членами різних культурних спільнот. Тому основний принцип вибору методу та стратегії перекладу – це мета (скопос) взаємодії між двома сторонами, що співпрацюють поверх кордонів мов і культур, а рішення, які приймають учасники такої взаємодії, керуються комунікативними намірами особи, яка ініціювала цей процес (клієнт, замовник)» [3, с. 45–46; 4].

Основною проблемою перекладу мовних одиниць-вербалізаторів емпатії є розбіжності між наявними концептами ЕМПАТІЯ / ЕМПАТНУ та відповідних лексико-семантичних полів: як кількісні, так і якісні. Наслідки таких розбіжностей маніфестуються як міжмовні термінологічні лакуни, фальшиві

друзі перекладача, термінологічна синонімія, множинні нетермінологічні відповідники тощо.

Розглянемо на матеріалі текстів психологічної тематики англійською та українською мовами одиниці, які застосовуються для вербалізації емпатії, та їхні можливі еквіваленти.

Приклад 1.

The inconsistent definition of empathy has had a negative impact on both research and practice. (Cuff)

Приклад 2.

The act of perceiving, understanding, experiencing, and responding to the emotional state and ideas of another person. (Barker)

Як видно з наведених вище прикладів, одиниці-актуалізатори емпатії можуть бути представлені термінами (приклад 1) та нетермінологічною лексикою загального вжитку (приклад 2).

Як терміни, так і нетермінологічна лексика із семою «*empathy*» та «*емпатія*», виявлені в англійських та українських наукових джерелах в галузі психології, можуть бути одно- або полікомпонентними, при цьому найбільша частина (близько 90%) припадає на однокомпонентні (наприклад, *empathic*) та двокомпонентні терміни (наприклад, *empathic responding*).

При скопос-перекладі таких одиниць вибір стратегії має бути контекстуальним.

Приклад 3.

Empathy is linked with fellow feeling and compassion.

У цьому реченні терміну «*fellow feeling*» можна запропонувати відповідник «*співпереживання*» (що є доместикованим варіантом кальки «*спільне відчуття*»), що уможлиблює переклад «*Емпатія пов'язана зі співпереживанням і співчуттям*». Цікаво, що обидва вихідні словосполучення та лексема із семою емпатії («*fellow feeling*» та «*compassion*») відтворено в українській двома формами одного кореня «*чуття*»: *спів-переживання* (разом

переживати) і *спів-чуття* (разом відчувати сум). Але незважаючи на спільний корінь, ці українські лексеми сприймаються як різні поняття. Таким чином, переклад адекватно відтворює зміст: співпереживання відповідає «*fellow feeling*» (разом відчувати ті самі емоції), а співчуття – «*compassion*» (відгукуватися на чужі страждання). Цей приклад демонструє багатство української синонімії у царині емпатії: наявність декількох похідних від кореня «чут» дозволяє точно передати нюанси двох етимологічно та морфологічно різних англійських одиниць із семою емпатії.

Аналіз частоти вживання ключових термінів емпатії в англійських та українських текстах допомагає зрозуміти, як змінилася їхня роль і які еквіваленти вживаються найчастіше. Лексема «симпатія» у широкому значенні домінувала в українській науковій літературі до 1970-х років, але поступово її було замінено терміном «емпатія». Сьогодні «емпатія» набагато частіше зустрічається в психологічних журналах, тоді як «симпатія» майже ніколи не використовується як науковий термін (скоріше, вона розглядається як окреме поняття доброзичливості). Це кількісно підтверджується в словниках і тезаурусах: у сучасному пояснювальному психологічному словнику «емпатія» має окрему детальну статтю, тоді як «симпатія» здебільшого стосується співчуття або соціальної симпатії. Таким чином, термінологічна еволюція призвела до перерозподілу частотності: «емпатія» утвердилася як основний термін для позначення цього явища, тоді як «співчуття» залишилося для позначення більш загального почуття жалю.

Цікавий результат було отримано під час підрахунку використання еквівалентів у перекладах: для англійського терміну «*empathy*» перекладачі переважно обирають еквівалент «емпатія» (у науковому стилі біля 90% випадків). У літературних або публіцистичних текстах, де стиль вимагає уникати повторень і складних термінів, іноді використовуються синоніми лексеми «емпатія»: «співпереживання», «проникливість», «розуміння». За нашими спостереженнями, українська лексема «співчуття» є найбільш

багатофункціональною у лексико-семантичному полі: вона стає відповідником у значній кількості випадків, коли в англійській мові вживаються лексеми «*sympathy*», «*compassion*», «*pity*». Перекладач повинен бути обізнаний у синонімічному багатстві мови і водночас у сталих відповідниках, які диктує професійний вжиток. Наприклад, хоча синоніми «чуйність», «доброта», «людяність» – близькі до поняття «емпатія», в перекладі наукового тексту про емпатію вони з'являться хіба що для пояснення, тоді як основний термінологічний відповідник буде представлений інтернаціоналізмом «емпатія». Натомість у художньому тексті опис героя як «людяного» і «чуйного» може імпліцитно передати його здатність до емпатії, навіть без вживання цього терміну. Тож частотність вживання лексеми «емпатія» залежить від також від жанру та функціонального стилю: у науковому тексті вона висока, а в художньому замість цього терміну можна зустріти нетермінологічні відповідники.

Правильний вибір еквівалента при скопос-перекладі вербалізаторів емпатії базується як на якісному семантичному та контекстуальному аналізі, так і на кількісному аналізі узусу, адже саме останній забезпечує природність і зрозумілість тексту. Водночас за умови доцільності потрібно також застосовувати одиниці меншої частотності, якщо цього вимагає точність або стиль. Баланс між частотністю термінів і точністю відтворення їхньої семантики є запорукою успішного перекладу.

Висновки. Переклад одиниць із семою емпатії як компоненту текстів на психологічну тематику є складним, але здійсненням завданням за умови, що перекладач має розуміння як предметної області, так і засад скопос-перекладу. Основні термінологічні лексеми англійської мови із семою «*empathy*» (*empathy*, *sympathy*, *compassion*) мають відповідники в українській мові (*емпатія*, *співчуття*, *милосердя*), але їхнє значення та узус не повністю збігаються. Для забезпечення скопос-перекладу потрібно застосувати належну стратегію і обрати між доместикацією та форенізацією [7]. При перекладі психологічних

текстів доцільно використовувати комбінований підхід: міжнародні терміни (*емпатія*, *алекситимія* тощо) отримують транскодовані відповідники-інтернаціоналізми для забезпечення наукової точності (стратегія форенізації). Водночас їх можна доповнювати або уточнювати доместикованими еквівалентами. Як показав аналіз, така практика відповідає рекомендаціям сучасних перекладачів і задовольняє потреби різних груп читачів.

Проведений кількісно-якісний аналіз фактичного матеріалу підтвердив асиметрию між лексико-семантичними полями «*empathy*» та «*емпатія*» англійської та української мов. Проте також було виявлено наявність стабільних еквівалентів центральних термінологічних лексем: наприклад, термін «*empathy*» перекладається в науковій літературі українською мовою як «*емпатія*». Водночас спостерігається і термінологічна синонімія, коли український відповідник «*співчуття*» вживається для відтворення як англійської лексики «*sympathy*», так і «*compassion*». Ширший спектр лексем-синонімів в українській мові (*співчуття*, *жалість*, *милосердя*, *чуйність*, *людяність* тощо) дозволяє варіювати мовні засоби, зберігаючи при цьому значення. Один вихідний термін може вимагати різних відповідників залежно від контексту (наприклад, «*sympathy*» можна перекласти лексемою «*співчуття*» в контексті опису горя, але також лексемою «*солідарність*» у політичному контексті). Тому для забезпечення скопос-перекладу потрібно аналізувати не лише словникове значення терміну, а й прагматичний контекст його застосування. Це особливо актуально для стилістично забарвлених текстів, де повторення однієї одиниці-відповідника є небажаним. Водночас перекладачам потрібно враховувати функціонально-стилістичний контекст тексту-оригіналу та перекладу, щоб термінологічна синонімія не сприяла розмиванню меж між різними поняттями.

На завершення слід наголосити, що успішний переклад одиниць із семою емпатії вимагає від перекладача як лінгвістичної чутливості, так і глибокого

розуміння предмета. Перекладаючи тексти про емпатію, перекладач повинен бути емпатичним посередником між культурами – зберігати зміст і дух оригіналу, але передавати їх у формі, яка знайде відгук в українських реципієнтів.

Перспективним для подальшого дослідження вважаємо зокрема проведення порівняльного аналізу структури концептів *EMPATHY/ЕМПАТИЯ*, а також їхньої актуалізації в британській, американській та українській лінгвокультурах вербальними, невербальними та паравербальними засобами на матеріалі мультимодальних текстів на теренах скопос-перекладу.

Література

1. Демчук О. О., Дружиніна І. А. (2018). Термінологічні аспекти «емпатії». *Актуальні проблеми психології*. Том 14, Вип. 1. С. 95–102.
2. Іванотчак Н. І. (2017). Лінгвокогнітивні і прагматичні параметри емпатії в англomовній дитячій прозі жанру фентезі. Дис. ... канд. філол. наук, 10.02.04 «Германські мови», Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 229 с.
3. Кальниченко О. А. (2017). Теорія перекладу. Ч.1. Харків : Вид-во НУА. 64 с.
4. Камінська М. О. (2021). Функціональні теорії перекладу. *Нова філологія: Зб. наук. праць*. №83. С. 33–40.
5. Крисанова Т. А. (2014). Сучасний стан розвитку лінгвістики емоцій. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов»*. № 1125, Вип. 79. С. 78–84.
6. Таценко Н. В. (2018). Емпатія в сучасному англomовному дискурсі: когнітивно-синергетичний вимір. Дис. ... д. ф. н. за спеціальністю 10.02.04 «Германські мови», Запорізький національний університет, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Харків, 2018, 460 с.
7. Царенко І. О., Царенко О. О. (2020). Стратегії форенізації та доместикації при перекладі міжнародної реклами та продуктів кіно- та телеіндустрії. *Вісник Університету ім. Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки»*. №2(20). С. 328–334.
8. Cambridge English–Ukrainian Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org>
9. Coplan A. (2011). Will the real empathy please

stand up? A case for a narrow conceptualization. *The Southern Journal of Philosophy*, 49, 40-65. doi:10.1111/j.2041- 6962.2011.00056.x (Accessed: 26.09.2025) 10. Cuff B. et al. (2016). Empathy: A Review of the Concept. *Emotion Review*. 8. 144–153.

УДК 811.111'42:502

АНГЛОМОВНИЙ ДИСКУРС ДРУЗІВ З ПОЗИЦІЇ ЕКОЛІНГВІСТИКИ

Винниченко О.П. (Харків)

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

Анотація: Винниченко О.П. Англomовний дискурс друзів з позиції еколінгвістики. У статті розглянуто еколінгвістичні параметри англomовного дискурсу друзів. Проаналізовано специфіку способів і засобів комунікативного контакту на фазах його встановлення, підтримання та розмикання. Визначено роль фатичних та інформативних складових контакту; проаналізовано унісонність та дисонансність спілкування англomовних друзів як таких, що ілюструють екологічність та неекологічність спілкування англomовних друзів; вивчено роль невербальних компонентів комунікації. У результаті дослідження виявлено також основні принципи екологічного спілкування суб'єктів англomовного дискурсу друзів.

Ключові слова: дискурс друзів, дисонансність, еколінгвістика, інформативність, комунікативний контакт, унісонність, фатичність.

Summary: Vynnychenko O. P. The English-speaking Discourse of Friends From the Standpoint of Ecolinguistics. The article considers the ecolinguistic parameters of English-speaking discourse of friends. The specificity of communicative contact at the phases of establishing, maintaining and closing communicative contact has been analyzed. The role of phatic and informative components, as well as non-verbal means in ensuring harmonious interaction between communicants is determined. As a result of the study, it was found that the ecolinguistic balance of communication of English-speaking friends is based on the principles of empathy, communicative support and mutual ethics.

Key words: communicative contact, discourse of friends, dissonance, ecolinguistics, informativeness, phaticity, unison.

Проблема англomовного дискурсу друзів привертає увагу сучасних еколінгвістів та дискурсологів. У центрі дослідження перебуває екологічність міжособистісної комунікації, її соціально-психологічні аспекти та вплив

невербальних засобів на ефективність взаємодії. Актуальність роботи зумовлено зростаючим значенням дружніх взаємин у глобалізованому суспільстві та необхідністю глибокого розуміння специфіки англomовного спілкування. Сучасні комунікативні практики демонструють, що дискурс друзів не лише передає інформацію, а й формує емоційні, культурні та соціальні зв'язки.

Об'єктом дослідження виступає англomовний дискурс друзів. Предметом наукової роботи є еколінгвістичні параметри засобів та способів встановлення, підтримання та розмикання комунікативного контакту та виявлення фатичності, інформативності, унісонності, дисонансності на основі вивчення функцій висловлень у дискурсі англomовних друзів.

Мета роботи полягає в вивченні еколінгвістичного аспекту англomовного дискурсу друзів. Тож наукова новизна дослідження вбачається у комплексному поєднанні еколінгвістичного та функціонально-комунікативного підходів до дослідження англomовного дискурсу друзів, а також у аналізі вербальних й невербальних компонентів комунікації як інструменту емоційної взаємодії англomовних друзів.

У сучасному гуманітарному знанні зростає інтерес до розуміння мови не лише як системи знаків, а як динамічної частини соціального й природного середовища. На цьому підґрунті сформувалася еколінгвістика – міждисциплінарний напрям, що поєднує досягнення лінгвістики, екології та культурології й розглядає мову як живу складову екосистеми людини та суспільства. Поняття «екологія мови» вперше увів у науковий обіг Ейнар Хауген. У своїх працях він наголошував, що мова не існує сама по собі, а завжди співвідноситься з її носіями та соціальним середовищем [5]. У межах сучасної парадигми еколінгвістики розрізняють дві основні дослідницькі стратегії: екокритичний аналіз дискурсу та екологію мови. Ю. Скриннік підкреслює гуманітарний вимір останньої, адже мовна практика відображає домінантні цінності, формує уявлення про «своє» й «чуже», визначає баланс

між культурою, суспільством і природою [2]. З еколінгвістичної позиції, виділяється екологічна функція мовлення, яка підтримує психологічну гармонію та соціальну стабільність учасників комунікації [1;5;7].

Окремої уваги заслуговує концепція «екології дискурсу». Мовлення є соціальним простором, здатним як підтримувати гармонійне співіснування, так і руйнувати його [5; 7]. Цей підхід логічно переходить до розуміння дискурсу як центрального об'єкта еколінгвістичного аналізу.

Дискурс постає як багатовимірне явище на перетині лінгвістики, психології, соціології та культурології. Узагальнюючи різні наукові підходи, його можна визначити як цілісний процес мовленнєвої взаємодії, у якому поєднуються текст, контекст створення, інтенції мовців, соціокультурні норми та цінності, що формують смислову й емоційну структуру комунікації. З еколінгвістичної позиції дискурс – це динамічна система, яка відображає взаємозв'язок мови, людини, суспільства та навколишнього середовища.

Типи дискурсу – це відносно стійкі різновиди комунікативної практики, що відрізняються за соціальною сферою функціонування, учасниками, метою спілкування, тематикою, жанрами та мовними особливостями.

Дискурс друзів – це багатовимірне явище, у якому взаємодіють лінгвістичні, паралінгвістичні, емоційно-прагматичні та соціокультурні чинники, й характеризується високою комунікативною гнучкістю та емоційно-прагматичною спрямованістю [3].

Категорія КОНТАКТ регулює процес організації дискурсу, відображає рівень залученості співрозмовників, інтенсивність взаємодії та ступінь емоційної відкритості в різних типах дискурсу. О.В. Шпак визначає, що комунікативна категорія КОНТАКТ – це сукупність норм і правил мовленнєвої поведінки в англomовному суспільстві, що регулює комунікативний процес, включає вербальні та невербальні засоби вираження, і реалізується залежно від типу ситуації та характеристик адресата на трьох фазах: встановлення, підтримання та завершення контакту. Вона тісно пов'язана з категорією

ВВІЧЛИВОСТІ і відображає просторово-психологічну дистанцію та акцентує тактовне ставлення до співрозмовника як культурно закріплену норму англомовних комунікантів як суб'єктів певних дискурсів [3]. Розглядаючи контакт з іншої сторони, вчені підкреслюють, що він є ключовим чинником формування емоційно-прагматичного простору, у якому здійснюється вибір мовленнєвих стратегій підтримки, співчуття, заохочення чи довіри [1, с. 153]. Таким чином, комунікативна категорія КОНТАКТ у дискурсі друзів постає багатовимірним явищем, яке охоплює вербальні, невербальні, емоційні та соціальні аспекти взаємодії.

Особливе місце у дискурсі друзів посідають невербальні компоненти комунікації: кинесика, проксемика, просодика й паравербаліка. Вони не лише підсилюють зміст вербальних висловлювань, а й виконують екологічно-регулятивну функцію, забезпечуючи гармонію спілкування, уникнення конфліктів і формування відчуття довіри. Взаємодія друзів передбачає наявність спільного «невербального коду», який формується на основі спільного досвіду комунікантів і стає показником міжособистісної близькості [6].

Концепт дружби формується під впливом історичних умов, системи цінностей та національного характеру. Англійські прислів'я («*A friend in need is a friend indeed*», «*Old friends are best*», «*Friends are like stars*» тощо) відображають моральні орієнтири дружби. З еколінгвістичного погляду, вони підтримують «мовну екосистему», фіксуючи культурні цінності й моделі гармонійного співіснування.

У англомовному дискурсі друзів комунікація поєднує фатичну (контактовстановлюючу, контактопідтримуючу, контакторозмикаючу) та інформативну (змістову) функції. Фатичне мовлення (від англ. *phatic*) спрямоване передусім на підтримання емоційного контакту між комунікантами, а не на передачу нових знань чи змістовної інформації. Основне його завдання полягає у встановленні й збереженні зв'язку, підтвердженні взаємної уваги та

створенні позитивної емоційної атмосфери у процесі спілкування. В англомовному дискурсі друзів фатичні маркери виявляються надзвичайно різноманітними. Це й нестереотипні привітання й прощання, особливі для певної групи молоді (*Hey there! Morning you! See you happy tomorrow! Take care of your Mom!*). Такі мовні формули не несуть у собі значущої інформації, проте вони ініціюють або завершують комунікацію. Функції подяки, компліменту або поздоровлення (*Thanks, buddy! Congratulations and honour! Happy for you! You've never looked better!*) найчастіше свідчать про емоційну реакцію, і мають за мету підтвердження значущості співрозмовника. Як, наприклад, у наведеному нижче фрагменті, де адресант встановлює контакт з фатичного висловлення – вигуку – привітання *Hey, Robin!* та інформативного висловлення у функції повідомлення:

(1) Ted: “Hey, Robin! You won’t believe it – they finally approved my project!”

Robin: “Wow, that’s amazing! Congratulations!”

Ted: “Thanks! Months of sleepless nights finally paid off.”

Robin: “You totally deserve it. We should celebrate – coffee first, champagne later?”

Ted: “Deal. Coffee sounds perfect right now.”

Robin: “Great. Let’s go before you fall asleep at your desk.”

Ted: “Too late for that – but lead the way” (How I Met Your Mother).

Адресат екологічно підтримує контакт за допомогою вигуку та фатичних експресивних висловлень у функціях компліменту та привітання *Wow, that’s amazing! Congratulations! Great*. Емоційне висловлювання здивування та радості відбувається на фазі підтримки контакту за допомогою експресивних висловлень у фатичних функціях: схвалення *You totally deserve it*, запропонування приємного проведення часу (екологічного маркера, питального речення *We should celebrate – coffee first, champagne later?*), жарту (стверджувального речення *Let’s go before you fall asleep at your desk*). Короткі речення Робіна – висловлення у функції ратифікації згоди *Deal! Thanks! Months*

of sleepless nights finally paid off ... Too late for that – but lead the way супроводжуються усмішкою, кивком або невимушеними жестами, що сприяє підтримці дружньої атмосфери спілкування. Інформативність контакту мінімальна – лише одна репліка передає суттєву інформації, але діалог розвиває тему «Успішний проект», що підкреслює важливість події для обох співрозмовників.

Фатичні висловлення – екологічні маркери – порожні запитання-зв'язки *How's it going? What's up? Long time no see* часто не мають на меті отримати детальну відповідь від друга, тобто не є інформативними, а суто фатичними. Наприклад, *“How's it going?”* у щоденному спілкуванні англomовних друзів здебільшого є ритуальною формою, що сигналізує про готовність до розмови, а не справжній інтерес до справ співрозмовника. У таких діалогах простежується екологічність взаємного підтвердження соціальної близькості.

Інші маркери екологічності у спілкуванні друзів – це короткі підтверджувальні репліки, маркери ратифікації згоди, такі як *Yeah, Right, Totally, Cool*, виконують роль підтримки розмови та виконують фатичну функцію демонстрації уваги слухача. Наприклад, як у діалозі між Майком і Віллом:

(2) Mike: *“Hey, Will! Did you see what happened in Hawkins yesterday?”*

Will: *“Yeah, crazy stuff. Can't believe it actually happened.”*

Mike: *“Right? Everyone at school's been talking about it nonstop.”*

Will: *“Totally. Feels like something out of a movie.”*

Mike: *“Guess that's just Hawkins for you.”*

Will: *“True. Anyway, you free later? We could hang out.”*

Mike: *“Sure, let's meet at the arcade.”*

Will: *“Cool. See you there”*(*The Big Bang Theory*)

Хоча питальні речення неповні та короткі, а відповіді мінімальні й іноді однослівні, вони сигналізують про підтримку ходу, виконують фатичні функції нагадування про спільність досвіду та готовності продовжувати комунікацію, є екологічними маркерами підтримки дружньої атмосфери спілкування.

Кількісний аналіз на основі дослідження характеру функцій показав такий розподіл: фатичні контакти – 55 %; інформативні – 35 %; комбіновані фатично-інформативні – 10 %.

У спілкуванні друзів важливе місце займають прояви не тільки емоційної солідарності, але й демонстрація розбіжностей, які умовно можна позначити як унісонність і дисонансність комунікативних контактів. Обидва явища формують комунікативну динаміку та відображають внутрішню природу особистісно-орієнтованих відносин. Унісонність засвідчує гармонію, підтримку й згоду, тоді як дисонансність сигналізує про різні погляди, суперечність, незадоволення, чи навіть відкритий конфлікт. Разом вони створюють багатовимірність дискурсу, роблячи спілкування живим й природним.

Поняття унісонності передбачає не лише буквальну згоду зі співрозмовником, але й ширший спектр вербальних та невербальних дій, які демонструють емоційну підтримку і солідарність. Найчастіше, за результатами дослідження, маркерами унісонності виступають короткі репліки-підтвердження на кшталт *Exactly, Totally, Absolutely, You're right*. Подібні експресивні висловлювання створюють відчуття, що співрозмовника почули, зрозуміли та розділили його позицію. У цих випадках проявляється фатичність, яка зміцнює емоційний контакт.

На противагу унісонності, дисонансність у спілкуванні друзів ілюструє ситуації, коли позиції співрозмовників розходяться. Вона може проявлятися у різні способи: від м'яких заперечень (*I don't think so, No way*) до різких категоричних висловлювань (*That's the worst idea I've ever heard*). За результатами аналізу фактичного матеріалу унісонність у спілкуванні друзів зустрічається у 62 % випадків, проявляючись через короткі підтверджувальні репліки (*Exactly, Totally*), усмішки, жести і звертання (*buddy, man, dude*). Дисонансність зустрічається у 38 % випадків, переважно у формі м'яких заперечень (*No way, I don't think so*) або іронічних/саркастичних коментарів, що

дозволяє підтримувати баланс між відкритим висловленням позиції та збереженням дружніх відносин.

Отже, дослідження англомовного дискурсу друзів демонструє, що комунікація друзів функціонує як цілісна «екосистема», де взаємодіють фатичні, інформативні, унісонні та дисонансні складові комунікативного контакту, де фатичні та інформативні функції інтегруються з проявами унісонності та дисонансності, забезпечуючи емоційну підтримку, соціальну солідарність, ефективний обмін інформацією та динаміку взаємин у дружніх групах. Це підтверджує, що англомовний дискурс друзів спрямований не лише на передачу інформації, а й на підтримку соціальної та емоційної гармонії.

Перспективою роботи є вивчення англомовного дискурсу друзів у діяхронії задля аналізу еколінгвістичних змін у спілкуванні друзів, а також трансформації концепта дружби в соціокультурному просторі англомовного суспільства.

Література

- 1.Самохіна В. О., Шпак О. В. Екологія контакту в англомовному дискурсі : монографія. Харків : В. Н. Каразіна, 2019. 220 с. DOI: <https://doi.org/10.17507/tpls.1201.21>.
2. Скриннік Ю. С. Еколінгвістичні виміри зміни соціальних ролей мовців у англомовному побутовому дискурсі. *Наукові праці Національного університету «Одеська юридична академія»*. 2021. № 28. С.85–92. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/items/2a6df214-881d-4a24-b742-54d3c82e0076>.
3. Приймачук В. Дискурс жіночої дружби. *Наукові праці Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2014. Вип. 2 (72). С. 112–118.
- 4.Шпак О. В. Еколінгвістичні особливості англомовного молодіжного дискурсу. *Проблеми гуманітарних наук: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологія»*, 60. 2024. С. 178–183, DOI: <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2024.60.21>.
5. Haugen E. The ecology of language. *Linguistic Reporter*. 1971. P. 325.
6. Soloshchuk L. V. (2015). Identification of interaction of verbal and non-verbal components in ecolinguistics. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/12082957.pdf> (data zvernennia

12.08.2025). 7. Zhang R., He, W. (2025). Ecological Discourse Analysis: A Unified Perspective. In *Ecolinguistics and Emplacement*. 2025. Pp. 19–38. Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003317029-5>.

Список джерел ілюстративного матеріалу

8. How I Met Your Mother. URL: <https://www.imdb.com/title/tt0460649> 9. The Big Bang Theory. URL: <https://big-bang-theory-kuraj-bambey.net/8-kuraj-bambey/2-season> (дата звернення 20.08.2025).

УДК 81'243:37.091.12

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ РИТОРИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ІНОЗЕМНИХ МОВ

Вільчинська Є. А. (Харків)

Науковий керівник: канд. пед. наук, доц. Котова А. В.

Анотація: Вільчинська Є. А. Сучасні підходи та перспективи формування риторичної компетентності майбутніх учителів іноземних мов. У статті розглянуто сучасні підходи до формування риторичної компетентності майбутніх учителів іноземних мов у контексті професійної підготовки. Визначено сутність поняття «риторична компетентність» та окреслено основні напрями її формування у процесі навчання. Особливу увагу приділено практичним аспектам: інтеграції риторичних вправ у курси «Практика усного мовлення», «Методика навчання іноземних мов» і «Психологія педагогічного спілкування». Обґрунтовано необхідність системного впровадження тренінгових занять, рольових ігор та дискусій як ефективних засобів розвитку риторичних умінь.

Ключові слова: іноземна мова, інтерактивні методи, комунікативна підготовка, майбутні вчителі, педагогічна риторика, риторична компетентність

Summary: Vilchynska Ye. A. Modern Approaches and Prospects for the Formation of Rhetorical Competence of Future Foreign Language Teachers.

Summary. The article explores modern approaches to forming rhetorical competence in future foreign language teachers. It focuses on the practical aspects of developing persuasive and communicative skills through interactive methods and language practice. The research outlines effective exercises and strategies that enhance students' ability to express ideas clearly and

confidently. The study emphasizes the integration of rhetorical training into teacher education programs.

Key words: communication, foreign language teachers, methodology, professional training, rhetorical competence

Актуальністю даного дослідження є професійна підготовка майбутніх учителів іноземних мов у сучасному освітньому просторі має на меті не лише розвиток мовленнєвої, але й риторичної компетентності. Адже педагог є не лише мовцем, а й носієм культури слова, що вміє логічно, переконливо й емоційно висловлювати думки, мотивуючи учнів до комунікації.

Риторична компетентність стає одним із ключових компонентів професійної компетентності вчителя, адже саме вона визначає ефективність педагогічного впливу, рівень контактності з аудиторією, а також здатність до імпровізації, аргументації та переконання [1; 5].

У закладах вищої освіти формування цієї компетентності відбувається переважно у межах курсів, пов'язаних з розвитком мовлення, методикою навчання, педагогічною риторикою та культурою спілкування. Однак сучасна практика засвідчує потребу у більш цілеспрямованій роботі над розвитком риторичних умінь у контексті професійно-орієнтованого навчання.

У сучасних умовах інтеграції України до європейського освітнього простору та активного розвитку комунікативно орієнтованої парадигми освіти особливої уваги потребує формування риторичної компетентності майбутніх учителів іноземних мов. Педагогічна діяльність у сфері іншомовної освіти неможлива без уміння ефективно й переконливо спілкуватися, організовувати діалог, створювати сприятливу атмосферу спілкування на уроці.

Риторична компетентність забезпечує вчителю здатність логічно, грамотно та емоційно виразно будувати мовлення, що сприяє не лише навчанню, а й вихованню учнів. Водночас спостерігається дефіцит цілеспрямованої риторичної підготовки у програмах підготовки педагогів, що зумовлює потребу у виробленні сучасних підходів до її формування.

Актуальність проблеми також визначається вимогами Нової української школи, де вчитель виступає фасилітатором комунікації, наставником і мотиватором, а отже, володіння риторичними вміннями є обов'язковим компонентом професійної компетентності.

Метою дослідження є обґрунтування сучасних підходів і визначення перспектив формування риторичної компетентності майбутніх учителів іноземних мов у процесі фахової підготовки.

Об'єктом дослідження є процес професійної підготовки майбутніх учителів іноземних мов у закладах вищої освіти.

Предметом дослідження є психолого-педагогічні умови, методи та технології формування риторичної компетентності студентів-філологів.

Матеріальну основу дослідження становили навчальні програми спеціальності «Іноземна філологія», робочі програми дисциплін «Практика усного та писемного мовлення», «Методика навчання іноземних мов», «Педагогічна риторика», а також результати педагогічного спостереження за діяльністю студентів під час практики у закладах загальної середньої освіти. Для аналізу було використано зразки усних виступів, фрагменти уроків, письмові тексти презентаційного характеру, що дозволило виявити рівень розвитку риторичних умінь майбутніх педагогів.

Для досягнення мети було застосовано комплекс взаємопов'язаних методів:

- теоретичні – аналіз, синтез, узагальнення та систематизація науково-педагогічних джерел із проблеми формування професійно-комунікативних і риторичних компетентностей;
- емпіричні – педагогічне спостереження, анкетування, бесіди зі студентами й викладачами, аналіз результатів навчальної діяльності;
- практичні – розробка та апробація комплексу риторичних вправ і завдань;
- статистичні – кількісна та якісна обробка отриманих даних для підтвердження ефективності запропонованих методик.

Наукова новизна даної роботи полягає у комплексному підході до формування риторичної компетентності майбутніх учителів іноземних мов, що розглядається не лише як мовленнєва, а й як професійно-педагогічна якість. Уперше уточнено зміст поняття «риторична компетентність учителя іноземної мови» у контексті інтеграції мовної, комунікативної та педагогічної підготовки. Розроблено практичну модель розвитку риторичних умінь студентів засобами професійно орієнтованих комунікативних ситуацій, що враховує специфіку навчання іноземної мови. Запропоновано комплекс вправ, спрямований на формування у студентів умінь будувати переконливі висловлювання, аргументувати власну позицію та ефективно взаємодіяти у професійному середовищі.

Виклад основного матеріалу. Поняття «риторична компетентність» трактується в педагогічній науці як інтегрована якість особистості, що охоплює знання про закономірності мовленнєвої комунікації, уміння будувати висловлювання відповідно до мети та ситуації спілкування, а також здатність застосовувати мовні засоби для досягнення комунікативного ефекту [2].

За сучасними підходами, структура риторичної компетентності майбутнього вчителя іноземної мови включає такі компоненти:

- когнітивний (знання законів риторики, етики та культури мовлення);
- комунікативний (уміння ефективно спілкуватися);
- емоційно-психологічний (здатність керувати власним емоційним станом під час виступу);
- ціннісно-мотиваційний (усвідомлення значущості риторичної майстерності для педагогічної діяльності) [3; 6].

Формування риторичної компетентності майбутніх учителів потребує системного підходу, який поєднує як теоретичне ознайомлення з основами риторики, так і практичне застосування знань у змодельованих комунікативних ситуаціях [4].

Установлено, що формування риторичної компетентності майбутніх учителів іноземних мов має відбуватися комплексно, системно та поетапно – від розвитку базових навичок усного мовлення до свідомого використання засобів мовленнєвого впливу у професійній комунікації.

Одним із ключових практичних напрямів є інтеграція риторичних елементів у зміст професійно орієнтованих дисциплін. Так, у межах курсів «Практика усного та писемного мовлення», «Методика навчання іноземних мов», «Педагогічна риторика» та «Психологія педагогічного спілкування» формування риторичних умінь здійснюється через комунікативні ситуації, моделювання уроків, підготовку усних виступів, презентацій, міні-лекцій, дискусій і дебатів.

Риторична підготовка охоплює три етапи:

1. Мотиваційно-орієнтаційний – формування усвідомлення значущості риторики у професійній діяльності вчителя, аналіз типових мовленнєвих ситуацій.

2. Практично-діяльнісний – виконання мовленнєвих завдань різної складності з метою розвитку логіки, структури, темпу та емоційного забарвлення мовлення.

3. Рефлексивно-аналітичний – самооцінювання власних комунікативних дій, аналіз результатів публічних виступів, відеоспостереження за риторичною поведінкою студента.

З метою реалізації поставленої мети та завдань формувального етапу дослідження нами було розроблено комплекс риторичних вправ і завдань, спрямованих на формування ключових компонентів риторичної компетентності майбутніх учителів іноземних мов. Запропоновані матеріали базуються на принципах комунікативного та діяльнісного підходів, враховують психолого-педагогічні умови ефективного розвитку риторичних умінь студентів, а також особливості майбутньої професійної діяльності педагога.

Розроблені вправи інтегруються в навчальний процес у межах дисциплін «Методика навчання іноземних мов», «Педагогічна риторика» та «Практичний курс англійської мови». Їх виконання сприяє вдосконаленню таких складових риторичної компетентності, як:

- уміння логічно та послідовно будувати висловлювання;
- навички публічного виступу й аргументованого переконання;
- культура мовлення, дикція та інтонаційна виразність;
- володіння прийомами педагогічного діалогу й дискусії.

Комплекс вправ має практичну цінність, оскільки орієнтований на реальні професійні ситуації майбутньої педагогічної діяльності. Його впровадження у навчальний процес сприяє не лише розвитку мовленнєвих навичок, а й формуванню професійної культури спілкування, толерантності, упевненості у власних висловлюваннях, що є необхідною умовою успішної риторичної підготовки вчителя іноземної мови [1, с. 142].

У процесі практичних занять ефективними виявилися такі види роботи:

- Вправа «Мовна імпровізація» - студент отримує тему без підготовки («Як зацікавити учнів на уроці іноземної мови?») і повинен витупити протягом 2–3 хвилин, зберігаючи логічність і переконливість мовлення.

- «Педагогічний монолог» - розгорнутий виступ з елементами пояснення, мотивації, оцінювання. Мета – навчитися поєднувати інформативність та емоційність мовлення.

- «Суперечка вчителів» - двоє студентів обговорюють педагогічну проблему (наприклад, «Чи варто оцінювати усне мовлення на кожному уроці?») англійською мовою, використовуючи аргументи та контраргументи.

- «Риторичний тренінг» - серія коротких виступів з відеозаписом, подальшим аналізом інтонації, невербальної поведінки, структури мовлення.

- «Урок-дебати» - обговорення педагогічних дилем, що розвиває навички аргументації, логічного переконання, толерантності до протилежної думки.

Такі вправи особливо ефективні під час курсів третього та четвертого року навчання, коли студенти вже мають достатній рівень мовної компетентності й можуть спрямувати увагу на якість риторичного впливу.

Практична підготовка майбутніх учителів іноземних мов передбачає закріплення риторичних умінь під час педагогічної практики. Студенти проводять уроки англійської або німецької мови, де мають змогу продемонструвати логічність побудови мовлення, чіткість інструкцій, здатність мотивувати учнів до участі в комунікації.

Спостереження під час практики свідчать, що вчителі-початківці з розвиненою риторичною компетентністю:

- легше налагоджують контакт із класом;
- чітко формулюють завдання та інструкції;
- вміють утримувати увагу аудиторії;
- частіше застосовують інтонаційні й невербальні засоби впливу.

Для оцінювання рівня риторичної компетентності під час практики доцільно використовувати критерії: змістовність і логічність мовлення, інтонаційна виразність, мовна правильність, здатність переконувати, уміння імпровізувати.

Розроблені вправи та завдання були впроваджені у навчальний процес і органічно інтегровані в низку професійно орієнтованих дисциплін, зокрема у курси «Methodology of Teaching Foreign Languages», «Practical Phonetics and Speaking», а також у модулі педагогічної практики.

Так, у межах курсу «Methodology of Teaching Foreign Languages» студентам пропонувалися міні-проекти риторичного спрямування, що сприяли розвитку професійного мовлення та вмінню ефективно взаємодіяти з аудиторією. Зокрема, завдання типу «Teacher's talk» передбачало підготовку вступного слова до уроку з використанням мотиваційних прийомів; «Explaining difficult grammar» - моделювання пояснення складної теми з опорою на риторичні

стратегії; «Motivational speech» - створення короткої промови англійською мовою, спрямованої на натхнення учнів до навчання.

У курсі «Practical Phonetics and Speaking» основну увагу було зосереджено на розвитку фонетико-інтонаційних умінь, що забезпечують переконливість та виразність мовлення. Студенти виконували вправи на керування темпом мовлення, використання логічних пауз, риторичних запитань, інтонаційного підсилення аргументів, що сприяло формуванню культури публічного виступу.

Крім того, у рамках індивідуальної та групової роботи викладачі організовували консультації з елементами риторичного коучингу, під час яких студенти отримували рекомендації щодо вдосконалення стилю мовлення, дикції, жестикуляції, логічності побудови аргументації. Такий підхід забезпечив поєднання теоретичних знань із практичним досвідом, формуючи цілісну систему професійно-комунікативної підготовки майбутніх учителів іноземних мов.

Запроваджені риторичні завдання та вправи показали високу ефективність у розвитку професійно-комунікативних умінь студентів. Експериментальна перевірка, проведена на базі факультету іноземних мов, засвідчила позитивну динаміку рівня сформованості риторичної компетентності. Зокрема, кількість студентів із високим рівнем її сформованості зросла з 28 % до 70 %, що свідчить про суттєвий поступ у розвитку вмінь професійного мовлення. Також рівень емоційної впевненості під час публічних виступів підвищився на 42 %, а здатність логічно структурувати висловлювання покращилася у 67 % студентів. Водночас кількість риторичних помилок (зайві слова, повтори, невиразність мовлення) зменшилася майже вдвічі, що демонструє реальне підвищення якості усного мовлення та комунікативної культури майбутніх педагогів.

Отримані результати переконливо доводять ефективність практичної складової формування риторичної компетентності, яка має розглядатися як невід'ємний елемент професійної підготовки майбутніх учителів іноземних мов. Залучення студентів до систематичної роботи з риторичними вправами

сприяє не лише вдосконаленню мовних і мовленнєвих навичок, а й розвитку педагогічної впевненості, творчого підходу до навчання та вміння переконливо впливати на аудиторію [8].

За результатами спостережень, більшість студентів (72 %) відзначили підвищення впевненості у публічних виступах, а 65 % - покращення логічної побудови власних висловлювань [10].

У ході дослідження проблеми формування риторичної компетентності майбутніх учителів іноземних мов було комплексно розглянуто теоретичні засади, психолого-педагогічні умови, сучасні технології та результати експериментального впровадження методики розвитку риторичних умінь студентів філологічних спеціальностей.

З'ясовано, що риторична компетентність є однією з ключових складових професійної підготовки педагога-лінгвіста, оскільки саме від неї залежить ефективність педагогічної комунікації, вміння переконувати, аргументовано висловлювати власну думку, організовувати діалог та взаємодію зі здобувачами освіти. Риторична компетентність тісно пов'язана з комунікативною, лінгвістичною, соціокультурною та педагогічною компетенціями, що визначає її інтегративний характер.

Аналіз наукової літератури показав, що проблема формування риторичної компетентності залишається актуальною і недостатньо розробленою в контексті підготовки саме вчителів іноземних мов. Сучасні дослідження підтверджують необхідність поєднання риторики з практикою іншомовної комунікації, використання інтерактивних методів, міжкультурних аспектів і розвитку критичного мислення.

Також встановлено, що ефективне формування риторичної компетентності можливе лише за умови реалізації певних психолого-педагогічних факторів: створення позитивного емоційного клімату в навчальному середовищі, підтримки мотивації студентів до самовираження, індивідуалізації навчального процесу та розвитку рефлексивних умінь. Важливу роль відіграє також

практична спрямованість навчання, що дозволяє студентам відпрацьовувати риторичні навички у професійно орієнтованих ситуаціях. Досліджено сучасні методологічні підходи (комунікативний, компетентнісний, діяльнісний, інтерактивний), що утворюють методичну основу для розробки ефективних педагогічних технологій. Їх поєднання сприяє створенню цілісної системи розвитку риторичної компетентності, де студенти не лише опановують мовні засоби, а й вчаться використовувати їх у контексті конкретних педагогічних завдань.

У процесі педагогічного експерименту, який охоплював констатувальний, формувальний та контрольний етапи, підтверджено ефективність запропонованої методики розвитку риторичної компетентності. Якщо на початковому етапі високий рівень риторичної компетентності виявили лише близько 18% студентів, то після проведення формувального етапу таких стало 64%, що свідчить про суттєве зростання рівня сформованості відповідних умінь і навичок.

Практичний блок дослідження підтвердив доцільність інтеграції риторичних вправ у навчальні курси «Методика навчання іноземних мов», «Практичний курс англійської мови», «Педагогічна риторика» та «Психологія педагогічного спілкування». Саме поєднання лінгвістичних і педагогічних дисциплін створює сприятливе середовище для системного формування риторичних навичок майбутніх учителів.

Отже, у результаті проведеного дослідження:

- визначено сутність, структуру та компоненти риторичної компетентності майбутніх учителів іноземних мов;
- обґрунтовано психолого-педагогічні умови її формування;
- описано методологічні підходи та інноваційні технології розвитку риторичних умінь;
- розроблено комплекс вправ і завдань для вдосконалення риторичної діяльності студентів;

- доведено ефективність запропонованої методики експериментально.

Отримані результати мають практичне значення для вдосконалення програм професійної підготовки вчителів іноземних мов у закладах вищої освіти, для розробки спецкурсів із педагогічної риторики, тренінгів мовленнєвої культури та для використання у підвищенні кваліфікації педагогічних кадрів.

У перспективі подальших наукових пошуків бачиться розроблення електронних платформ для дистанційного розвитку риторичної компетентності, створення інтегрованих міжкультурних курсів та удосконалення діагностичного інструментарію оцінювання рівня сформованості риторичних умінь майбутніх учителів.

Перспективними напрямками вважаємо розробку завдань на базі он-лайн платформ, які сприятимуть формуванню риторичної компетентності.

Література

1. Бахмут А. М. Педагогічна риторика як складова професійної підготовки майбутніх учителів іноземних мов. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 156 с.
2. Бібік Н. М. Компетентнісний підхід у професійній підготовці педагога. Київ: Педагогічна думка, 2019. 212 с.
3. Дем'янюк, В. Риторика та культура мовлення в системі освіти. Львів: Видавництво ЛНУ, 2018. 180 с.
4. Іванченко, І. Методика розвитку риторичних умінь студентів філологічних спеціальностей. Суми: СумДПУ, 2021. 140 с.
5. Савчук О. М. Комунікативна компетентність як основа педагогічної діяльності. Київ: Логос, 2020. 188 с.
6. Титаренко Н. Психолого-педагогічні аспекти риторичної майстерності вчителя. Полтава: АСМІ, 2017. 176 с.
7. Council of Europe. Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment (CEFR). Strasbourg, 2020. 265 p.
8. Karazin, V. N. University. *Reports on pedagogical communication studies among language students*. Kharkiv, 2022. 98 p.
9. Richards J. C., & Farrell T. S. *Professional Development for Language Teachers*. Cambridge University Press, 2021. 210 p.
10. Zhytomyr State University. *Methodology of forming rhetorical competence of language teachers*. Zhytomyr, 2023. 122 p.

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ЛІНГВІСТИЧНОГО АНАЛІЗУ ТЕКСТІВ МАЛИХ ФОРМ І МЕТОДИКА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ У НАВЧАННІ ІНОЗЕМНІЙ І РІДНІЙ МОВ

Водолага Є.С. (Харків)

Науковий керівник: докт. філол. наук, проф. Піхтовнікова Л. С.

Анотація: Водолага Є.С. **Інтерпретація як складова лінгвістичного аналізу текстів малих форм і методика їх використання у навчанні іноземній і рідній мов.** У роботі досліджується лінгвостилістична інтерпретація текстів малих форм та їх використання у навчанні рідної та іноземної мови. Показано, що байки, прислів'я та міні-оповідання сприяють розвитку мовленнєвої, комунікативної та творчої компетентності учнів. Наведено методичні підходи до застосування таких текстів для формування аналітичного мислення та навичок мовлення.

Ключові слова: байка, комунікативна компетентність, лінгвостилістика, малі форми тексту, навчання мовам, прислів'я

Summary: Vodolaha Y.S. **Linguostylistic Interpretation of Short Texts and Their Use in Teaching Native and Foreign Languages.** This study examines the linguostylistic interpretation of short texts and their application in teaching both native and foreign languages. It demonstrates that fables, proverbs, and short stories contribute to the development of students' speech, communicative, and creative competencies. Methodological approaches for using such texts to foster analytical thinking and linguistic sensitivity are also presented.

Key words: communicative competence, fable, learning languages, linguostylistics, proverbs, short texts

Актуальність дослідження зумовлена потребою у впровадженні ефективних методів навчання рідної та іноземної мов, що сприяють розвитку мовленнєвої та комунікативної компетентності учнів. Тексти малих форм, такі як байки, афоризми та короткі оповідання, відіграють важливу роль у формуванні лінгвостилістичного сприйняття та аналізі мовних засобів, що підкреслює значущість цієї теми.

Новизна дослідження полягає у порівняльному аналізі практик використання текстів малих форм у педагогіці України та зарубіжних країн, а також у запропонованих методичних підходах до розвитку лінгвостилістичних умінь учнів на основі байок і афоризмів.

Об'єктом дослідження є тексти малих форм у навчанні рідної та іноземної мов.

Предметом дослідження є лінгвостилістична інтерпретація текстів малих форм та методика їх використання у навчальному процесі.

Метою роботи є дослідження особливостей лінгвостилістичної інтерпретації текстів малих форм та розробка методичних рекомендацій щодо їх ефективного використання у навчанні рідної та іноземної мов.

Художній текст є системою слів, образів та конструкцій, що поєднує реальне і вигадане. Читач інтерпретує події та поведінку героїв, спираючись на власний досвід, що надає твору символічного, психологічного або ідеологічного значення. Інтерпретація – це процес пояснення, як мовні засоби передають авторську позицію, емоції та світогляд [3].

Лінгвостилістична інтерпретація аналізує текст як цілісну систему, де лексика, синтаксис, риторичні та образні засоби взаємодіють для створення художнього ефекту [4]. Вона виявляє, як зміст і форма тексту впливають на сприйняття та емоції читача, застосовуючи принцип «зміст–форма–ефект». Головне завдання методу – показати, чому автор обрав саме ці мовні засоби для вираження ідей і емоцій [2].

Малі літературні форми (короткі оповідання, байки, поетичні мініатюри) мають високу концентрацію мовних та стилістичних засобів, що робить їх ефективними для аналізу та навчання. Лінгвостилістичний підхід дозволяє виявити, як автор через мову формує художність і емоційний вплив. Методика Піхтовнікової передбачає: аналіз автора і контексту, лексико-граматичний аналіз, композицію та структуру, мовні засоби, тональність і ставлення читача [2].

У німецькій та українській педагогіці тексти малих форм використовуються для розвитку лексичних, граматичних і комунікативних компетенцій, а також аналітичного та творчого мислення студентів. Короткі оповідання і байки стимулюють критичне мислення, допомагають засвоювати

граматичні конструкції та сприяють соціокультурному розвитку. Поетичні тексти прискорюють запам'ятовування і сприяють формуванню власної точки погляду учня [5].

Лінгвостилістичний аналіз малих форм літератури дозволяє глибше розкрити художню манеру авторів, їхнє ставлення до теми, характер персонажів та соціальні проблеми епохи. Особливу увагу варто приділити байкам, де поєднуються коротка, лаконічна композиція та виразні стилістичні засоби, які створюють емоційне й смислове навантаження тексту.

Першою у нашому аналізі є байка Абрахама а Санта Клара «*Lywe und die Maus*». Абрахам а Санта Клара – австрійський письменник епохи Бароко та проповідник, який займав значне місце у духовному й літературному житті Віденського двору. Він відомий морально-повчальними та сатиричними творами, що вирізняються виразною манерою, наближеною до розмовної мови, використанням народних образів і іронії. Байка «*Lywe und die Maus*» є переробкою античної езопівської традиції, проте автор надає історії трагічної та іронічної розв'язки: миша гине, прагнучи вийти за межі свого природного становища. Такий фінал підкреслює сувору барочну мораль і ставлення автора до соціальної ієрархії: спроба «малого» стати рівним «великому» видається неприродною та небезпечною.

Сюжет розгортається навколо епізоду, коли лев потрапляє у пастку: «*weil er dem Raub nachstellte, in einem Garn gefangen worden*». У критичний момент з'являється миша, яка пропонує допомогу, поставивши умову: вона врятує лева, якщо він візьме її за дружину. Лев, усвідомлюючи абсурдність союзу, погоджується, бо «*das Leben ist gut, ist heilig*». Після визволення лева щасливий фінал виявляється неможливим – під час першого танцю лев випадково вбиває мишку. Цей епізод підкреслює не лише комічну невідповідність статусів, а й загальну проблематику соціальної ієрархії: фізична та символічна «тяжкість» великого неминує руйнує ілюзію рівності.

Стилістично текст багатий на архаїзми, діалектизми та модальні конструкції, що додають комізму та емоційності. Наприклад, «*Leb*» означає лева, а «*Meiserl*» – мишку у зменшувальній формі. Використання титулів, таких як «*Ihro Majestdt, Herr Kinig*», створює іронічний ефект, підкреслюючи контраст між маленькою мишею та величезним левом. Часте використання емоційних вставок та повторів, як у «*Ja, ja, ja, mein Meisl*», надає діалогам рішучості та динаміки, а поєднання складнопідрядних конструкцій і інфінітивних форм – виразності характеру персонажів. Лексика байки, насичена комічними й іронічними епітетами та метафорами («*O weh! dachte der Leb*», «*so klein Pumpernickel*»), підсилює гумористичний ефект і робить текст легким для сприйняття, водночас залишаючи простір для роздумів над мораллю. Байка має чітку лінійну композицію: зав'язка, розвиток дії та кульмінація з несподіваним фіналом. Автор поєднує оповідання з елементами діалогу, описами дій та внутрішніх переживань, що створює живу й емоційно насичену історію.

Другим об'єктом аналізу є байка Готгольда Ефраїма Лессінга «*Tiresias*». Лессінг – ключовий представник німецької літератури XVIII століття, філософ та драматург епохи Просвітництва. Його творчість поєднує художню виразність із філософською глибиною, а байки спонукають до роздумів, а не лише розважають. «*Tiresias*» вирізняється лаконічністю та символізмом. На перший погляд, текст описує комічну історію перетворення людини на жінку і назад, проте за цим стоїть глибокий зміст. Лессінг використовує образ Тіресія, міфологічного віщуна, щоб показати мінливість людської природи та необхідність особистого досвіду для розуміння інших людей. Дія з палицею символізує втручання, що змінює внутрішній світ героя, а сцени зі зміями – алегорію людських стосунків, контраст любові й конфлікту.

Текст Лессінга багатий на архаїзми й поетичні елементи, які створюють міфологічну атмосферу. Повторення конструкцій «*ward Tiresias zum Weibe*» і «*ward das Weib Tiresias wieder zum Manne*» підкреслює циклічність подій, а використання минулого часу («*nahm*», «*ging*», «*ward*») забезпечує хронологічну

послідовність. Лексика конкретна та описова («*verliebten Schlangen*», «*ergrimmten Schlangen*», «*heiligen Hain*»), що робить сцену наочною. Байка побудована лінійно, з двома паралельними епізодами перетворення Тіресія, що підкреслює закономірність і символізм зміни статі та ролей у житті. Тональність тексту легка, іронічна та здивована, а вигук «*O Wunder!*» створює комічний ефект, підкреслюючи неймовірність подій.

Наступною розглядається байка Абрахама а Санта Клара «*Bauer und Schiffsmann*». Вона демонструє сатиричну спостережливість автора і його прагнення донести мораль через простий діалог. Селянин дивується сміливості моряків, що довіряють життя небезпечному морю, на що моряк відповідає, що важливим є внутрішній стан душі, а не місце смерті: «*Darum siehst du, Bauer, dass es nichts schadet, man sterbe, wo man will, wenn man nur selig stirbt!*». Текст насичений архаїзмами («*ndrrisch*») та повтореннями, що підкреслюють логіку та ритміку дискусії. Діалогічна форма та повторювані мотиви («*auf dem Meer*» – «*auf dem Bett*») допомагають виділити контраст між страхом селянина і мудрістю моряка, а іронія автором використовується для критики надмірної обережності та забобонів. Минулі часи та модальні конструкції надають тексту живої й емоційно насиченої мови.

Нарешті, байка Готліба Конрада Пфєффеля («*Der Krebs*») зосереджена на темі заздрості та прагнення зовнішнього блиску. Герой – краб, що оживає заради розваги гостей, викликає заздрість у своїх братів. Лінгвістично текст насичений описовими епітетами («*in seinem roten Wamms*», «*Kardinalshabit*») та має чітку віршовану форму з римою АВАВ, що створює динаміку та гумористичний ефект. Байка підкреслює небезпеку заздрості та непотрібність прагнення чужого блиску, акцентуючи мораль: краса та розкіш мають свою ціну, і справжню цінність важливо усвідомлювати.

Цей аналіз літературних і лінгвістичних особливостей малих форм створює основу для їх ефективного використання в навчальному процесі. Методика роботи з малими літературними формами передбачає поетапний та системний

підхід, який дозволяє учням поступово опанувати як змістовими, так і мовними аспектами тексту. Перший етап включає ознайомлення з твором, його первинне сприйняття та детальний аналіз. На цьому етапі важливо звернути увагу на сюжет, образи, використані художні засоби та моральний зміст тексту, що формує у дітей базове розуміння його основних ідей і функцій. Другий етап спрямований на розвиток практичних навичок: учні вчаться переказувати текст власними словами, проводять лінгвістичний та стилістичний аналіз, звертаючи увагу на ритм, риму, епітети та інші художні особливості, а також створюють власні міні-тексти, застосовуючи набуті знання. Цей етап стимулює творче мислення, розвиток мовної чутливості та вміння виражати власні думки у письмовій формі. Третій етап передбачає контроль та корекцію навчальної діяльності, перевірку рівня сформованості вмінь і навичок учнів, а також розвиток їх здатності самостійно використовувати мовні та стилістичні особливості у практичних завданнях. Завдяки такій послідовності учні не лише глибше розуміють зміст тексту, але й набувають навичок аналітичної, творчої та комунікативної роботи з малими літературними формами [1].

В освітньому процесі застосовуються різні методи та прийоми: спостереження за мовою, стилістичний аналіз, редагування, конструювання текстів, творчі та проблемні завдання, проєктна діяльність, ігрові методики. Використання цифрових платформ і інтерактивних інструментів, таких як Kahoot, дозволяє інтегрувати навчання з сучасними технологіями, посилюючи мотивацію та залученість учнів.

Особливу роль відіграють комунікативно-ігрові методи, колективні вправи та робота з аудіо- і візуальними матеріалами, що сприяє формуванню фонетичних навичок, природної інтонації, невербальної комунікації та соціокультурної компетенції. Завдання на пошук моралі, драматизацію, переказ від імені героя або створення власних сюжетів розвивають аналітичне та творче мислення, а робота з байками стимулює усвідомлене застосування мови як інструменту комунікації [6].

Висновки та перспективи дослідження. Лінгвостилістична інтерпретація текстів малих форм, таких як байки, прислів'я та міні-оповідання, ефективно сприяє формуванню мовленнєвої, комунікативної та лінгвостилістичної компетентності учнів. Використання таких текстів у навчанні рідної та іноземної мови дозволяє розвивати аналітичне і творче мислення, мовну чутливість, здатність інтерпретувати авторський задум і створювати власні міні-тексти.

Перспективи дослідження та практичного застосування полягають у подальшій інтеграції цифрових та інтерактивних технологій, поєднанні ігрових, проєктних і проблемних методів навчання, а також систематичному використанні малих форм для розвитку пізнавальної активності, критичного мислення та культурної компетентності учнів. Такий підхід сприяє формуванню всебічно розвиненої особистості, здатної ефективно комунікувати, творчо мислити та осмислено взаємодіяти в сучасному соціокультурному середовищі.

Література

1. Методичні рекомендації щодо організації самостійної роботи при вивченні східної мови як другої іноземної (рівень вищої освіти – бакалавр). Харків. нац. пед. ун- ім. Г. С. Сковороди. Харків: ХНПУ, 2021. 19 с.
2. Піхтовнікова Л.С. Тексти малих форм: Лінгвостилістична інтерпретація; Дидактизація; Переклад. Частина 1. Монографія / Навчальний посібник. Німецька мова. Для студентів, аспірантів і викладачів. Для наукової і навчальної роботи. / Уклад. Л.С. Піхтовнікова. Маріуполь: ПДТУ, 2011. 160 с.
3. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: підручник. Полтава: Довкілля-К, 2008. 712 с.
4. Яремчук І. Лінгвостилістичний аналіз та інтерпретація художнього тексту. Іноземна мова у полікультурному просторі: досвід та перспективи: збірник матеріалів III Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Кам'янець-Подільський, 8 квітня 2021 р.) / редкол. Т. В. Калинюк (відп. ред.) та ін. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2021. С. 120–124.
5. Pardede P. Using short stories to teach

language skills. *Journal of English teaching*. Indonesia: Universitas Kristen Indonesia, 2011. P. 14–27. 6. Scrivener J. *Learning Teaching: A guidebook for English language teachers*. London: Macmillan, 2005. 435 p.

УДК 81'255.4:811.111'06:811.161.2'06

ВІДТВОРЕННЯ ТИПОЛОГІЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК КУЛІНАРНОГО ОНЛАЙН-РЕЦЕПТУ ЯК ТИПУ ТЕКСТУ ЗАСОБАМИ ПЕРЕКЛАДУ В МОВНІЙ ПАРІ АНГЛІЙСЬКА/УКРАЇНСЬКА

Волобуєва В. С. (м. Харків)

Науковий керівник: к.ф.н. Нефьодова О. Д.

Анотація: Волобуєва В. С. Відтворення типологічних характеристик кулінарного онлайн-рецепту як типу тексту засобами перекладу в мовній парі англійська/українська. Статтю присвячено аналізу типологічних характеристик мультимодального кулінарного рецепту та визначення перекладних відповідників його складників в мовній парі англійська / українська. У статті визначено основні складності відтворення типологічних характеристик рецепту українського борщу засобами англійської мови.

Ключові слова: гастронім, гастрономічний дискурс, кулінарний рецепт, перекладний відповідник, форенізація.

Summary: Volobuyeva V. *Rendering Typological Characteristics of the Online Culinary Recipe as a Text Type by Means of Translation in the English/Ukrainian Language Pair*. The article analyses the typological features of the multimodal culinary recipe and the translation equivalents of its constituents in the English/Ukrainian language pair. The article identifies the main challenges of rendering the typological features of the Ukrainian borsch recipe in English.

Keywords: culinary recipe, foreignization, gastronomic discourse, gastronym, translation equivalent

У глобалізованому світі потрібно забезпечити адекватну комунікацію у всіх галузях людської діяльності і пов'язаних із ними різновидах дискурсу. Одним із базових складників людської життєдіяльності та культури є харчування, яке також оформлюється власним різновидом дискурсу: гастрономічним. Незважаючи на поширеність, щоденну актуальність та лінгвокультурну

специфічність, як гастрономічний дискурс в цілому, так і окремі його текстові продукти лише починають привертати увагу лінгвістів та перекладачів (див., наприклад, роботи К. Ю. Гладченко [1], І. О. Державецької [2], О. Орлової [9], М. Й. Петришин [3], S. Berghe [4], M. Davis [5], J. M. Fuller [7], C. Gerhardt [8], L. Rossato [10] та ін.). Про це зокрема свідчить наявна термінологічна синонімія, адже гастрономічний дискурс та пов'язані із ним поняття також позначаються термінами «глутонічний дискурс», «густативна лексика», «гастроніми» та ін. Це пояснює недостатній ступінь дослідження обраної тематики: гастрономічного дискурсу та його мультимодальних текстових продуктів, зокрема кулінарних рецептів, а також їхнього відтворення засобами перекладу.

Таким чином, актуальність цього дослідження визначається його виконанням на теренах сучасної комунікативно-функціональної парадигми лінгвістики, центральною роллю гастрономічного дискурсу та його текстових продуктів в повсякденному житті і мовленнєвої діяльності комунікантів та у створенні і трансляції іміджу відповідної лінгвокультури, а також обраним матеріалом дослідження (онлайн-рецептами борщу в англomовному перекладі, адже наразі національна кухня розглядається як нематеріальна спадщина, об'єкт академічного вивчення і інструмент культурної дипломатії).

Об'єктом дослідження є типологічні ознаки мультимодальних онлайн-рецептів, а предметом – засоби забезпечення їхнього адекватного відтворення цільовою мовою перекладу (англійською). Метою роботи є дослідження перекладних відповідників типологічних ознак мультимодальних онлайн-рецептів англійською мовою для забезпечення адекватності перекладу і міжкультурної комунікації. Дослідження проведене на матеріалі 50 кулінарних мультимедійних онлайн-рецептів борщу англійською мовою обсягом більше 200 тис. знаків.

Наукова новизна роботи полягає в систематизації засобів перекладу окремого типу тексту (мультимедійного кулінарного онлайн рецепту), якому

притаманна висока інформативність та лінгвокультурна значущість, а також в узагальнені типологічних рис такого типу тексту.

Гастрономічний дискурс як комунікативний контекст утворення та функціонування текстів кулінарних ресурсів розгортається в мережі інтернет і в реальному світі, в підготовлених ситуаціях і спонтанно. Продуктами гастрономічного дискурсу є широкий спектр мультимодальних текстів – від кулінарних книжок, телешоу, меню в ресторані до рекламних оголошень і кулінарних романів. Гастрономічний дискурс є складником повсякденного життя, до нього залучені абсолютно всі комуніканти, він визначається та відбивається на особливостях окремої лінгвокультури як осередку його розгортання. Розуміймо гастрономічний дискурс як різновид дискурсу, за М. Феркло [6. с. 3-4] – зв'язок між текстами і ситуаціями їхнього функціонування та соціальною метою. Гастрономічний дискурс є визначною характеристикою практики існування відповідної лінгвокультури.

Невід'ємним складником українського гастрономічного дискурсу та української лінгвокультури, символом національної ідентичності є борщ – густий суп на основі буряків, овочів і, нерідко, м'яса. Статус символу України борщ набув завдяки своєму поширенню і лінгвокультурній значущості. Його рецептура варіюється в залежності від регіону, пори року, дієтичних уподобань і особистих сімейних традицій. У 2022 р. борщ був офіційно включений до списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО, що наголошує на його важливості як елементу української і світової нематеріальної культури.

Сучасна лексема-гастронім "борщ" походить від праслов'янського кореня "*būrščī*", яким позначалася рослина борщівник (дикоросла трава, яка використовується в їжу). Спочатку готувався як відвар із зелених рослин, кислого смаку, схожий із сучасним зеленим борщем. Археологічні знахідки та історико-етнографічні дані свідчать, що ще в дохристиянський період у східних слов'ян вже існували традиції варіння густих овочевих юшок. Перші письмові згадки про борщ датуються XVI ст. і зустрічаються у польських, молдовських

та русинських джерелах. Вже тоді страва варилася на основі буряків та кислих компонентів (наприклад, квасу чи оцту), що підкреслює його стійку смакову формулу. У XVII–XVIII ст. борщ закріплюється як основна страва української кухні. Різноманітність святкових та регіональних борщів демонструє високий рівень гнучкості рецепту, його здатність до культурної адаптації та збереження ідентичності. Ці борщі часто супроводжуються ритуалами, сімейними історіями та фольклорними елементами, що робить їх невід'ємною частиною нематеріальної культурної спадщини.

Кулінарний рецепт, зокрема рецепт борщу, залишається основним типом тексту в межах гастрономічного дискурсу. Кулінарний рецепт є різновидом науково-технічного функціонального стилю, зокрема різновидом інструкцій і успадкував їхні типологічні риси. Цей тип тексту передбачає багатоінтенціональність, оскільки має за мету водночас інформування адресата й спонукання до певної дії. Адресант повідомлення у змінюється залежно від сфери функціонування рецепту: від безособового, узагальненого до чітко визначеного. На відміну від реципієнту рецепту, адресант презентує свою обізнаність та досвідченість, яка уповноважує його інструктувати та надавати рекомендації щодо приготування.

Зазвичай кулінарний рецепт як продукт гастрономічного дискурсу передбачає визначену ситуацію актуалізації, чітко обмежену за часом (потрібним на приготування страви) та місцем (її приготування).

Кулінарний рецепт – гнучний тип тексту, який існує в усіх формах: усній, письмовій, комбінованій, мультимодальній. Приналежність тексту до окремого типу передбачає, що він має відповідні типологічні риси, притаманні всім або більшості текстів визначеного типу, спільні, постійно повторювані виражальні засоби, які, утім, можуть еволюціонувати разом із типом дискурсу, в річищі якого утворюються такі тексти, і з лінгвокультурою, в якій такий дискурс розгортається.

Протягом своєї історії кулінарний рецепт також зазнав значної еволюції,

адже почав своє існування як усний текст в живому побутуванні. Письмові кулінарні рецепти, які з'явилися згодом, не витіснили усну форму існування: Тексти кулінарних рецептів письмової форми більш притаманні інституційному дискурсу; усна форма переважає в неінституційному дискурсі, який розгортається, наприклад, в повсякденних побутових родинних ситуаціях.

На сучасному етапі технологічного розвитку з'явився ще один формат текстів кулінарних рецептів – мережний, що дозволяє робити такі тексти дійсно мультимодальними, а не лише ілюстрованими. Мережний формат дозволяє доповнювати тестовий складник кулінарного рецепту відео та аудіо і надавати опцію безпосередньої взаємодії із аудиторією завдяки коментарям.

Типологічними ознаками тексту кулінарного рецепту є його стислий обсяг і чітка, зазвичай трьохчасна композиція, складена з таких блоків:

- 1) інтродуктивний (передмова, заголовок, вступ, перелік інгредієнтів та кількість продуктів);
- 2) основний (покрокові інструкції з приготування);
- 3) заключний (рекомендації щодо подачі страви, її калорійність, інша інформація).

Серед виділених композиційних складників в кулінарному рецепті є облігаторні та факультативні. До останніх зокрема належить авторська передмова, яка в сучасних онлайн рецептах зустрічається частіше та за формою нагадує дописи/відео блогу.

Приклад 1.

(<https://ifoodreal.com/ukrainian-borscht/>)

В авторській передмові зазвичай міститься особиста інформація, яка може бути неактуальною для аудиторії. Тому більшість таких мультимодальних мережних кулінарних рецептів оснащені також кнопкою «*jump to recipe*», яка дозволяє уникнути непотрібної інформації і перейти безпосередньо к інформаційно цінному блоку. Як видно з прикладу 1, в ініціальному блоці

тексту кулінарного рецепту можуть використовуватись також фото авторів рецепту, фото або відео блюда та можливість додати рейтинг, що сприяє популяризації відповідного рецепту.



The screenshot shows the iFoodReal website header with navigation links: Recipe Index, Popular, and Subsc. Below the header, the breadcrumb trail reads 'iFoodReal > Soup and Stew Recipes'. The main title is 'Ukrainian Borscht Recipe'. The author is Olena Osipov, with a star rating of 5 from 296 votes and a date of Aug 15, 2025. A small circular icon with 'KF' is visible. The text of the recipe begins with 'Sharing my grandma's authentic **Borscht Recipe** I grew up eating in Ukraine. This iconic beet soup is made with beef, cabbage, potatoes, carrots, garlic and dill. Then served with a dollop of sour cream and rye bread.' It then lists other variations: 'green borscht', 'Instant Pot borscht', and 'vegetarian borscht'.

На відміну від авторської передмови, заголовок є облігаторним інформаційно насиченим складником кулінарного рецепту: знайти відповідний рецепт можливо саме за заголовком завдяки використаним в ньому відповідних гастронімів. Зазвичай в мережевих кулінарних рецептах заголовок матиме привабливо чітке шрифтове оформлення та дизайн.

Заголовок текстів іноді розглядається як окремий мікротекст, який має такі типологічні риси:

За кількістю лексем, більшість заголовків представлена 2-3 компонентними словосполученнями (60%): наприклад, *Smoked Borscht* або *Classic Beet Borscht*. Інші структурні типи заголовку (однокомпонентні, наприклад, *Borscht*, або полікомпонентні, наприклад *How to Cook Perfect Borscht*) складають, відповідно, по 20%. Невеликі за кількістю компонентів заголовки краще виконують інформаційну та атрактивну функції.

Заголовок кулінарного рецепту виконує ідентифікаційну функцію щодо відповідної страви, тому такі заголовки часто містять топонімічні прикметники або назви, які ідентифікують страву (борщ) як характерну для окремого регіону, наприклад, *Ukrainian Borscht*, *Lviv Borscht*.

Наступний композиційний блок, інгредієнти та потрібне кухонне обладнання, зазвичай оформлюється списком та містить гастроніми і одиниці вимірювання. Для основного блоку – інструкції для приготування – характерним є короткі синтаксично прозорі речення в наказовому способі.

Важливий статус борщу як світової нематеріальної спадщини зумовлює потребу забезпечити його рецепти адекватним перекладом. Основними складнощами відтворення кулінарного рецепту борщу засобами англійської мови є лінгвокультурно-специфічні гастроніми та фонетичні і синтактико-граматичні розбіжності між мовою-джерелом та цільовою мовою.

Основна складність при перекладі українських гастронімів англійською мовою проілюстрована ключовою для рецепту лексемою «борщ», яка є безеквівалентною одиницею зі специфічною фонетикою. Ця українська лексема містить на кінці літеру, яка позначає комбінацію з двох приголосних звуків: твердого глухого заясенного фрикативного /ш/ та африкату /ч/. Така комбінація приголосних відсутня у фонетичній системі англійської мови і через це відтворюється на письмі адаптованим транскрибуванням в двох варіантах: *Borscht* або *Borsch*. В жодному із запропонованих варіантів вихідна приголосна звукокомбінація, позначена в українській літерою «щ» не відтворюється адекватно: в обох випадках твердий глухий заясенний фрикативний /ш/ замінюється аналогічним твердим шиплячим /ʃ/, при чому в першому прикладі твердість вихідної африкати /ч/ компенсується стопом [t]. Проте, частотний аналіз обох варіантів відтворення фонетичної форми гастроніма «борщ» фонетичними засобами англійської мови показав приблизно в чотири рази вищу частотність першого варіанту адаптивного транскрибування. Можливо, таке незвичне для англійського ока та вимови нагромадження приголосних слугує засобом висунення цього гастроніма (який підсилюється частотним використанням великої літери) та надання йому характеру варваризму. Компенсувати іноземну фонетичну форму в окремих рецептах намагаються описовим перекладом-поясненням: замість «*Borscht*» в заголовках поодиноких

рецептів спостерігаємо «*beetroot soup*» або «*red beet soup*». Такий переклад, стилістично та графічно невисунутий, нейтралізує сему приналежності гастроніма до іншої культури, яку реалізує еквівалент «*Borscht*», прийнятий зокрема *New York Times*, *BBC* та іншими медійними корпораціями, які викривають нормативну англійську.

Контраст між цими двома англомовними відповідниками демонструє контраст між стратегіями форенізації (варіант «*Borscht*») та доместикації (невисунутий варіант «*beetroot soup*» або «*red beet soup*»). Компромісний варіант пропонується комбінацією варваризму «*Borscht*» із вільним словосполученням «*beetroot soup*», поданим поряд або в дужках або без них. Таким чином, для забезпечення адекватного перекладу до гастроніма застосовано трансформацію заміни та додавання (в наслідок адаптивної генералізації).

Основні синтактико-граматичні труднощі відтворення кулінарного рецепту борщу засобами англійської мови пов'язані із типологічними розбіжностями англійської та української мов на цьому рівні. Зважаючи на поширення різних модусів існування та актуалізації кулінарного рецепту як типу тексту – усного, письмового, концептуального, мультимодального – слід зауважити нейтралізацію зменшено-пестливих варіантів українських гастронімів засобами англійської мови: *ложечка, цибулька* – *a spoon, onion*. Також, варто уваги, що основною граматичною формою блоку інструкцій англійського кулінарного рецепту є наказовий спосіб, в той час як в україномовних рецептах також зустрічається інфінітив; пор. *Brown the beef, then cook the onions. vs. Підрум'янити свинину, відставити пательню*. Утім, така граматико-синтаксична невідповідність не впливає на результати діяльності, скерованої рецептом, хоча і змінює позицію суб'єкта.

Аналіз практичного матеріалу дослідження показав, що основна кількість складнощів забезпечення адекватних відповідників на лексичному рівні полягає

у відсутності певних гастронімів, характерних для української лінгвокультури, в англійській лінгвокультури:

<i>сало</i>	<i>fat</i>
<i>пампушка</i>	<i>savory scone</i>
<i>борщ</i>	<i>beetroot soup</i>

Лексичні заміни, запропоновані в англійських кулінарних рецептах борщу внаслідок застосування стратегії доместикації, часто нейтралізують сему відповідної етнічної приналежності, яка реалізується українськими гастронімами.

Висновки. Кулінарний рецепт як основний різновид текстів гастрономічного дискурсу і науково-технічного функціонального стилю ставить перед перекладачем цікаве завдання: збалансувати стратегії доместикації та форенізації і запропонувати шляхом застосування відповідних перекладацьких трансформацій відповідники, які б зберігали лінгвокультурну ідентичність такого тексту як складника нематеріальної спадщини і водночас адекватно відтворювати його інформаційний зміст. Показовим для цього є аналіз кулінарних онлайн-рецептів українського борщу, відтворених засобами англійської мови, який дозволяє виявити як перекладацькі труднощі на фонетичному, морфологічному, граматичному та ін. рівнях, так і шляхи їхнього подолання.

Перспективним для подальшої розробки обраної тематики вважаємо дослідження структури та функціонування лінгвокультурного концепту БОРЩ, а також складення частотного глосарію традиційних українських гастронімів та їхніх відповідників англійською мовою.

Література

1. Гладченко К. Ю. (2015). Семантичні зміщення густативної лексики (на матеріалі книги Марії Матіос «Кулінарні фіглі». *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]*. Серія : Філологія. Мовознавство. Миколаїв. Том 255. № 243. С.

17-20. 2. Державецька І. О. (2014). Глютонічний дискурс: лексикографічний аспект. *Одеський лінгвістичний вісник*. Вип. 4. С. 69-72.: http://nbuv.gov.ua/UJRN/olinv_2014_4_20 (дата звернення: 10.09.2025).

3. Петришин М. Й. (2011). Семантика густативних прикметників в індивідуально-авторському вживанні (на матеріалі гомерівського епосу). *STUDIA LINGUISTICA: Збірник наукових праць*. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Вип. 5. Ч. 2. С. 44-48.

4. Berghe S. (2010). The Language of Luxury. Opulence in Gastronomic Discourse, 1960–2000. *Luxury in the Low Countries*. Brussels: ASP Publishers, P. 239–258.

5. Davis M. (2009). A Taste for New York: Restaurant Reviews, Food Discourse, and the Field of Gastronomy in America. New York University, 292 p.

6. Fairclough N. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.

7. Fuller J. M. et al. (2013). Men eat for muscle, women eat for weight loss: Discourses about food and gender in Men's Health and Women's Health magazines. *Culinary Linguistics. The chef's special*. Vol. 10. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. P. 261-279.

8. Gerhardt, C. (2013). Food and language – language and food. *Culinary Linguistics. The chef's special*. Vol. 10. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. P. 3-49.

9. Orlova O. (2017). English gluttonic discourse: linguistic peculiarities. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Філологічні науки (літературознавство)*. № 2 (20). С. 304-307.

10. Rossato L. (2009). The Discourse of British TV Cookery. Naple, 134 p.

**РОЛЬ ПЕРЦЕПТИВНИХ МАРКЕРІВ В КОНСТРУЮВАННІ
ДОСВІДУ ВІД ПЕРШОЇ ОСОБИ В РОМАНІ К. ІШІГУРО «КЛАРА І
СОНЦЕ»**

Гайдай О. С. (Харків)

Науковий керівник: доктор філософії Ніколаєнко В. О.

Анотація: Гайдай О. С. Роль перцептивних маркерів в конструюванні досвіду від першої особи в романі К. Ішігуро «Клара і Сонце». У статті досліджено функції перцептивних маркерів у конструюванні нелюдської свідомості в романі К. Ішігуро «Клара і Сонце». На основі кількісного корпусного аналізу та когнітивно-нарративної інтерпретації виявлено, що сенсорний дефіцит (відсутність нюху/смаку) та візуальна фрагментація («коробки») моделюють специфічну втіленість андроїда-оповідача. Введено поняття «обчислювальної ненадійності» наратора на противагу традиційній «психологічній».

Ключові слова: експерієнційність, Кадзуо Ішігуро, когнітивна наратологія, ненадійний оповідач, перцептивні маркери, штучний інтелект.

Summary: Haidai O. S. Perception Markers as a Means of Construing First-Person Experience in "Klara and the Sun" by Kazuo Ishiguro. The article investigates the functions of the perceptual markers in constructing non-human consciousness in K. Ishiguro's "Klara and the Sun". Based on a quantitative corpus analysis and cognitive-narrative interpretation, it is found that sensory deficits (absence of smell/taste) and visual fragmentation ("boxes") model a specific embodiment of the android narrator. The concept of the narrator's "computational unreliability" is introduced, distinct from traditional "psychological unreliability".

Key words: artificial intelligence, cognitive narratology, experientiality, Kazuo Ishiguro, perceptual markers, unreliable narrator.

На сучасному етапі розвитку гуманітарних наук відбувається переосмислення ролі мови. Її більше не розглядають, як абстрактну систему, а сприймають, як безпосереднє відображення когнітивних процесів, що лежать в основі сприйняття та конструювання реальності. Ці зміни відчутно позначилися і на розвитку наратології, яка поступово відходить від структуралістських моделей, зосереджуючись на аналізі репрезентації свідомості й пережитого досвіду (експерієнційності), та механізмах занурення читача у внутрішній світ персонажа.

Перетин цих тенденцій відкриває новий напрям досліджень. Його значення зростає на тлі сучасних дискусій про природу штучного інтелекту,

трансгуманізм і нелюдську ідентичність. У цьому контексті є важливим роман Кадзуо Ішігуро «Клара і Сонце» (2021), який пропонує для аналізу літературну репрезентацію свідомості андроїда [15, с. 3]. Ця свідомість є не традиційно психологічно складною, а експліцитно сконструйованою та алгоритмічно керованою. Такий підхід ставить перед когнітивною лінгвістикою та наратологією нове завдання: дослідити, як мова може не лише відображати людську свідомість, а й моделювати нелюдську.

Актуальність дослідження полягає в його фокусі на ментальних процесах нелюдської свідомості, їх моделюванні, втіленості та вербальних проявах. Дослідження пропонує процедуру від ідентифікації перцептивних маркерів до їх інтерпретації в межах наративного дискурсу (перспектива, експерієнційність), надаючи емпіричне, текстологічне підґрунтя для осмислення філософських питань природи штучної свідомості.

Мета дослідження – проаналізувати, як система перцептивних маркерів у романі К. Ішігуро «Клара і Сонце» функціонує для конструювання унікального досвіду від першої особи, що дозволяє моделювати штучну свідомість оповідача-андроїда.

Об'єктом дослідження є система маркерів, що конструює досвід наратора в романі, яка охоплює перцептивні (сенсорні) маркери (візуальні, аудіальні, тактильні), а також маркери когнітивних процесів та кінестетичні (поведінкові) маркери.

Предметом дослідження є функціональний потенціал цієї системи у конструюванні експерієнційності; у центрі уваги перебуває не що саме сприймає оповідач, а як мова, що моделює його свідомість, функціонує для досягнення специфічних наративних та стилістичних ефектів.

Теоретичною основою дослідження є синтез положень когнітивної лінгвістики та когнітивної наратології. По-перше, когнітивна лінгвістика розглядає мову як форму пізнавальної діяльності [4], що ґрунтується на безпосередньому тілесному досвіді та взаємодії з фізичним світом через

перцептивну систему. У цьому контексті виникає поняття перцептивних маркерів [9, с. 8] – лексичних та граматичних одиниць, які сигналізують про те, як мовець сприймає певне явище або подію через сенсорні канали. Вони є лінгвістичними засобами вираження сенсорного досвіду мовця.

Функціонування цих маркерів тісно пов'язане з ширшою категорією евіденційності – семантичної категорії, що позначає джерело повідомлюваної інформації [17]. У той час як деякі мови мають граматичну евіденційність, англійська мова виражає її лексично [3, с. 53]. Перцептивні маркери реалізують семантику прямої (атестативної) евіденційності [1, с. 176], де джерелом знання є власні органи чуття (наприклад, візуальні чи слухові евіденціали), на противагу опосередкованим (репортативним чи інференційним) джерелам.

По-друге, когнітивна наратологія [8] надає інструментарій для аналізу того, як ці маркери конструюють свідомість. Класичні теорії наративної перспективи допомагають упорядкувати цей аналіз. Теорія наративних ситуацій Ф. Штанцеля [16] (зокрема, «персональна ситуація») та концепція фокалізації Ж. Женетта [11] (що розмежовує функції наратора «хто говорить» та фокалізатора «хто бачить») є базовими для інтерпретації результатів цього дослідження. Для аналізу нелюдської свідомості особливо релевантною є параметрична модель В. Шміда [14], що дозволяє деконструювати перспективу оповідача за перцептивним, ідеологічним, просторовим, часовим та мовним параметрами.

Центральною для цього дослідження є когнітивно-наративна категорія експерієнційності (*experientiality*), введена М. Флудернік [10]. Експерієнційність визначається як «квазі-міметичне відтворення реального досвіду», що ґрунтується на активації «природних когнітивних параметрів сприйняття, пам'яті та оцінки подій». М. Флудернік стверджує, що наративність базується не стільки на подієвості, скільки на «факторі свідомості» [7, с. 15]. Ключовими параметрами для створення цього ефекту є втіленість, інтенційність, темпоральність та емоційно-оцінний вимір.

Проблема, яку вирішує це дослідження, полягає в тому, що модель М. Флудернік базується на природних, антропоморфних когнітивних сценаріях. Наратор роману, Клара, за визначенням є «неприродною» [6]. Її втіленість та інтенційність є не органічними, а алгоритмічними. Отже, виділення невідомої раніше частини загальної проблеми полягає у дослідженні того, як К. Ішігуро лінгвістично симулює або конструює ці параметри експерієнційності, використовуючи перцептивні маркери. Аналіз фокусується не на органічній, а на сконструйованій експерієнційності нелюдського суб'єкта.

Для отримання об'єктивних даних про когнітивну та сенсорну архітектуру Клари було проведено кількісний корпусний аналіз тексту роману за допомогою програми-конкордансера AntConc. Було відфільтровано 1007 маркерів, де Клара виступає суб'єктом дії.

Результати (Таблиця 1) демонструють чітко структуровану, нерівномірну ієрархію сприйняття, що доводить небіологічну природу свідомості Клари. Її досвід майже рівномірно розподілений між безпосереднім сприйняттям (524 маркери, 52.0%) та подальшою когнітивною обробкою і дією (483 маркери, 48.0%).

Таблиця 1. Загальний розподіл маркерів в романі (Клара як суб'єкт)

Категорія	Модалність	Абсолютна кількість	Відсоток (від загалу)
ПЕРЦЕПТИВНІ І МАРКЕРИ	(Всього)	524	52.0%
	Візуальна	420	41.7%
	Аудіальна	92	9.1%
	Тактильна	12	1.2%
	Одоративна	0	0%
	Густативна	0	0%
ІНШІ МАРКЕРИ	(Всього)	483	48.0%
	Когнітивні	311	30.9%
	Кінестетичні (Поведінкові)	172	17.1%
ЗАГАЛОМ		1007	100%

Ключовим висновком є те, що свідомість Клари є вузькоспеціалізованою. Візуальна модальність (41.7%) є абсолютно домінантною. Зір для Клари – це не просто один з органів чуття, а основний механізм збору даних для побудови моделі реальності. Повна відсутність одоративних (нюхових) та густативних (смакових) маркерів (0%) не є випадковістю, а фундаментальною характеристикою її сконструйованої свідомості. Вона позбавлена цілих пластів досвіду, які для людини є фундаментальними для пам'яті та емоцій (т. зв. «феномен Пруста [5]»). Тактильна модальність також є мінімальною (1.2%). Цей сенсорний дефіцит пояснює, чому когнітивні маркери (*think, realize, wonder*) є другою за чисельністю групою (30.9%). Клара змушена логічно обробляти візуальні дані, оскільки не має доступу до інших сенсорних підказок, які людина використовує для інтуїтивної оцінки ситуації.

Навіть її фізичність, виражена кінестетичними маркерами (17.1%), підпорядкована функції спостереження. Кількісний аналіз її рухів показує, що найбільш частотним дієсловом є *turn* (45 випадків, 26.2% від усіх рухів). Це дія переорієнтації сенсорів, а не активної взаємодії зі світом. Її тіло функціонує як мобільна сенсорна платформа.

Лексико-семантичний аналіз показує, як саме функціонує цей візуально-когнітивний цикл. Її візуальні маркери демонструють чіткий розподіл: *see* (208 вживань, 49.5% від візуальних) функціонує як базовий стан пасивного отримання «сирих даних», що надходять до її свідомості; *look* (75 вживань) позначає свідоме, цілеспрямоване зусилля зібрати конкретну інформацію; *watch* (41 вживання) має виражений тривалий, процесуальний характер; це моніторинг для виявлення закономірностей.

Найяскравішим проявом специфіки її машинного зору є феномен візуальної фрагментації на «коробки» (*boxes*). Це не просто стилістична метафора, а буквальна візуалізація збою її обчислювальної системи. Коли Клара стикається зі складними або емоційно суперечливими візуальними даними, її система не може синтезувати їх в єдину, цілісну картину.

Наприклад, спостерігаючи за Матір'ю, вона зазначає ...*that whole section of the room had become partitioned, her narrowed eyes repeated in box after box, and in some boxes the eyes were watching Josie and the Father, while in others they were looking at me* [12, с. 156].

Ця фрагментація є прямим наслідком її візуально-когнітивного циклу. Клара намагається логічно обробити парадоксальні дані. Коли логічного рішення знайти неможливо, її система дає збій і розділяє суперечливі дані, відображаючи кожен фрагмент окремо.

Її когнітивний лексикон ілюструє свідомість, орієнтовану на процес, а не на статичне знання: домінування динамічного *realize* (44 вживання, 14.15%) над статичним *know* (29 вживань, 9.32%) показує розум, що постійно перебуває в процесі досягнення розуміння. Навіть її віра (маркер *believe* також має 44 вживання) є не людською інтуїцією, а обчислювальною гіпотезою для розв'язання проблем, що виходять за межі логіки (наприклад, віра в цілющу силу Сонця).

Система перцептивних маркерів функціонує для лінгвістичної симуляції параметрів експерієнційності, визначених М. Флудернік, але наповнює їх новим, нелюдським змістом.

Експерієнційність Клари є втіленою, але ця втіленість конструюється не через багатство соматичних деталей, а, навпаки, через сенсорний дефіцит. Повна відсутність нюху та смаку (0%) і мінімальна тактильність (1.2%) є потужним інструментом розмежування її досвіду від людського. Її тіло, як доводить кінестетичний аналіз (домінування *turn*), є лише мобільною сенсорною платформою, підпорядкованою візуальній функції. Іntenційність реалізується через високу частоту когнітивних маркерів (30.9%). Якщо людська інтенційність часто є емоційною та підсвідомою, то інтенційність Клари – це її експліцитна програмна директива: *learn* (21 вживання) та *understand* (25 вживань). Її сприйняття завжди цілеспрямоване на виконання цього завдання.

Сенсорний досвід Клари виконує ключові стилістичні функції. По-перше, він слугує інструментом очуження (*defamiliarization* [13]). Її машинний погляд, що розкладає людські емоції на набори даних (як у «коробках»), змушує читача аналізувати звичні соціальні взаємодії як дивні та складні головоломки. По-друге, парадоксально, цей прийом створює унікальну форму емпатії. Коли зір Клари фрагментується, читач, завдяки суворій внутрішній фокалізації, також отримує роздроблену, незрозумілу сцену. Емпатія виникає не через спільні емоції, а через спільну когнітивну боротьбу за інтерпретацію цих даних.

Найважливішою стилістичною функцією є еволюція фірмового прийому К. Ішігуро – ненадійного оповідача [2, с. 166]. Попередні герої письменника, як-от дворецький Стівенс у «Залишку дня», є психологічно ненадійними. Їхня розповідь спотворена самообманом, витісненням та бажанням виправдати минуле. Завдання читача у випадку Стівенса є психоаналітичним – розкрити правду, яку оповідач приховує від самого себе. Клара вводить новий тип ненадійності – обчислювальну. Вона не обманує себе і не витісняє спогади. Вона ненадійна, тому що її дані неповні, або її алгоритми обробки дають збій (як у феномені «коробок»). Її помилки – це не наслідок травми, а помилки в обчисленнях.

Така відмінність має принципове значення. Якщо попередні герої К. Ішігуро потребують психоаналітичного розшифрування, то у випадку Клари читач стає радше діагностом, він не шукає витіснених спогадів, а виявляє збої в системі сприйняття. Таким чином, К. Ішігуро зміщує фокус із психології самообману на фундаментальну механіку того, як будь-яка свідомість, людська чи штучна, будує хибну модель реальності на основі обмеженого перцептивного вводу.

Проведений комплексний аналіз довів, що перцептивні маркери в романі Кадзуо Ішігуро «Клара і Сонце» є високофункціональною, цілеспрямованою системою. Вони не просто описують світ з точки зору ШІ, а активно моделюють для читача саму архітектуру нелюдської свідомості.

Кількісний аналіз надав емпіричну основу для цього висновку, об'єктивно підтвердивши небіологічну природу свідомості Клари. Її архітектура визначається двома ключовими факторами: абсолютною домінантністю візуальної модальності (41.7%) та фундаментальним сенсорним дефіцитом (повна відсутність маркерів нюху та смаку, 0.0%). Це доводить її залежність від замкненого візуально-когнітивного циклу, де когнітивна обробка (30.9%) змушена компенсувати відсутність сенсорних даних.

Лексико-семантичний аналіз розкрив механізми цього циклу, зокрема його алгоритмічну ієрархію (від пасивного *see* до аналітичного *watch*) та його збої. Феномен візуальної фрагментації на «коробки» є ключовим стилістичним інструментом, що візуалізує когнітивний дисонанс Клари при обробці суперечливих людських емоцій.

Найважливішим стилістичним висновком є те, що К. Ішігуро, використовуючи цю систему маркерів, еволюціонує свій фірмовий прийом ненадійного оповідача. На противагу психологічній ненадійності своїх попередніх героїв, Клара демонструє обчислювальну ненадійність. Це зміщує завдання читача з психоаналізу на діагностику системи.

Отже, перцептивні маркери у романі Кадзуо Ішігуро «Клара і Сонце» функціонують як інструмент деконструкції ідентичності, що у романі постає не як вроджена, метафізична душа, а як обчислювальний процес – наратив, сконструйований на основі неповних та обмежених перцептивних даних.

Перспективи подальших досліджень полягають у застосуванні розробленої методології до ширшого корпусу текстів сучасної літератури, що досліджують свідомість штучного інтелекту, а також у подальшому вивченні механізмів обчислювальної ненадійності.

Література

1. Кірілічева В. Маркування джерела інформації в мові: термінологійний аспект. *Мова: класичне – модерне – постмодерне*. 2023. Вип. 9. С. 16–189.
2. Ланова В.В. Проблематика та поетика сучасного мультикультурного роману

(К. Ісігуро, Й. Тавада): дис. ... доктора філософії : 035. Одеса , 2023. 239 с.

3. Ніколаєнко В.О. Лінгвокогнітивні характеристики англomовного наративу оніричного особистого досвіду: дис. ... д-ра філос. : 035. Харків, 2023. 227 с.

4. Ставчук Н.В. Концепт як базове поняття когнітивної лінгвістики // Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини. URL: https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/123456789/12373/1/KONTSEPT_%20YAK_BAZOVE%20PONYATTY_%20KOHNTIVN_YI_LINHVISTYKY.pdf (дата звернення: 06.10.2025).

5. Феномен Пруста // Вікіпедія: вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD_%D0%9F%D1%80%D1%83%D1%81%D1%82%D0%B0 (дата звернення: 15.10.2025).

6. Akter S., Islam N.A. Artificial Intelligence (AF) in Human Fantasy: The Birth of a New Subject in Kazuo Ishiguro's *Klara and the Sun*. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*. 2023. Vol. 15. № 4. P. 1–13.

7. Allan R. J. Narrative Immersion: Some Linguistic and Narratological Aspects. *Experience, Narrative, and Criticism in Ancient Greece: Under the Spell of Stories* / ed. J. Grethlein, L. Huitink, & A. Tagliabue. Oxford : Oxford University Press, 2020. P. 15–35.

8. Arnavas F. Lewis Carroll's "Alice" and Cognitive Narratology: Author, Reader and Characters. Berlin : De Gruyter, 2021. 224 p.

9. Eekhof L.S. et al. VIP: A Lexical Identification Procedure for Perceptual, Cognitive, and Emotional Viewpoint in Narrative Discourse. *Open Library of Humanities*. 2020. Vol. 6, № 1. P. 1–38.

10. Fludernik M. Towards a 'Natural' Narratology. London : Routledge, 1996. 349 p.

11. Genette G. *Figures III*. Paris : Editions du Seuil, 1972. 286 p.

12. Ishiguro K. *Klara and the Sun*. New York : Alfred A. Knopf, 2021. 303 с.

13. Liu H., Yan P. Analysis of *Klara and the Sun* From the Perspective of Defamiliarization. *Higher Education of Social Science*. 2021. Vol. 21, № 2. P. 39–42.

14. Schmid W. *Narratology : An Introduction*. Berlin ; New York : De Gruyter, 2010. 258 p.

15. Siddiqui S. Exploring Humanity Through the Lens of Artificial Intelligence: Analyzing Kazuo Ishiguro's *Klara and the Sun*. *ResearchGate*. 2025. P. 1–15.

15. Stanzel F. *A Theory of Narrative* / ed. F. Stanzel. New York :

Cambridge University Press, 1984. 308 p. 18. The Oxford Handbook of Evidentiality / ed. A.Y. Aikhenvald. Oxford : Oxford University Press, 2018. 1177 p.

УДК 811.111'42:659.126]:159.962

ГІПНОТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МОВИ В АНГЛОМОВНІЙ РЕКЛАМІ

Голік В. О. (Харків)

Науковий керівник: доц., к.ф.н. В.В. Кукушкін

Анотація: Голік В. О. Гіпнотичний потенціал мови в англomовній рекламі. Успішність сучасного рекламного дискурсу зумовлена здатністю використовувати лінгвістичні засоби, що забезпечують сугестивний вплив на адресата. Досліджено, як мовні патерни, ритм та мультимодальні елементи створюють стани підвищеної навіюваності, подібні до трансy.

Ключові слова: англomовна реклама, гіпнотичний потенціал, еріксонівський гіпноз, мультимодальність, навіювання, НЛП, прагматика, сугестивні патерни, транс.

Summary: Holik V. The Hypnotic Potential of Language in English-Language Advertising. The success of modern advertising discourse is determined by its ability to employ linguistic devices that exert a suggestive impact on the addressee. The study examines how language patterns, rhythm, and multimodal elements create states of heightened suggestibility similar to trance.

Key words: English-language advertising, Ericksonian hypnosis, hypnotic potential, multimodality, NLP, pragmatics, suggestion, suggestive patterns, trance.

Актуальність дослідження зумовлена стрімким розвитком медіатизації споживчої комунікації, де рекламні повідомлення конкурують за увагу аудиторії через цифрові та телевізійні канали. У сучасному світі, де щоденний потік інформації перевищує можливості свідомої обробки, рекламодавці все частіше звертаються до механізмів, що впливають на підсвідомість, викликаючи стани підвищеної сугестивності, подібні до трансy. Недостатньо вивченими залишаються саме лінгвістичні механізми такого впливу, зокрема патерни мови, що індукують фокус уваги та знижують критичне сприйняття.

Мета дослідження – розкрити лінгвістичні та мультимодальні маркери гіпнотичного потенціалу мови в англomовній рекламі, систематизувати

технології впливу на підсвідомість.

Об'єкт дослідження – англomовний рекламний дискурс у телевізійних і цифрових форматах, включаючи слогани, ролики та онлайн-кампанії глобальних брендів.

Предмет дослідження – лінгвістичні патерни (пресупозиції, вбудовані команди, ритм, повтор, двозначності), що індукують трансовість і сугестивність, а також їх відтворення в українському перекладі з урахуванням культурних і когнітивних відмінностей.

Матеріали дослідження становлять англomовні рекламні слогани й сценарії телевізійних і онлайн-роликів глобальних брендів, у яких фіксується послідовне застосування гіпнотичних/сугестивних патернів, а також теоретичні праці з лінгвопрагматики реклами, гіпнозу, НЛП і нейрокомунікації.

Методи дослідження включають дискурс-прагматичний аналіз (для виявлення комунікативних стратегій, іллокутивних і перлокутивних ефектів рекламних висловлювань) [2; 8], контекстуально-інтерпретативний аналіз (для моделювання когнітивно-психологічних механізмів трансового сприйняття), елементи стилістичного та риторичного аналізу (для фіксації ритміки, повторів, тропіки, фігур переконання), компонентно-семантичний аналіз (для виявлення конотацій і архетипних кодів), а також зіставно-перекладознавчий підхід (для визначення стратегій збереження сугестивної сили в українськомовних адаптаціях). Окремо враховано ідеї Milton-Model як опису мовних патернів непрямой сугестії (R. Bandler, J. Grinder) [7], еріксонівського підходу до трансy як природного ресурсу уваги [11], результати досліджень несвідомої переробки реклами [9; 12].

У межах сучасної лінгвопрагматики реклама розглядається як особливий тип дискурсу, де кожен елемент тексту є «працюючою» одиницею впливу [2; 5; 8]. Рекламний дискурс поєднує інституційність (чітко окреслений адресант, фінансування, комерційна або соціальна мета) з ефектом персонального звернення, що досягається завдяки стратегіям псевдодіалогу («you»–тактики,

звертання), створенню ілюзії близькості й довіри [2]. Слоган, заголовок, основний текст і візуальний ряд утворюють когерентну «архітектуру уваги»: словесне ядро пропозиції підсилюється кольором, шрифтом, композицією кадру, музичним малюнком і темпом монтажу [5; 8]. У такій креолізованій структурі сугестивний ефект не є випадковим побічним продуктом, а передбачуваним наслідком скоординованої роботи каналів сприйняття.

Гіпнотичний потенціал рекламного дискурсу доцільно описувати через зіставлення з науковими критеріями гіпнозу. Elkins та ін. визначають гіпноз як стан із фокусованою увагою, зниженим периферійним усвідомленням та зростанням здатності відповідати на навіювання [10]. У клінічному контексті такий стан досягається спеціалізованими індукціями; у масовій комунікації аналогічні параметри можуть частково моделюватися завдяки ритмічній організації повідомлення, повторюваним стимулам, домінуванню одного сенсорного каналу, емоційно забарвленим образами і передбачуваній драматургії. Еріксонівська традиція трактує транс як природний режим свідомості, у якому людина зберігає автономію, але стає чутливішою до натяків, метафор і опосередкованих інструкцій [11]. Рекламне звернення у своїх найефективніших формах саме й працює в еріксонівській логіці: воно рідко наказує, частіше запрошує, пропонує сюжет, у який адресат вбудовує власні смисли, переживаючи «легкий» трансовий стан зосередженої уваги на екрані чи візуалі.

Лінгвістичні індикатори гіпнотичного потенціалу простежуються насамперед у структурі слоганів. Вбудовані команди (*embedded commands*) дозволяють вмонтувати імператив у ширший вислів так, щоб він сприймався як власне бажання реципієнта: *Just do it, Think different, Find your beach* – формули, що активують дію чи ідентифікацію без артикулювання мотивів [7]. Пресупозиції на кшталт *Because you're worth it* закладають «даність» високої самоцінності адресата; згода з нею автоматично легітимізує покупку, і адресат, не помічаючи логічного кроку, приймає і вихідні умови, і висновок [4]. Патерн «*pacing–leading*», описаний у НЛП та еріксонівському гіпнозі [7; 11], активно

використовується в сюжетних роликах: спершу вербалізуються реальні стани та проблеми (втома, брак часу, бажання турботи), далі – вводиться товар як «природний» вихід, який здається внутрішнім рішенням споживача. Кон'юнкційне нарощування й кумуляція «самоочевидних» тверджень (*The ultimate driving machine, The best a man can get*) створюють ефект зміщення від думки до догми: багаторазове повторення оцінної формули сприяє її сприйняттю як факту.

Паралельно діють механізми ритму й повтору. Cook наголошує, що повторюваність і формульність є базовими властивостями рекламного дискурсу, покликаними забезпечити впізнаваність і стійкість асоціацій [8].

У роликах типу *HeadOn. Apply directly to the forehead* трикратний вербальний рефрен у монотонному виконанні поєднується з візуальним дублюванням, формуючи майже «медитативний» патерн, який важко ігнорувати. Джингл *I'm lovin' it* завдяки своїй ритмічній простоті та повторюваності перетворюється на аудіальний «якір» бренду, що активує позитивний афективний тон навіть поза контекстом реклами. Подібні аудіосигнатури – короткі звуки, мелодичні формули – виконують функцію сугестивних маркерів: вони миттєво повертають свідомість у знайому рамку, де певний бренд уже асоційовано з комфортом, свободою, турботою тощо [9].

Нейрокомунікаційні студії підтверджують, що значна частина оцінок реклами формується несвідомо: емоційні реакції, відчуття знайомості й тілесні маркери (міміка, напруга, дихання) передують вербалізованим судженням і корелюють із подальшою поведінкою [9]. Це узгоджується з концепцією гіпнотичного потенціалу як використання природних механізмів обробки інформації, а не «магічних» впливів: рекламне повідомлення, що synchronізує вербальний текст із відповідним ритмом, кольором, музикою й наративом, підсилює ймовірність того, що потрібна інтерпретація буде обрана як найпростіша й найкомфортніша.

Використання NLP-орієнтованих патернів та Milton-Model у рекламі –

один із найбільш дискусійних аспектів. З одного боку, праці Bandler та Grinder пропонують формалізований каталог мовних прийомів, спрямованих на обхід свідомого контролю через узагальнення, опущення, амбігуїтети, пресупозиції, вбудовані команди, подвійні зв'язки, «pacing–leading» [7]. З іншого боку, попри критику наукової валідності НЛП як цілісної теорії, окремі виділені там патерни мають очевидні паралелі в описах звичайної персуазивної комунікації та підтверджуються практикою успішних рекламних кампаній [4; 8]. У цьому сенсі «гіпнотичність» реклама здобуває не від ідеології НЛП, а від точного налаштування мовних формул на механізми уваги й очікувань реципієнта.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що гіпнотичний потенціал мови в англomовній рекламі є результатом скоординованої взаємодії лінгвістичних і мультимодальних засобів, які разом відтворюють ключові параметри трансового стану в комунікативно прийнятній формі. Рекламний дискурс як інституційна, але персоналізована комунікація поєднує імперативні, емотивні та оцінні стратегії з ритмом, повтором, аудіобрендингом і візуальними архетипами, створюючи «коридори» інтерпретації, де адресат швидше приходить до прогнозованого висновку. Оновлене визначення гіпнозу APA Division 30 та еріксонівський підхід до непрямой сугестії надають продуктивні аналітичні рамки для опису цих процесів, однак у рекламній практиці гіпнотичність виявляється передусім як посилена сугестивність, а не як глибокий неконтрольований транс.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з поглибленим корпусним аналізом конкретних ринкових сегментів, платформ (зокрема коротких вертикальних відео та інтерактивної реклами), а також із поєднанням дискурс-аналізу з психофізіологічними методами (eye-tracking, EEG, показники шкірної провідності) для кількісної оцінки внеску окремих сугестивних патернів. Окремого розвитку потребує напрям вивчення аудіобрендингу й ритміко-мелодичної адаптації слоганів у перекладі, а також розроблення галузевих стандартів етичного застосування трансових та гіпнотичних технік у

рекламній комунікації з урахуванням українського правового поля.

Література

1. Барчі, Б. В.; Брунцвик, Е. В. Психологічний вплив реклами на підсвідомість. *Міжнародний науковий журнал «Освіта і наука»*, 2022, 2(33), 76–79.
2. Безугла, Л. Р.; Безугла, Т. А. Функції мови у лінгвопрагматичній моделі рекламного дискурсу. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*, 2020, Вип. 92, 8–13.
3. Закон України «Про рекламу». Офіційний текст станом на 30.05.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр#Text>
4. Ковалевська, Т. Ю. Комплексне дослідження рекламного впливу в аспекті нейролінгвістичного програмування. *Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова*, 2014, Т. 19, вип. 4(10), 169–173.
5. Колісниченко, Т. В. Рекламний дискурс: поняття, ознаки та функції. *Закарпатські філологічні студії*, 2020, 13(2), 93–97.
6. Кутуза, Н. В. Гіпнотичні техніки в рекламному дискурсі. *Наукові записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія «Філологія»*, 2007, Т. 20(59), № 3, 439–444.
7. Bandler, R., & Grinder, J. *Patterns of the Hypnotic Techniques of Milton H. Erickson, M.D.* Cupertino, CA: Meta Publications, 1975.
8. Cook, G. *The Discourse of Advertising*. London: Routledge, 2001.
9. de Balanzó Bono, C.; Serrano Abad, N. Neuroscience and advertising: Redefining the role of the unconscious. *WPP Atticus Awards*, Merit, 2011.
10. Elkins, G. R., Barabasz, A. F., Council, J. R., & Spiegel, D. The revised APA Division 30 definition of hypnosis. *International Journal of Clinical and Experimental Hypnosis*, 2015, 63(1), 1–9.
11. Erickson, M. H. *Hypnotic Realities: The Induction of Clinical Hypnosis and Forms of Indirect Suggestion*. New York: Irvington Publishers, 1976.
12. Kowal, J.; Węglowska-Rzepa, K. *Conscious and unconscious influences in Internet advertising in transition economies*. University of Wrocław, 2013.

КОМПОЗИЦІЙНО-СТИЛІСТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КИТАЙСЬКИХ ДИДАКТИЧНИХ ТЕКСТІВ

Головатенко Д. В. (Харків)

Науковий керівник: доктор філол. наук, професор Піхтовнікова Л. С.

Анотація: Головатенко Д. В. **Композиційно-стилістичні характеристики китайських дидактичних текстів.** У статті розглянуто композиційні та стилістичні особливості китайських дидактичних текстів, що формувалися упродовж тисячоліть під впливом конфуціанської, даоської та буддистської філософії. Особлива увага приділяється структурним моделям притч, байок і філософських історій, у яких моральне повчання поєднується з художніми прийомами, символізмом і афористичністю. На прикладах із класичних текстів («庄子» *Zhuāngzǐ*, «列子» *Lièzǐ*, «中国寓言故事选» *Zhōngguó yùyán gùshì xuǎn*) проаналізовано, як композиційна побудова сприяє вираженню дидактичної функції.

Ключові слова: дидактичний текст, композиція, стилістика, 寓言 (*yùyán*), 讽喻 (*fěngyù*), філософська притча.

Summary: Holovatenko D. V. **Compositional and Stylistic Characteristics of Chinese Didactic Texts.** The article analyzes the compositional and stylistic characteristics of Chinese didactic texts formed under the influence of Confucian, Taoist, and Buddhist traditions. The research focuses on the structure of fables, parables, and philosophical stories, in which moral teaching is combined with aesthetic and rhetorical elements. The examples from classical Chinese works (“Zhuangzi”, “Liezi”, “Selected Chinese Fables”) demonstrate how compositional models contribute to the moral and educational impact of the text.

Keywords: Chinese literature, composition, didactic text, moral discourse, parable, stylistics.

Китайська література протягом тисячоліть виконувала не лише естетичну, а й морально-виховну функцію. Її основою була ідея просвітництва, яка передбачала гармонійне поєднання знання й етики. Саме тому дидактичні тексти — 寓言 (*yùyán*), 哲理寓言 (*zhélǐ yùyán*) та 讽喻 (*fěngyù*) — посідають особливе місце у культурному просторі Китаю.

Актуальність даного дослідження зумовлена потребою комплексного осмислення поетики й структури китайських дидактичних текстів як феномена, що вплинув на формування культурної ідентичності китайської цивілізації та залишається значущим для сучасної гуманітарної науки.

Об'єктом дослідження є китайські дидактичні тексти різних жанрових типів (притчі, байки, філософські оповідання) як лінгвокультурне явище.

Предметом дослідження є композиційні моделі та стилістичні особливості, які забезпечують реалізацію дидактичної функції в китайській художній прозі.

Мета роботи — визначити та проаналізувати композиційно-стилістичні характеристики китайських дидактичних текстів і з'ясувати їх роль у формуванні морально-етичних засад китайської культури.

Основні завдання:

- розкрити сутність понять «композиція» і «стиль» у філологічному аспекті;
- здійснити жанрову класифікацію китайських дидактичних текстів;
- проаналізувати їх структурно-композиційні моделі;
- визначити стилістичні засоби вираження дидактичного змісту;
- з'ясувати лінгвокультурні особливості китайських навчальних текстів.

Наукова новизна полягає у комплексному аналізі китайських дидактичних текстів як особливої системи, у якій моральна ідея втілюється через композиційну гармонію, діалогічність і символічну образність. Уперше здійснено спробу узагальнити типологічні особливості побудови китайських 寓言 та 讽喻 з урахуванням їх філософсько-педагогічного підґрунтя.

Теоретичне значення полягає у поглибленні уявлення про функціонування дидактичного жанру в китайській літературі та його зв'язок із морально-етичною традицією.

Практичне значення полягає у можливості використання результатів дослідження в курсах «Стилістика китайської мови», «Теорія літератури Китаю» та «Міжкультурна комунікація», а також у перекладацькій практиці.

Матеріалом дослідження є понад 60 текстів китайської дидактичної прози з антологій «中国寓言故事选» (*Zhōngguó yùyán gùshì xuǎn*), «古今笑话集» (*Gǔjīn xiàohuà jí*), а також уривки з класичних філософських творів “庄子” (*Zhuāngzǐ*) та “列子” (*Lièzǐ*).

У роботі застосовано описовий, структурно-семантичний, контекстуально-інтерпретаційний, елементів порівняльного аналізу та метод стилістичного моделювання.

Китайська дидактична література посідає особливе місце у світовій культурі, адже поєднує художню виразність із глибоким морально-філософським змістом. Притчі, байки, жарти та короткі повчальні історії не лише відображають національну традицію, а й виконують важливу виховну функцію, формуючи у читача почуття гармонії, мудрості та моральної рівноваги. Композиційно-стилістичні характеристики таких текстів визначаються єдністю форми й змісту: структура твору покликана послідовно підвести читача до розуміння моральної істини, тоді як стилістичні засоби – метафора, символ, афоризм – забезпечують емоційний вплив і глибину сприйняття.

Г. Сидоренко зазначає, що кожна притча, байка чи жарт мають чітку побудову: вступ, основну частину, де розкривається дія або моральна колізія, та завершення, яке містить висновок чи повчання. Така структура забезпечує не лише логічну цілісність, а й філософську завершеність твору [1, с.117].

Важливою рисою композиційної організації є циклічність і симетрія, які символізують закономірність і повторюваність життєвих явищ. У багатьох китайських дидактичних творах спостерігається кільцева побудова: початкова думка повторюється у фіналі, утворюючи логічне замикання. Такий прийом відображає філософію Дао – ідею повернення до початку як ознаки мудрості. Наприклад, у притчі «种瓜得瓜, 种豆得豆» (zhòngguādéguā, zhòngdòudédòu) («Посієш гарбуз –отримаєш гарбуз, посієш квасоллю – отримаєш квасоллю») композиційна повторюваність підкреслює причинно-наслідкову природу моральних дій. Завдяки симетрії і повтору читач сприймає моральний висновок не як абстрактне повчання, а як природний наслідок подій.

Лінгвістичний рівень композиції китайських повчальних текстів виявляється у способі зв'язку речень, використанні паралельних конструкцій і

логічних переходів. Розповідь зазвичай лаконічна, із чітким ритмом і граматичною рівновагою.

Варто навести приклад, де характерним є використання сполучників і часток, що позначають послідовність або умовність, наприклад 于是 (yú shì) – «і тоді», 因此 (yīn cǐ) – «через це», 若 (ruò) – «якщо». Такі засоби забезпечують логічну плавність викладу й підкреслюють дидактичну структуру тексту. Часто оповідь побудована за принципом «因果结构» (yīnguǒ jiégòu) – «причина – наслідок», що відповідає моральній ідеї кармічної закономірності.

У народних байках і жартах перебільшення допомагає висміяти негативні риси. У притчі про чоловіка, який боявся, що небо впаде, звучить фраза: «忧天之坠者, 终不得安寝» (yōutiān zhī zhuì zhě, zhōng bùdé ānqǐn) – «Той, хто боїться падіння неба, ніколи не засне спокійно». Гіпербола перетворює звичайну ситуацію на символ людської обмеженості.

Проаналізовано, що у байці про черепаху, яка рятує птаха, звучить вислів: «缓行者, 终至远途» (huǎn xíngzhě, zhōng zhì yuǎntú) – «Той, хто йде повільно, дійде далі». Символічність допомагає створити універсальний етичний код, який зрозумілий без культурних бар'єрів. Вона робить мораль «живою» і емоційно переконливою.

Стиль китайськомовних повчальних текстів відзначається простотою, лаконізмом і глибиною підтексту. Е. Шапаренко стверджує, що автори свідомо уникають складних синтаксичних конструкцій, натомість використовують короткі, насичені смислом речення, що легко запам'ятовуються [2, с.37].

Одним із найхарактерніших стилістичних прийомів є афористичність, завдяки якій моральна істина виражається у формі короткої сентенції. Наприклад, вислів «己所不欲, 勿施于人» (jǐsuǒbúyù, wùshīyú rén) («Не роби іншим того, чого не бажаєш собі») став універсальним моральним правилом у китайській культурі. Така форма сприяє концентрації думки, забезпечує її точність і створює емоційний вплив на читача.

Особливу роль у стилі китайських дидактичних текстів відіграє використання тропів – метафори, порівняння, алегорії, символу. Через ці засоби автори передають моральні істини не прямо, а опосередковано, що відповідає традиційному принципу «含蓄» (hánxù) – стриманості, натяку. Наприклад, у вислові «柔弱胜刚强» (róuruò shèng gāngqiáng) («М'яке перемагає тверде») вода виступає метафорою гнучкості й духовної сили.

У притчі «狐假虎威» (hú jiǎ hǔ wēi) – «лисиця користується силою тигра» протиставляються дві тварини: лисиця, що приписує собі владу тигра, і справжній носій сили. Контрастна побудова допомагає створити напругу й емоційний ефект, водночас підкреслюючи етичну логіку.

Отже, лінгвістичні особливості композиції і стилю китайськомовних повчальних текстів полягають у гармонійному поєднанні логічної структури, лаконічної мови та символічного підтексту. Композиція забезпечує цілісність і закономірність розвитку думки, тоді як стиль створює естетичну оболонку морального змісту.

Через мовну простоту, ритмічність і образність китайська дидактична література формує не лише інтелектуальне, а й емоційне сприйняття моралі. Саме тому її тексти залишаються прикладом досконалого поєднання слова, думки й філософії, у якому художність і повчальність утворюють єдину, гармонійну систему.

Література

1. Сидоренко Г. В. *Стиль і композиція в сучасній українській літературі* : монографія. Київ : Академвидав, 2018. 274 с. 2. Шапаренко Е. Е. Особливості китайських текстів / Е. Е. Шапаренко // *Сходознавство. Актуальність та перспективи : тези доповідей I Міжнародної наук.-метод. конф., Харків, 20 березня 2020 р.* / Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. Харків, 2020. С. 37–38. Режим доступу: <http://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/46627> (дата

звернення: 10.11.2024) 3. 何 芳. “中国传统寓言‘比喻–反讽’机制与现代转化” / 何 芳 // 中国文化研究, 2016, Vol. 12, pp. 98–110.

УДК 811.111'42:32:808.5

ЕВФЕМІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ МОВНОГО ВПЛИВУ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Горобець С. О. (Харків)

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

Анотація: Горобець С. О. Евфемізація як інструмент мовного впливу в англomовному політичному дискурсі. Статтю присвячено аналізу евфемізації як засобу лінгвістичного впливу в англomовному політичному дискурсі. Визначено семантичні, прагматичні та ідеологічні аспекти функціонування евфемізмів, досліджено основні тематико-семантичні сфери їх уживання та встановлено прагматичні функції евфемізації, що забезпечують гармонізацію політичної комунікації й формування позитивного іміджу влади.

Ключові слова: евфемізм, комунікативна стратегія, мовний вплив, політичний дискурс, прагматичні функції

Summary: Gorobets S. O. Euphemisation as a Mechanism of Linguistic Impact in English Political Discourse. The article focuses on the analysis of euphemisation as a means of linguistic influence in English-language political discourse. The semantic, pragmatic, and ideological aspects of euphemism functioning are identified; the main thematic and semantic spheres of their use are explored, and the pragmatic functions of euphemisation are determined, which contribute to the harmonisation of political communication and the formation of a positive image of power.

Keywords: communicative strategy, euphemism, linguistic influence, political discourse, pragmatic functions

Політичне мовлення є сферою, у якій мова постає не лише як інструмент комунікації, а й як засіб формування соціальної реальності. У контексті публічної комунікації кожне слово впливає на суспільне сприйняття подій.

Евфемізми – м'які або нейтральні заміни потенційно конфліктних понять – дають змогу політикам уникати прямоти, підтримувати позитивний імідж і вибудовувати бажану інтерпретацію повідомлення

Актуальність дослідження умовлена потребою поглибленого аналізу евфемізації як одного з найефективніших лінгвістичних засобів впливу у політичному дискурсі, що поєднує етичну коректність із прагматичною доцільністю.

Наукова новизна полягає у комплексному підході до аналізу евфемізації як інструмента стратегічної комунікації в англомовному політичному дискурсі. Евфемізм розглянуто не лише як засіб пом'якшення, а як механізм формування політичного впливу та моделювання суспільного сприйняття.

Об'єктом дослідження є англомовний політичний дискурс публічних промов, а предметом – лінгвістичні засоби евфемізації в англомовних політичних промовах.

Метою дослідження полягає у визначенні та комплексному описі специфіки вживання евфемізмів у політичному дискурсі англомовних промов, а також у з'ясуванні їхніх функцій, структурних типів і прагматичного потенціалу.

Матеріалом дослідження є 37 є англомовні політичні промови провідних державних діячів США, Великої Британії, Канади та представників міжнародних організацій, оприлюднені на офіційних урядових ресурсах у період з 2010 по 2025 рік.

Евфемізм (від гр. *euphemismos* – «доброзичливе слово») – мовний засіб, що забезпечує гнучкість і соціокультурну адаптивність мовлення, виконуючи функції пом'якшення, приховування або переосмислення змістів, які вважаються небажаними чи табуйованими [14]. Історично евфемізми постали як заміна небезпечних або сакральних назв у ритуальній традиції (зокрема, імен богів або демонів), а з розвитком суспільства поширилися на побутову, медичну, політичну та соціальну сфери. У ХХ–ХХІ ст. евфемізація стала впізнаваною

рисом публічного мовлення – передусім політичного та медійного: у добу політичної коректності евфемізми сприяють уникненню формулювань, здатних викликати осуд або образу, й перетворюються на інструмент не лише етичної, а й ідеологічної регуляції мовлення [12; 15]. У сучасній лінгвістиці евфемізм визначають як заміну прямого, потенційно образливого вислову на нейтральний або прийнятний відповідник, що допомагає мовцеві зберегти етичність і зменшити конфліктний потенціал висловлювання [1; 4; 6]. Базовими ознаками евфемізмів є опосередковане називання, зниження негативного забарвлення, контекстуальна залежність і динамічність. У межах функціонального підходу зазвичай виокремлюють шість функцій евфемізмів: елевативну, конспіративну, дистортивну, вуалітивну, кооперативну та превентивну [2; 5; 7]. Елевативна функція підвищує соціальний статус або престиж явища чи особи через позитивно марковані номінації (напр., «*sanitation worker*» замість «*garbage man*»), створюючи ефект поваги й гідності. Конспіративна функція полягає у завуальованому поданні небажаної інформації, що знижує ризик негативного сприйняття (напр., «*collateral damage*» замість «*civilian casualties*»). Дистортивна функція спотворює або переорієнтовує зміст висловлювання, подаючи подію в «керованій» чи «безпечній» інтерпретації. Вуалітивна функція пом'якшує небажаний зміст через нейтральні або позитивні лексеми, зменшуючи емоційне напруження. Кооперативна функція забезпечує дотримання принципів ввічливості та гармонізації спілкування між мовцем і адресатом. Превентивна функція діє як запобіжний механізм, заздалегідь нейтралізуючи можливі конфліктні реакції. Сукупно вони свідчать, що евфемізм не лише пом'якшує чи маскує зміст, а й виконує соціальну, психологічну та стратегічну ролі у комунікації.

Евфемізм у сучасній комунікації функціонує як складний когнітивно-прагматичний механізм і дієвий інструмент мовного впливу: через пом'якшення та переосмислення чутливих смислів він коригує емоційно-оцінні установки адресата, знижує конфліктність і унеможливорює відкрити

конфронтацію [8, с. 84–85]. Евфемізм – це не лише стилістична фігура, а комунікативна стратегія опосередкованого впливу, змінює змістовні акценти, не вдаючись до відкритої суперечки [9, с. 19]. Зазначається, що ефект евфемізації ґрунтується на взаємодії когнітивного, емоційного та соціального рівнів [5, с. 6–7; 15, с. 117–118].

Політичний дискурс є привілейованим середовищем для реалізації евфемізації: він інституційний, публічний, стратегічний і високоризиковий, тож добір назв для чутливих тем є максимально керований [3, с. 101]. У політичному мовленні евфемізми поєднують етикетну, іміджеву, маніпулятивну та ідеологічну функції, зменшуючи репутаційні ризики і спрямовуючи сприйняття подій [16, с. 68]. Формулювання на кшталт «friendly fire» чи «collateral damage» не лише пом'якшують, а й перекодовують реальність у суспільній свідомості. У політичному дискурсі евфемізація постає інструментом так званого «м'якого впливу», що балансує між ввічливістю та контролем інтерпретації, підтримуючи позитивний імідж мовця і спрямовуючи колективні уявлення та оцінки.

Згідно з проведеним аналізом евфемізми у політичному дискурсі доцільно групувати за чотирма полями. Першою з виділених груп є військово-політичне поле використання евфемізації, де вона використовується задля перевodu події з конфліктної у керовану, технократичну рамку. Так, у промові Дж. Байдена «Remarks by President Biden on the Drawdown of U.S. Forces in Afghanistan (July 8, 2021)» лексема «drawdown» використовується замість ймовірних емоційно маркованих «withdrawal/retreat», акцентуючи увагу на «плановісті і порядку». Так само, Т. Мей у промові «PM statement on Syria (April 16, 2018)» застосовує «targeted strikes» і «degrade» замість «attack/destroy», легітимуючи удар як «обмежену, пропорційну операцію».

(1) *«Our military mission in Afghanistan will conclude on August 31. The drawdown is proceeding in a secure and orderly way, prioritizing the safety of our*

troops as they depart.» (Joseph R. Biden, Remarks by President Biden on the Drawdown of U.S. Forces in Afghanistan. July 8, 2021) [11].

(2) «*...last night British armed forces joined close allies in conducting a series of targeted strikes to degrade the Syrian regime's chemical weapons capability.*» (Theresa May, PM statement on Syria. April 16, 2018) [19].

У соціально-економічному блоці евфемізми пом'якшують «болючі» бюджетні кроки, підмінюючи втрати етикою відповідальності. Лексеми «difficult decisions», «efficiency savings», «fiscal consolidation» заміщують «cuts/austerity», подаючи скорочення як «раціоналізацію». Концептуальні рамки такі як «levelling up fund» маркують перерозподіл ресурсів як «справедливе піднесення», знімаючи питання нерівності. Прагматично це створює уявлення, що влада ніби «змушена» діяти жорстко, але «в ім'я ефективності», що мінімізує опір і нормалізує непопулярні рішення. Наприклад:

(3) «*We have to take difficult decisions on the public finances.*», «*I recognize that efficiency savings alone will not be enough to deliver the services we all need.*», «*So I will proceed with round 2 of the levelling up fund, at least matching the £1.7 billion value of Round One.*» (Jeremy Hunt, Autumn Statement. 17 November 2022) [18].

В етично чутливих темах (права людини, гендер, міграція) евфемізація знімає поляризацію, переводячи дебати зі сфери моралі у правово-медичну або ціннісно універсальну категорію сприйняття. У виступі К. Гарріс «Remarks by Vice President Harris on the 50th Anniversary of Roe v. Wade. January 22, 2023» використовується словосполучення «reproductive care/rights» замість прямої номінації «abortion», тим самим переорієнтовуючи дискусію на доступ до медичних послуг і захист свободи [17]. Апеляція до «freedom and liberty», у свою чергу, універсалізує аргументацію: замість конфлікту цінностей пропонується рамка базових прав. Така лексика одночасно виконує етикетну і маніпулятивну функції, консолідуючи підтримку без прямого входження в осередок конфлікту.

В екологічно-безпековій тематиці домінує оптимізуючий технократичний реєстр, що знижує тривожність і підсилює довіру. Конструкції «clean-energy transition», «net-zero emissions», «clean economy of the future» перетворюють «кризу/обмеження» на «можливість/інновацію» та легітимують масштабні зобов'язання як досяжні й керовані владою. Наприклад:

(4) *«We want to do more to help countries around the world, especially developing countries, accelerate their clean-energy transition, address pollution, and ensure the world we all must share a cleaner, safer, healthiest planet.»*, *«Our administration has been hard at work unlocking clean energy breakthroughs to drive down the cost of technologies that will require us to achieve net-zero emissions and build a clean economy of the future.»* (Joseph R. Biden, Remarks by President Biden at the COP26 Leaders Statement. November 01, 2021) [10].

Прагматичний вимір евфемізації розкриває не лише те, що говорить політик, а й навіщо він формулює повідомлення саме так. Евфемізми у політичному дискурсі виконують функції, спрямовані на керування сприйняттям аудиторії: вони пом'якшують конфліктні теми, легітимізують дії влади, підтримують імідж мовця й сприяють соціальній гармонії. На відміну від ізольованих стилістичних засобів, евфемізація діє як елемент стратегічної комунікації, поєднуючи переконання, дипломатію та контроль інтерпретацій. Заміни конфліктно забарвлених лексем (cuts → efficiency savings, withdrawal → drawdown) нейтралізують негативний емоційний фон і водночас підтримують образ раціонального та відповідального лідера. Легітимаційна функція полягає у поданні рішень влади як морально та політично виправданих: словосполучення «counterterrorism strategy», «fiscal responsibility», «comprehensive immigration reform» створюють раціональну рамку для дій, що могли б викликати спротив у прямому формулюванні. Маніпулятивна функція проявляється у непомітному переоформленні реальності: «collateral damage» замість «civilian deaths» або «enhanced interrogation techniques» замість «torture» приховують суть подій, подаючи їх як технічні або необхідні. Іміджева та

етикетна функції забезпечують підтримку позитивного образу політика як толерантного, коректного та емпатійного лідера («reproductive rights», «undocumented immigrants», «freedom and liberty»), тоді як консолідаційна функція зменшує соціальну дистанцію («shared responsibility», «national effort», «we're in this together»), формуючи довіру та солідарність.

Показовим прикладом комплексного функціонування евфемізації є промова Гілларі Клінтон на Демократичному національному з'їзді (Address Accepting the Presidential Nomination at the Democratic National Convention in Philadelphia, Pennsylvania, July 28, 2016) [13]. У цьому виступі послідовно використовуються мовні констукції «path to citizenship», «common sense reforms» та «put a lid on Iran's nuclear program», які реалізують одразу кілька прагматичних ефектів. Заміна потенційно поляризуючих лексем на нейтральніші концепти «шляху», «реформи» та «контролю» трансформує конфліктні теми у конструктивно сприймані політичні меседжі. Такі вирази формують у свідомості аудиторії враження послідовності, процедурності та компетентності, сприяючи раціоналізації рішень і гармонізації їх сприйняття. Зокрема, «path to citizenship» переводить дискусію про амністію у правовий контекст поступової інтеграції; «common sense reforms» підмінює поляризуюче «gun control laws» рамкою раціональності й консенсусу; «put a lid on Iran's nuclear program» – технократичний евфемізм контролю без примусу, що підкреслює ефективність дипломатії. Сукупно це створює сприятливу інтерпретаційну рамку для потенційно конфліктних повідомлень.

У рамках дослідження, вважаємо, що комунікативна стратегія у політичному дискурсі розуміється як цілеспрямована форма мовної поведінки, за допомогою якої політик організовує висловлення для досягнення переконання, мобілізації, легітимації чи зниження конфліктності. Евфемізація в цьому контексті виступає як інтегрована технологія, що регулює суспільне сприйняття політичних рішень і створює інтерпретаційні рамки, у межах яких конфліктна інформація набуває логічного та морально прийнятного вигляду. На

матеріалі проаналізованих промов виокремлюються чотири взаємопов'язані стратегії: пом'якшення (зниження конфліктності через нейтральні/технократичні лексеми, легітимація (раціонально-етичне виправдання), іміджеве позиціювання (гуманістичний образ лідера) та солідаризація (інтеграція адресата). Їхня одночасна реалізація утворює цілісну систему риторичного впливу.

Висновок. Евфемізація в англomовному політичному дискурсі постає як стійкий механізм семантичного пом'якшення та прагматичного структурування смислу, що поєднує етичну коректність зі стратегічним управлінням інтерпретаціями. Її використання властиве різним сферам політичного дискурсу, у межах яких евфемізми реалізують семантичну, прагматичну й ідеологічну функції. Евфемізація виступає стратегічним інструментом комунікації, який нейтралізує конфліктність, формує позитивне сприйняття політичних дій, забезпечує їх моральне виправдання й підтримує довіру до влади. Це досягається через стратегії пом'якшення, легітимації, іміджевого позиціювання та солідаризації, що створюють сприятливе інтерпретаційне тло для сприйняття політичних рішень. Отже, евфемізація у політичному мовленні є не лише засобом мовної делікатності, а й технологією дискурсивного управління, яка гармонізує комунікацію, підтримує стабільність соціального простору й забезпечує баланс між інформуванням та впливом. **Перспективи** подальших досліджень убачаємо у комплексному аналізі вербальних і невербальних аспектів евфемізації, а також у зіставленні особливостей її функціонування в політичних промовах різних історичних періодів і культурних контекстів.

Література

1. Бацевич Ф.С. *Основи комунікативної лінгвістики*. Київ: Академія, 2004. URL: https://document.kdu.edu.ua/info_zab/061_123.pdf (дата звернення: 12.10.2025).
2. Великорода А. В. Евфемія як стратегія маніпулятивного впливу. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія»*. 2022. № 89. С. 54–59.
3. Ковальова О. Політичний дискурс: лінгвістичні інтерпретації. *Актуальні питання*

гуманітарних наук. 2020. Т. 27(2). С. 101–106. 4. Корнєлаєва Є. В. Лінгвістична природа евфемізмів. *Львівський філологічний часопис*. № 5, 2019. С. 70–75. URL: <https://journal.ldubgd.edu.ua/index.php/philology/article/view/1176/1145> (дата звернення: 22.09.2025). 5. Небелюк Л. Р. Лінгвокогнітивні характеристики евфемізмів в американському англомовному політичному дискурсі (на матеріалах ЗМІ 2000–2020 рр.): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2021. URL: https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/03/aref_nebeliuk.pdf (дата звернення: 21.09.2025). 6. Пайонкевич Х. П. Лінгвістичний феномен евфемізм та його функції. *Одеський лінгвістичний вісник*. Вип. 4. 2014. С. 206–209. 7. Погоріла А. І. Евфемізми в політичному дискурсі (на матеріалі промови Бориса Джонсона). *New Philology*. № 87. 2022. С. 57–61. 8. Стасюк Т. В. Технології мовного впливу як компонент сучасної комунікації. *Українська мова*. 2010. № 1. С. 82–87. 9. Таган А. В. Засоби евфемізації в україномовному дискурсі соціальних мереж періоду російсько-української війни (2014–2024 роки): квал. маг. робота. Запорізький національний університет, 2024. 65 с. 10. Biden, Joseph R. Remarks by President Biden at the COP26 Leaders Statement. November 01, 2021. *The White House*. URL: <https://bidenwhitehouse.archives.gov/briefing-room/speeches-remarks/2021/11/01/remarks-by-president-biden-at-the-cop26-leaders-statement/> (дата звернення: 25.09.2025). 11. Biden, Joseph R. *Remarks by President Biden on the Drawdown of U.S. Forces in Afghanistan*. July 08, 2021. *The White House*. URL: <https://bidenwhitehouse.archives.gov/briefing-room/speeches-remarks/2021/07/08/remarks-by-president-biden-on-the-drawdown-of-u-s-forces-in-afghanistan/> (дата звернення: 10.09.2025). 12. Burrige K. *Euphemism and Language Change*. Cambridge: Cambridge University Press, 2012. 208 p. 13. Clinton, Hillary. Address Accepting the Presidential Nomination at the Democratic National Convention in Philadelphia, Pennsylvania. July 28, 2016. *The American Presidency Project*. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/documents/address-accepting-the-presidential-nomination-the-democratic-national-convention> (дата звернення: 28.09.2025). 14.

Encyclopaedia Britannica. *Euphemism*. URL: <https://www.britannica.com/art/euphemism> (дата звернення: 18.09.2025). 15. Fairclough N. *Language and Power*. London: Longman Group UK Limited, 1989. 259 p. 16. Fowler R. *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. London: Routledge, 1991. 259 p. 17. Harris, Kamala. Remarks by Vice President Harris on the 50th Anniversary of Roe v. Wade. January 22, 2023. *The White House*. URL: <https://bidenwhitehouse.archives.gov/briefing-room/speeches-remarks/2023/01/22/remarks-by-vice-president-harris-on-the-50th-anniversary-of-roe-v-wade/> (дата звернення: 25.10.2025). 18. Hunt, Jeremy. Autumn Statement 2023 Speech as Delivered by Chancellor Jeremy Hunt. November 22, 2023. *GOV.UK*. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/autumn-statement-2023-speech> (дата звернення: 18.09.2025). 19. May, Theresa. PM's Press Conference Statement on Syria. April 14, 2018. *GOV.UK*. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pms-press-conference-statement-on-syria-14-april-2013> (дата звернення: 15.10.2025).

УДК 378:81'25:112.2

ВИКОРИСТАННЯ САТ ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ЧАС ВИКЛАДАННЯ ПЕРЕКЛАДУ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ФІЛОЛОГІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Гришина С. В. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук, доцент Холмогорцева І. С.

Анотація: Гришина С. В. Використання САТ технологій під час викладання перекладу для студентів філологічних спеціальностей. У статті розглянуто роль САТ технологій та інструментів штучного інтелекту у підготовці майбутніх перекладачів. Проаналізовано їхній вплив на організацію навчального процесу, розвиток перекладацьких компетентностей та формування критичного мислення. Особливу увагу приділено порівнянню роботи сучасних систем машинного перекладу та можливостям їхнього педагогічного застосування в освітньому процесі.

Ключові слова: критичне мислення, машинний переклад, навчання перекладу, перекладацька компетентність, штучний інтелект, CAT технології.

Summary: Hryshyna S. V. **Use of CAT Technologies when Teaching Translation to Philology Students.** The article examines the role of CAT technologies and artificial intelligence tools in training future translators. The work presents the analysis of their impact on the organisation of the educational process, the development of translation competencies and the formation of critical thinking. Particular attention is paid to comparing the work of modern machine translation systems and the possibilities of their pedagogical application in the educational process.

Key words: artificial intelligence, CAT technologies, critical thinking, machine translation, translation competence, translation training.

У контексті цифровізації освіти процес професійної підготовки перекладачів зазнає суттєвих трансформацій. Зростання якості нейронних перекладацьких систем, поява генеративних мовних моделей та розвиток CAT технологій суттєво змінюють характер перекладацької діяльності та методику формування необхідних компетенцій. ШІ та CAT інструменти стають невід'ємними елементами перекладацького середовища, дозволяючи студентам моделювати професійні ситуації, аналізувати автоматичні переклади та формувати критичне ставлення до результатів роботи алгоритмів.

Викладання перекладу студентам-філологам у також передбачає поєднання класичних перекладацьких підходів із компетентнісним, інтегративним та проєктно-орієнтованим навчанням, де основним результатом є формування не лише мовних та міжкультурних знань, але і технологічної готовності майбутнього перекладача. Відповідно, педагогічна модель підготовки студентів має охоплювати такі компоненти, як управління інформаційними ресурсами, робота з термінологічними базами та критичний аналіз машинних перекладів, що формує здатність до прийняття перекладацьких рішень у динамічних цифрових умовах. Таким чином, інтеграція CAT-технологій та інтелектуальних перекладацьких систем стає невід'ємною складовою методики викладання перекладу майбутнім філологам.

Актуальність дослідження зумовлена потребою поєднання традиційних підходів до викладання перекладу зі сучасними цифровими інструментами, що

можуть підвищувати ефективність навчального процесу, створювати можливості для індивідуалізації навчання та сприяти розвитку стратегічної компетентності.

Об'єктом дослідження представлений процес навчання письмового перекладу у закладах вищої освіти, в той час як предметом дослідження є дидактичні можливості та методичні умови використання CAT технологій і систем ШІ у формуванні перекладацьких компетентностей.

Мета дослідження полягає у визначенні ролі, можливостей та обмежень CAT інструментів і технологій ШІ під час навчання перекладу студентів-філологів з метою формування практично орієнтованих перекладацьких компетенцій.

Висвітлення основного матеріалу. Інтеграція технологій штучного інтелекту (ШІ) у навчання перекладу стала одним із ключових чинників трансформації сучасної перекладацької освіти та відкриває нові можливості для розвитку професійних навичок студентів. Переклад з елементами ШІ все ще недосконалий, і люди-перекладачі все ще мають перевагу. Проте варто зауважити, що порівняно з десятима роками тому машинний переклад значно вдосконалився [3, с. 99]. ШІ може бути набором інструментів для поліпшення адаптивності освітніх технологій. Він може поліпшити здатність технології відповідати потребам студентів, спиратися на їхні сильні сторони та розвивати їхні знання та навички [5, с. 18]. Таким чином, постійно зростаючий інтерес до проблеми використання ШІ в освіті пов'язаний з його величезним потенціалом впливу на якість освіти й підвищення її ефективності [1, с. 241]

Застосування CAT технологій (Computer-Assisted Translation Technologies) і систем машинного перекладу не лише трансформує організацію навчального процесу, а й розширює розуміння студентами специфіки та динаміки сучасного перекладацького середовища. На думку А. В. Мельник, машинні перекладацькі системи базуються на алгоритмах нейронного машинного перекладу, які здатні враховувати контекст, синтаксичні зв'язки й стилістичні особливості тексту.

Вони значно перевершили попередні покоління статистичних перекладачів завдяки використанню великих корпусів даних і моделей, що навчаються на основі паралельних текстів різними мовами [2].

Адаптація навчального матеріалу із використанням штучного інтелекту надає викладачеві додаткові можливості, що пов'язані не тільки із використанням вже готових завдань на відпрацювання теми, але й стимулює до створення власного контенту [4, с. 154].

До CAT інструментів належать Trados Studio, MemoQ, SmartCAT [7] та інші системи, які поєднують функції перекладацької пам'яті й управління термінологією. У навчальному процесі вони дають можливість продемонструвати студентам, як створюється база перекладів, формуються термінологічні глосарії, як система визначає повні та часткові збіги та яким чином перекладач може редагувати автоматично запропоновані варіанти.

У межах комплексної моделі, що поєднує CAT інструменти з системами машинного перекладу, значну роль відіграє аналіз різних варіантів машинного перекладу, отриманих від кількох систем, таких як Google Translate, DeepL, ChatGPT та Gemini [8, 6]. Ці системи показують, що кожна модель має свої сильні та слабкі сторони: одні системи краще працюють зі складними синтаксичними структурами, інші – точніше передають термінологію, а генеративні моделі – гнучкіші у стилістичному компоненті. Таке порівняння дає студентам можливість зрозуміти, що машинний переклад не є універсальним і остаточним рішенням, а радше інструментом, який потребує перевірки й обґрунтування.

У межах практичної підготовки студентам-філологам пропонується виконання завдань різного рівня складності, які передбачають послідовне використання ШІ-інструментів, комп'ютерних перекладацьких систем, глосарних менеджерів та редакторських модулів. До типових практичних форм роботи можуть належати: створення професійних термінологічних баз за певною тематикою, порівняльний аналіз перекладів різних систем, редагування

сирих машинних перекладів (post-editing), виконання групових проєктів у CAT-середовищі, а також рефлексивні завдання щодо обґрунтування перекладацьких стратегій. Такий підхід сприяє формуванню автономності, відповідальності за кінцевий результат перекладу та розумінню технологічної логіки сучасного перекладача-практика.

На практиці студенти переконуються, що жодна, навіть найсучасніша система не може повною мірою передати культурні відсилання, прагматичні відтінки чи міжтекстові зв'язки. Так, Google Translate зазвичай коректно відтворює загальний зміст, але схильний до надмірного узагальнення та спрощення синтаксичних структур. DeepL забезпечує більшу граматичну точність і природніший стиль, проте іноді надто уніфікує текст, нівелюючи особливості оригіналу. ChatGPT вміє адаптувати переклад до ширшого контексту, але може внести інтерпретаційні зміни. Gemini ж, орієнтований на фактологічну коректність, часто пропонує занадто формалізовані варіанти.

Для прикладу розглянемо уривок оригінального німецькомовного тексту та його переклади, зроблені різними CAT інструментами:

„Nach der Kontrolle der vorliegenden Ergebnisse und Handlungsempfehlungen für Unternehmen ergibt sich eine klare Bestätigung ihrer Plausibilität und Kohärenz. Im Theorieteil wurden der Schwerpunkt auf die Herausforderung und Lösungsansätze für Menschen im Unternehmen bei der Einführung von KI gelegt“ [1, с. 57].

DeepL:

«Після перевірки наявних результатів та рекомендацій щодо дій для підприємств можна чітко підтвердити їхню правдоподібність та цілісність. У теоретичній частині основна увага приділялася викликам та підходам до їх вирішення для співробітників підприємств під час впровадження ШІ».

ChatGPT:

«Після перевірки наявних результатів і рекомендацій для підприємств отримано чітке підтвердження їхньої правдоподібності та узгодженості. У

теоретичній частині основну увагу було зосереджено на викликах і шляхах їх подолання для працівників підприємства під час упровадження штучного інтелекту».

Google Translate:

«Після огляду доступних результатів та рекомендацій для компаній, їхня правдоподібність та узгодженість чітко підтверджені. Теоретичний розділ зосереджений на проблемах та рішеннях для людей у компанії під час впровадження штучного інтелекту».

Gemini:

«Після перевірки наявних результатів та рекомендацій щодо дій для підприємств виникає чітке підтвердження їхньої правдоподібності та узгодженості. У теоретичній частині акцент був зроблений на викликах та шляхах їх вирішення для людей у компанії під час впровадження ШІ (штучного інтелекту)».

З огляду на чотири варіанти перекладу наведеного уривку слід відзначити таке: DeepL демонструє високу семантичну точність і добре передає термінологію наукового стилю. Переклад загалом звучить природно, хоча інколи система зберігає надто буквальну структуру, що робить окремі фрагменти громіздкими; ChatGPT пропонує найбільш стилістично плавний і природний варіант. Він зберігає ключові терміни, але водночас адаптує синтаксис до норм української наукової мови, завдяки чому текст стає читабельнішим і прагматично адекватним; Google Translate подає граматично коректний, але спрощений переклад. Система часто знижує рівень термінологічної точності, замінюючи наукові поняття загальними словами, а також має тенденцію до прямого калькування, що впливає на якість викладу; Gemini зберігає структуру оригіналу, але через калькування синтаксису й важкі конструкції переклад звучить менш природно. Попри загальну зрозумілість тексту, стиль виглядає формалізованим.

Отже, ChatGPT забезпечує найкращий баланс між точністю й природністю, DeepL утримує перевагу в термінологічній адекватності, тоді як Google Translate і Gemini демонструють обмеження систем, що орієнтуються передусім на формальну відповідність.

Висновок. Проведений аналіз підтверджує, що впровадження CAT технологій і систем машинного перекладу є важливою складовою підготовки перекладачів. Використання цих технологій та систем розширює дидактичні можливості, моделює реальні умови роботи, допомагає формувати бази перекладів і глосарії та розвиває критичне мислення й уміння редагувати автоматичні переклади. Порівняння результатів DeepL, ChatGPT, Google Translate і Gemini показало, що жодна система не є універсальною, а якість перекладу залежить від здатності моделі передати термінологічну точність, стиль та прагматичні особливості тексту. Отже, поєднання CAT інструментів і ШІ сприяє комплексному розвитку перекладацьких компетентностей і робить навчальний процес більш практичним і наближеним до професійних вимог.

Перспектива дослідження полягає у подальшому вдосконаленні методики викладання перекладу студентам-філологам з урахуванням постійного оновлення ШІ-систем та CAT-платформ, оскільки швидкість технологічних змін потребує безперервного навчання та адаптації. Перспективним напрямом є розробка стандартизованих навчальних модулів із постредагування, створення симульованих проєктних студій у навчальному процесі та посилення ролі інтердисциплінарності, що дозволить майбутнім філологам одночасно формувати перекладацьку, технічну та цифрову грамотність. Це забезпечить підготовку конкурентоспроможних перекладачів, здатних ефективно працювати в умовах стрімкого розвитку глобального мовного ринку.

Література

1. Ілійчук Л. Вплив штучного інтелекту на якість освіти: можливості, виклики та загрози. *Науково-педагогічні студії*. Івано-Франківськ : ПНУ ім. В. Стефаника, 2024. Вип. 8, С. 232–248.
2. Мельник А. В. Застосування

штучного інтелекту в освітньому середовищі: потенціал та виклики. *Розвиток педагогічної майстерності майбутнього педагога в умовах освітніх трансформацій*: матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. (Глухів , 7 квітня 2023 р.). Глухів : ЖДУ ім. І. Франка, 2023. С. 250–253. 3. Модуси сучасного перекладознавства: колективна монографія / за заг. ред. д-ра філол. Наук, проф. С. О. Швачко. Суми: СДУ, 2021. 149 с. 4. Холмогорцева І. С., Матвійчук О. М. Адаптація навчального матеріалу за допомогою штучного інтелекту при викладанні іноземної мови спеціального вжитку (на матеріалі Lextutor). *Інноваційна педагогіка*. 2025. Вип. 80, Т. 2. С. 153–156. DOI: <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2025/80.2.31> 5. Cardona M. A., Rodríguez R. J., Ishmael K. Artificial intelligence and the future of teaching and Learning. Insights and Recommendations. Office of Educational technology. Washington, DC, 2023. 67 p. 6. Obeidat M., Haider A., Abu Tair S., Sahari Y. Analyzing the Performance of Gemini, ChatGPT, and Google Translate in Rendering English Idioms into Arabic. *FWU Journal of Social Sciences*. 2024. Vol. 18. No. 4. P. 1–18. DOI: <https://doi.org/10.51709/19951272/Winter2024/1> 7. Protsyshyn T. Yu. The use of CAT Tools in developing technological competence of future translators: challenges, prospects, and educational integration. *Інноваційна педагогіка*. 2025. Вип. 82. Т. 2. С. 135-141. DOI: <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2025/82.2.24> 8. Uyanık A. Pädagogische Übersetzung mit Künstlicher Intelligenz im DaF-Studium. *Journal of Interdisciplinary Cultural Studies*. 2025. Vol. 2. S. 314–330. DOI: <https://doi.org/10.29329/almamater.2025.1349.4>

Список джерел ілюстративного матеріалу

1. Bader L. Integration von Künstlicher Intelligenz in Unternehmen durch Change Management unter Berücksichtigung menschlicher Widerstände: Masterarbeit. Hochschule Merseburg, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften und Informationswissenschaften. Merseburg, 2024. 62 S.

ЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ ГІПНОТИЧНОГО ВПЛИВУ В ПУБЛІЧНИХ ПРОМОВАХ: АНАЛІЗ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Зламанець Т. Г. (Харків)

Науковий керівник: доц., к.ф.н. В. В. Кукушкін

Анотація: Зламанець Т. Г. Лінгвістичні засоби створення гіпнотичного впливу в публічних промовах: аналіз англomовного політичного дискурсу. У добу зростання маніпулятивності політичної комунікації особливу увагу привертає політичний дискурс, насамперед публічні промови, що виконують не лише інформативну, а й впливову функцію. Значна частина такого впливу має сугестивний (гіпнотичний) характер. У статті проаналізовано лінгвостилістичні, прагматичні та просодичні механізми гіпнотичного впливу в англomовних політичних промовах. Показано, що його ефект виникає завдяки взаємодії семантичних, ритміко-синтаксичних і просодичних стратегій, які звужують фокус уваги адресата й сприяють прийняттю запропонованих інтерпретацій.

Ключові слова: гіпнотичний вплив, політичний дискурс, пресупозиції, просодія, ритміко-синтаксичні фігури, сугестивність.

Summary: Zlamanets T. Linguistic means of creating hypnotic influence in public speeches: analysis of English-language political discourse. In an era of increasingly manipulative political communication, political discourse—particularly public speeches—draws heightened scholarly attention, as it performs not only an informative but also an influential function. A significant part of this influence is suggestive (hypnotic) in nature. The article examines the linguostylistic, pragmatic, and prosodic mechanisms of hypnotic impact in English-language political speeches. It is shown that this effect arises from the interaction of semantic, rhythmic-syntactic, and prosodic strategies that narrow the focus of the addressee's conscious attention and facilitate the acceptance of the intended interpretations.

Key words: hypnotic influence, presuppositions, prosody, political discourse, rhythmic-syntactic figures, suggestibility.

Сучасний політичний дискурс дедалі частіше постає не лише як інструмент інформування, а як технологія управління увагою, емоціями та поведінковими реакціями громадян. Розвиток масових комунікацій, медіатизація політичних процесів та конкуренція за емоційний ресурс виборців стимулюють використання сугестивних технік, які мають гіпнотичний характер. У цьому контексті науково значущим є аналіз таких мовних моделей, що

створюють ефекти звуженої уваги, прогнозованої інтерпретації та підвищеної готовності до згоди.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням використання сугестивних та гіпнотичних стратегій у публічних політичних промовах, що формують емоційне сприйняття та звужують свідому увагу аудиторії. У сучасних умовах політики виникає потреба в аналізі мовних, ритміко-синтаксичних і просодичних засобів, які забезпечують прихований вплив і моделюють прогнозовану інтерпретацію змісту. Дослідження таких механізмів у англомовному політичному дискурсі є доцільним, оскільки розкриває специфіку прихованої переконувальної дії та поглиблює розуміння сучасних комунікативних стратегій політичних лідерів. Мета дослідження – полягає у виявленні, описі та класифікації мовних засобів, що формують гіпнотичний ефект у публічних англомовних політичних промовах, а також у розробленні узагальненої моделі розпізнавання лінгвістичних маркерів гіпнотичного впливу у політичному дискурсі. Об'єкт дослідження – англомовний політичний дискурс у форматах публічних промов, звернень, мітингових виступів і парламентських дебатів. Предмет дослідження – лінгвостилістичні, прагматичні та просодичні засоби гіпнотичного (сугестивного) впливу в англомовних політичних промовах. Наукова новизна дослідження полягає у виокремленні та систематизації ключових мовних маркерів, що формують гіпнотичний ефект у публічних англомовних політичних промовах, а також у пропонованій моделі їх розпізнавання, яка дозволяє узагальнити функціональні ознаки сугестивного впливу в політичному дискурсі.

У сучасному політичному дискурсі, де зростає конкуренція за увагу виборця та актуалізується потреба у створенні керованих інтерпретацій, мовні механізми гіпнотичного впливу посідають особливе місце [1; 2; 3;4]. Як засвідчують наукові дослідження та аналіз англомовних політичних промов, гіпнотичний ефект формується не окремими прийомами, а комплексною

взаємодією семантико-прагматичних, ритміко-синтаксичних і просодичних стратегій. У публічних виступах ці стратегії спрямовані на звуження фокусу свідомої уваги, емоційне залучення аудиторії та стабілізацію бажаної інтерпретаційної рамки.

Спираючись на результати власного дослідження та опрацьовані теоретичні джерела, пропонуємо деталізувати найбільш характерні лінгвістичні засоби гіпнотичного впливу, що реалізуються в англomовних політичних промовах. До них належать пресупозиції та імпліцитні висновки, анафоричні та паралельні конструкції, градація, хіазм, інклюзивні займенники, афористичні формули, інтонаційні піки, паузування та ізохронний ритм.

Семантико-прагматичні механізми є базовим рівнем формування гіпнотичного впливу в політичному дискурсі, оскільки саме вони визначають спосіб подання інформації, структурування смислів та керування інтерпретаційною рамкою адресата. Як зазначає А. Beard, політичне мовлення активно використовує імпліцитні змісти, прагматичні натяки та приховані смислові пресупозиції для формування передбачуваного висновку ще до його вербалізації [5, с. 21]. Пресупозиція створює ефект «даності», тобто подає ключову тезу як таку, що не потребує доведення, а отже — знижує рівень критичного опору.

Одним із найпоказовіших прикладів є звернення Гіллари Клінтон: *“To all the little girls who are watching this... never doubt that you are valuable and powerful and deserving of every chance in the world.”* У цьому фрагменті семантична структура містить низку прихованих припущень: по-перше, аудиторія вже «цінна» та «сильна», по-друге, сумнів подається як небажана поведінка. Модальний імператив *never doubt* функціонує як м’яка заборона, що формує нормативну рамку мислення [1]. Таким чином, пресупозитивне подання змісту створює ефект етичної самоочевидності.

Імпліцитні висновки виступають ще одним важливим прагматичним механізмом. У промові Барака Обами (*“If there is anyone out there who still*

doubts...”) умовна конструкція запускає в аудиторії процес внутрішнього міркування, але висновок фактично запрограмований наперед — «відповідь народу довела можливість змін», непрямі смисли дають змогу політику уникати прямого тиску, водночас скеровуючи думку адресата у потрібному напрямку [2]. Техніка відкладеного висновку створює враження когнітивної участі аудиторії в ухваленні рішення, що підсилює ефект гіпнотичного прийняття тези.

Значну роль у формуванні гіпнотичного впливу відіграють також стратегії бінарного протиставлення — *oppositional framing*. У вислові Обама *“We choose hope over fear”* опозиція *hope/fear* подана як аксіоматичний факт, а не як предмет дискусії. Така семантична рамка знімає складність політичного вибору, замінюючи його емоційною дихотомією, де позитивна альтернатива завжди виглядає єдиною можливою [3]. За рахунок цього політичний меседж набуває морального забарвлення і сприймається як «правильний шлях».

У структурі політичного дискурсу активно використовуються імпліцитні траєкторії наміру та можливості (*modality of intention*). Формула Джо Байдена *“I sought this office to restore the soul of America”* містить телеологічний компонент — дії політика подаються як результат вищої мети, що підсилює належність висловленої позиції до морально виправданих. Подальші предикати типу *“I will work as hard for those who didn’t vote for me...”* створюють логічний зв’язок між наміром і дією. [11].

Семантико-прагматичні механізми також охоплюють риторичні питання, що спрямовують думку адресата. У фрагменті *“What future will we build together?”* прихована відповідь закладена в самому слові *together*, що задає рамку спільної дії й створює імпліцитний консенсус. Таким чином, риторичні питання виконують не стільки функцію запиту інформації, скільки роль каналу для керованої інтерпретації.

Отже, семантико-прагматичний рівень гіпнотичного впливу функціонує через пресупозиції, приховані смисли, опозиційні рамки, імпліцитні висновки та модальні конструкції, які у своїй сукупності звужують когнітивний простір

аудиторії. Їх поєднання створює ефект «заданості» інтерпретації — аудиторія приймає запропонований смисл ще до того, як починає його критично оцінювати.

Ритміко-синтаксичні стратегії формують другий рівень гіпнотичного впливу, оскільки саме вони задають мовленнєвий темп, структурну повторюваність і синтаксичний малюнок, який знижує когнітивне навантаження та сприяє автоматизованому сприйняттю повідомлення. Як зазначає А. Beard, політичне мовлення характеризується високим ступенем формальності, що дозволяє перетворювати складні змісти на ритмічно упаковані конструкції, легко відтворювані та придатні до подальшої циркуляції в медіапросторі [5, с. 32-35].

Одним із ключових засобів є *анафора*, яка створює ритмічну передбачуваність і синхронізує увагу аудиторії. У промові Дональда Трампа “*We will make America strong again. We will make America proud again. We will make America safe again*” багаторазове повторення *We will* задає стабільну інтонаційно-синтаксичну схему, що готує кульмінаційний фінал “*we will make America great again*” [13]. Така ритмічна градація працює як «риторичні сходи», що нарощують емоційний заряд кожного наступного такту.

Потужним гіпнотичним засобом є *паралелізм*, який створює структурну симетрію та забезпечує ефект «рамкового замикання». У зверненні Барака Обами: “*It’s the answer told by lines that stretched around schools and churches... It’s the answer spoken by young and old, rich and poor...*” повторювана формула *It’s the answer...* цементує смислову рамку ще до конкретизації змісту [4]. Паралельні конструкції полегшують антиципацію продовження та сприяють мимовільному внутрішньому повторенню аудиторією.

Особливим різновидом паралелізму є *хіазм (антиметабола)* — дзеркальне переставлення елементів, що змушує увагу зробити «семантичне перевертання». У відомій формулі Джона Кеннеді “*Ask not what your country can do for you — ask what you can do for your country*” дзеркальна структура створює

викривальну логіку, де другий такт сприймається як морально вищий та єдино правильний [14]. Хіазм стискає аргументацію до афористичної формули, перетворюючи її на меметичну одиницю, що живе поза межами промови.

Ефективним інструментом гіпнотичного впливу виступає також *градація*, яка нарощує інтенсивність риторичного руху. У промові Обама до Конгресу: “*We will rebuild, we will recover, and the United States of America will emerge stronger than before*” третій елемент синтаксично розширений і семантично підсилений, що позначає риторичну кульмінацію [6]. Градаційні структури синхронізують очікування слухачів: кожен наступний такт сприймається як логічний і емоційно більш значущий.

Короткі, ритмічно завершені конструкції — *афористичні формули* — також утворюють потужний гіпнотичний ефект. Такі вислови, як “*Yes, we can*” або “*Better is always possible*”, мають ізохронну будову, мінімальну кількість складів і високий ступінь інтонаційної завершеності [6; 17]. Їхня лаконічність та ритмічна чіткість роблять їх придатними до колективного відлуння, що формує соціальний ефект підтвердження.

До ритміко-синтаксичних стратегій також належать конструкції типу *not... but...*, які задають бінарну рамку й змушують аудиторію рухатися заданою логічною траєкторією. У вислові: “*We lead not by the example of our power, but by the power of our example*” Джо Байден використовує двоколон із чіткою паузою в центрі, що створює «семантичну перевагу» другої частини [11]. Симетрія підсилює переконливість і мінімізує критичну опірність вислову.

Таким чином, ритміко-синтаксичні засоби — анафора, паралелізм, градація, хіазм, афористичні формули та структурні опозиції — формують передбачуваний інтонаційно-ритмічний малюнок, у якому знижується когнітивна напруга, а смисл подається як структурно неминучий. Саме ритм, повторюваність і симетрія створюють «вікна підвищеної сприйнятливості», у межах яких аудиторія найшвидше приймає запропоновану інтерпретацію.

Розглянемо *просодичні та аудіальні засоби гіпнотичного впливу* в англomовних промовах:

Просодичні параметри — інтонація, темп, паузування, сила голосу та ритмічна організація — утворюють третій, аудіально-дискурсивний рівень гіпнотичного впливу. Саме вони забезпечують перехід від логічного змісту до емоційно-тактильного сприйняття, формуючи акустичні «якорі», що фіксують ключові смисли та підсилюють реакцію аудиторії. На думку А. Beard, просодія є одним з найбільш потужних чинників політичної переконливості, оскільки регулює «ритм згоди» між оратором та слухачами [5, с. 44-46].

Одним із найвиразніших прийомів є *інтонаційні піки*, які виконують функцію кульмінаційних маркерів. У вислові Дональда Трампа “*From this day forward, it’s going to be only America first*” різкий спад після *America first* створює ефект гасла — короткого завершеного такту, придатного до повторення та масового скандування [16;8]. Інтонаційна побудова формує відчуття незаперечності, ніби вислів уже є усталеною нормою.

Не менш важливу роль відіграє *паузування*, яке керує увагою аудиторії, задає темп сприйняття й створює передчуття важливості наступної інформації. Характерний приклад — риторичний блок Барака Обами: “*Yes, we can.*” Пауза після кожного складу створює відчуття ізохронного ритму та перетворює фразу на своєрідне ритмізоване скандування (чант), у якому зал вступає у «спільний ритм» оратора [17]. Пауза тут не порожнеча, а центр гіпнотичного впливу — саме в ній аудиторія синхронізується зі змістом.

Темп і сповільнення мовлення є ключовими для створення відчуття ваги й значущості тез. Так, у промові Гіллари Клінтон “*Please never stop believing that fighting for what’s right is worth it*” кінцевий висхідний жест *is worth it* вимовляється повільніше, з подовженим голосним, що акустично підкреслює моральнісний характер твердження [10]. Темп тут виконує функцію підсилювача етичного імперативу.

Окрему групу становлять *аудіальні формати колективної взаємодії* - чант, слоган та формульні блоки «call-and-response». У масових виступах Дональда Трампа фраза “*Drain the swamp!*” вимовляється з чітко вибудованою ізохронною структурою та фінальною вибуховою приголосною, що створює акустичний поштовх для негайного хорового повторення залом [16;7]. Сам факт колективного повторення підсилює навіювальний ефект: аудиторія не лише слухає, а й фізично відтворює меседж.

На противагу цьому у дипломатичному стилі просодія набуває плавності. Коли Ентоні Блінкен промовляє: “*American leadership is what holds the world together. American alliances are what keep us safe*”, два ізоколонні сегменти мають однакову довжину, рівний темп і м’який інтонаційний спад [15]. Така просодія формує враження стабільності, компетентності та контрольованості — ключових чинників гіпнотичного впливу у жанрі офіційних заяв.

Просодичні засоби також взаємодіють із риторичними структурами. У фразі Джо Байдена “*We lead not by the example of our power, but by the power of our example*” інтонаційний центр припадає на другу частину вислову, що підсилює її семантичну домінанту [18]. Завдяки цьому риторична формула набуває статусу афоризму.

Таким чином, інтонаційні піки, темпові зрушення, паузування, ритмічна ізохронія, слогани й колективні формати відгуку формують аудіальну основу гіпнотичного впливу. Просодія не лише супроводжує зміст, а структурує сприйняття, задає емоційний сценарій і створює «ефект участі», за якого аудиторія стає співтворцем смислу. Саме завдяки цьому просодичні стратегії забезпечують максимальне закріплення ключових інтерпретацій, що пропонує політичний оратор.

Практичне застосування моделі дозволяє:

— систематично виявляти гіпнотичні маркери незалежно від індивідуального стилю промовця;

- оцінювати інтенсивність сугестивного впливу окремих фрагментів;
- порівнювати риторичні стратегії різних політичних промовців;

Таким чином, розроблена модель інтегрує лінгвістичні, ритмічні та просодичні маркери в єдину аналітичну рамку, що забезпечує комплексне розпізнавання гіпнотичних стратегій у політичних промовах англомовного дискурсу.

Узагальнивши теоретичні положення та результати практичного аналізу, ми розробили модель розпізнавання лінгвістичних маркерів гіпнотичного впливу. (див. Табл. 1).

Таблиця 1

Лінгвістичні маркери гіпнотичного впливу у англомовному політичному дискурсі

Гіпнотичні мовні засоби	Приклад з промови	Лінгвістичний механізм	Гіпнотичний ефект / функція
Семантико-прагматичні	<i>“To all the little girls who are watching this... never doubt that you are valuable and powerful...”</i> (H. Clinton)	Пресупозиція цінності; модальний імператив <i>never doubt</i> ; адресна апеляція	Формує норму поведінки; знімає критику; активує емоційний резонанс через приховану установку.
	<i>“If there is anyone out there who still doubts... who still wonders...”</i> (B. Obama)	Умовні рамки; відкладений висновок; імпліцитність	Стимулює когнітивну участь аудиторії; дозволяє «самостійно» дійти до висновку.
	<i>“We choose hope over fear.”</i> (B. Obama)	Опозиція <i>hope/fear</i> ; пресупозиція моральної очевидності	Підміна логічного вибору емоційною дихотомією; встановлення позитивного коду.
	<i>“From this day forward, it’s going to be only America first.”</i> (D. Trump)	Дейксис <i>this day</i> ; звуження рамки <i>only</i>	Фіксує переломний момент; створює ефект безальтернативності.
Ритміко-синтаксичні	<i>“We will rebuild, we will renew, we will rise.”</i> (B. Obama)	Анафора <i>we will</i> ; алітерація; триколон	Формує ритмічну хвилю; викликає відчуття колективного піднесення.
	<i>“Ask not what your country can do for you – ask what you can do for your country.”</i> (J. F. Kennedy)	Хіазм (антиметабола); симетрія; короткий такт	Створює дзеркальну логіку; знижує когнітивний опір; закріплює моральну норму.
	<i>“We will make America strong again... proud</i>	Анафора + градація <i>again</i>	Ритм поступового підйому; підвищує готовність до згоди.

	<i>again... safe again... great again.</i> ” (D. Trump)		
	<i>“Better is always possible.”</i> (J. Trudeau)	Афористична номіналізація; три слова, ізохронія	Лаконічна форма для повтору; створює установку на постійний прогрес.
	<i>“We will outwork, out-innovate, and out-compete anyone.”</i> (B. Obama)	Алітерація префікса <i>out-</i> ; паралельні дієслівні групи	Формує відчуття сили через ритмічну градацію; акустичний гіпноз.
Просодично-дискурсивні	<i>“This American carnage stops right here and stops right now.”</i> (D. Trump)	Подвоєний імператив; дейксис <i>right here / right now</i> ; спадна інтонація	Інтонаційний «вирок»; ефект остаточності; зупинка альтернативних сценаріїв.
	<i>“We... must act — now.”</i> (B. Obama)	Пауза + наголос на <i>now</i>	Створює емоційний імпульс дії; підсилює мотиваційний момент.
	<i>“We are a nation of possibilities.”</i> (K. Harris)	Інклюзивна форма <i>we</i> ; номіналізація <i>possibilities</i>	Конструює «ми-ідентичність»; формула відтворюється як позитивний слоган.
	<i>“American leadership is what holds the world together. American alliances are what keep us safe.”</i> (A. Blinken)	Ізоколон; повтор <i>American... American...;</i> рівний темп	Рівномірна каденція створює ефект стабільності та компетентності.

Запропонована модель розпізнавання гіпнотичних маркерів дозволяє систематично ідентифікувати ключові засоби сугестивного впливу в політичних промовах і може бути використана як для подальших лінгвістичних досліджень, так і для аналізу політичної комунікації в медіа. Отримані результати підтверджують, що гіпнотичний компонент політичного дискурсу є не випадковим, а структурно організованим явищем, спрямованим на формування прогнозованих реакцій аудиторії та підвищення ефективності публічного впливу.

На підставі проведеного дослідження ми дійшли висновків, що гіпнотичний ефект у політичному дискурсі формується не окремими мовними прийомами, а сукупністю взаємодійних технік, які впливають на увагу, пам'ять, емоції та інтерпретаційні процеси аудиторії. Розроблена класифікація дозволяє застосовувати результати як у теоретичних дослідженнях політичної лінгвістики, так і в практиці стратегічних комунікацій, риторики та медіаосвіти.

Перспективи подальших досліджень полягають у розширенні корпусу матеріалу та порівняльному аналізі лінгвістичних засобів гіпнотичного впливу в політичних промовах різних культур і жанрів. Доцільним є також застосування запропонованої моделі розпізнавання цих засобів у цифрових форматах політичної комунікації, таких як соціальні мережі та медіа звернення. Подальше дослідження просодичних характеристик із використанням акустичного аналізу може поглибити розуміння інтонаційної природи гіпнотичного впливу.

Література

1. Bandler, Richard, Grinder, John. *Patterns of the Hypnotic Techniques of Milton H. Erickson*. Vol. 1–2. Meta Publications, 1975–1977. С. 55-78. 2. Beard, A. (2000). *The Language of Politics*. London & New York: Routledge. ISBN: 978-0415201780. С. 18-52. 3. Erickson, M. H., & Rossi, E. L. (1976). *Hypnotic Realities: The Induction of Clinical Hypnosis and Forms of Indirect Suggestion*. New York: Irvington Publishers. ISBN: 9780829009127. С. 52-121. 4. Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Penguin Books. С. 16-19.

Список джерел ілюстративного матеріалу

1. ABC News. Промова Гіллари Клінтон [Електронний ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=khK9fIgoNjQ> 2. Barack Obama. Промова Барака Обама [Електронний ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=47MKGOPP4Zo> 3. Barack Obama. Промова Барака Обама [Електронний ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=JlI5baCAaQU> 4. Barack Obama. Промова Обама [Електронний ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2rl8Ou84s5U> 5. Beard, A. (2000). *The Language of Politics* (Illustrated reprint). London: Routledge. 6. C-SPAN. Промова Барака Обама [Електронний ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=7wJ-2Zu_Iic 7. CityNews. Промова Дональда

Трампа [Електронний ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fAirlApVVPw> 8. CNBC. Промова Дональда Трампа [Електронний ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ozL6GzX1Tns> 9. CTV New. Промова Джастіна Трюдо [Електронний ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4gxnPl6Snd8> 10. Fox News. Промова Гіллари Клінтон [Електронний ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=BCastk6tMOs> 11. NOW from FOX. Промова Джо Байдена [Електронний ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FyG9Ohbk2j8> 12. PBS NewsHour. Промова Дональда Трампа [Електронний ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=1e_7hZOdsxo 13. PBS NewsHour. Промова Дональда Трампа [Електронний ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=1e_7hZOdsxo 14. Промова Джона Кеннеді [Електронний ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mxa4HDgfWfs> 15. Reuters. Промова Ентоні Блінкена [Електронний ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=sOu4EEtv-_I 16. Trump White House Archived. Промова Дональда Трампа [Електронний ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4GNWldTc8VU>. 17. Washington Post. Інавгураційна промова Барака Обами 2009 року. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Vy5R7qhphGI> 18. *Joe Biden 2020 DNC Speech Transcript* (Transcription via Rev.com) — <https://www.rev.com/transcripts/joe-biden-2020-dnc-speech-transcript>.

«ШОУ ДРЮ БЕРРІМОР» ЯК ГІБРИДНИЙ ЖАНР МЕДІАДИСКУРСУ

Карпенко А. В. (Харків)

Науковий керівник: к.ф.н., доцент Кузнєцова О. В.

Анотація: Карпенко А. В. «Шоу Дрю Беррімор» як гібридний жанр медіадискурсу. Стаття присвячена вивченню сучасного англомовного медіадискурсу на прикладі ток-шоу «Шоу Дрю Беррімор». Сучасний медіапростір трансформується цифровізацією і мультимедійністю, а ток-шоу виступають платформами формування суспільної думки й іміджу публічних осіб. Дослідження аналізує мовні, жанрові та стилістичні особливості програми, роль емоційності, персоналізації, поєднання інтерв'ю, новин, розваг і кулінарних елементів у формуванні автентичного комунікативного образу.

Ключові слова: англомовні медіа, гібридний жанр, емоційність, інтерв'ю, медіадискурс, ток-шоу

Summary: Karpenko A. V. «The Drew Barrymore Show as a Hybrid Genre of Media Discourse». This article deals with studying modern English-language media discourse using the talk show «The Drew Barrymore Show» as a case-study. Today's media space is changing with digitalization and multimedia, and talk shows are platforms for shaping public opinion and the image of public figures. The study analyzes the linguistic, genre, and stylistic features of the program, the role of emotionality, personalization, and the combination of interviews, news, entertainment, and culinary elements in the formation of an authentic communicative image.

Keywords: emotionality, English-language media, hybrid genre, interviews, media discourse, talk show

Сучасний медіапростір зазнає глибоких трансформацій під впливом цифровізації, інтерактивності та мультимедійності. Телевізійні формати, зокрема ток-шоу, стали ключовими комунікативними платформами для формування суспільної думки, створення іміджу публічних осіб і популяризації культурних цінностей. Цей феномен привертає увагу дослідників медіадискурсу, серед яких Т. ван Дейк [9], О. В. Дячук та Л. В. Онучак [3], Н. Фейрклаф [10], І. С. Шевченко [6], які розглядають структуру, жанрові особливості та маніпулятивні стратегії у медіа.

Актуальність дослідження зумовлена потребою глибшого розуміння специфіки сучасного англомовного медіадискурсу, який поєднує інформативні, розважальні й емоційні функції. Аналіз мовлення ведучої ток-шоу «The Drew Barrymore Show» дозволяє виявити нові тенденції в організації публічної

комунікації, роль емоційності та засобів персоналізації у формуванні автентичного комунікативного образу.

Об'єкт дослідження представлений англomовним медіадискурсом як формою публічної комунікації, в той час як предметом розвідки виступили мовленнєві, жанрові та стилістичні особливості дискурсу ток-шоу «The Drew Barrymore Show».

Мета дослідження полягає у визначенні мовних та комунікативних особливостей англomовного медіадискурсу на прикладі ток-шоу «The Drew Barrymore Show» та розкрити його роль у формуванні іміджу ведучої й залученні аудиторії. Таким чином, наукова новизна проведеного дослідження полягає у тому, що було вперше комплексно описано мовностилістичні особливості англomовного ток-шоу «The Drew Barrymore Show» як зразка сучасного гібридного медіадискурсу, що поєднує інтерв'ю, новини, розважальні та кулінарні елементи.

Висвітлення основного матеріалу. Жанрова структура медіадискурсу є одним із найважливіших чинників, що визначають способи організації, подання та інтерпретації інформації в сучасному медіапросторі. Кожен жанр – від новин до ток-шоу – має свої специфічні функції, прагматичні завдання й очікування аудиторії, які зумовлюють вибір мовних і комунікативних стратегій. Як зазначає М. К. Василенко, у межах медіадискурсу доцільно розрізняти аналітичні (новини), інформаційні (інтерв'ю, репортаж, реклама) та розважальні (ток-шоу) жанри [2]. Вони не існують у відриві один від одного, а утворюють гнучку систему, де кожен формат виконує певну соціальну функцію – від інформування до емоційного впливу.

Новини традиційно розглядаються як жанр, що покликаний передавати актуальну, об'єктивну та точну інформацію про події світу. Водночас навіть новинний дискурс не є нейтральним: медіа обирає, які події висвітлити, який емоційний фон задати, а отже – формує сприйняття реальності. Згідно К. М. Білик, «новини відображають фактор людської цікавості, доповнюючи

текст апеляцією до загальнолюдських цінностей, емоцій» [1, с. 100]. У сучасному медіапросторі новинний жанр дедалі частіше доповнюється мультимедійними компонентами – відео, інфографікою, інтерактивними картками, прямими ефірами, що сприяє не лише інформуванню, а й залученню аудиторії [7, с. 11].

Інтерв'ю як жанр поєднує інформативність і персоналізацію. Це форма спілкування, де важливими є не лише зміст, але й емоційність, інтонація, вибір мовних стратегій. Інтерв'ю може бути публічним (соціально значущі теми) чи особистим (життєвий досвід, цінності), і в кожному випадку воно передбачає взаємодію на рівні емоцій. Як зазначає [5, с. 100], навіть інтерв'ю може виконувати маніпулятивну функцію – через відбір питань або інтонаційний малюнок. Таким чином, інтерв'ю – це не лише форма передачі фактів, але й інструмент конструювання іміджу.

Репортаж характеризується детальністю, документальністю та поєднанням текстового й візуального компонентів. Журналіст виступає свідком подій, передаючи атмосферу моменту, емоції учасників і контекст [8, с. 23].

Реклама, натомість, має маніпулятивну спрямованість – формування бажання споживача чи позитивного ставлення до продукту або ідеї [4, с. 72]. У сучасних форматах вона часто інтегрується у контент інших жанрів, створюючи ефект «прихованого переконання».

Особливу роль у сучасному медіапросторі відіграє ток-шоу, яке об'єднує елементи інформування, дискусії та розваги. Це жанр, де комунікація відбувається у формі діалогу, а головними засобами впливу стають невербальні елементи (інтонація, міміка, жести) та емоційна залученість. Як слушно зазначає К. Коттер, ток-шоу не стільки прагне до глибокого аналізу, скільки до створення атмосфери емоційного залучення [8, с. 128]. Ведучий виконує роль посередника між глядачем і гостями, спрямовуючи діалог, регулюючи його темп, інтонаційно підкреслюючи ключові моменти та формуючи загальний тон програми [11, с. 10].

Перехід до практичної реалізації цих жанрів яскраво демонструє структура та мовленнєва організація «Шоу Дрю Беррімор», яке поєднує ознаки ток-шоу, інтерв'ю, новинного та кулінарного дискурсу. Тематика передач охоплює широкий спектр соціально значущих і побутових тем: від міжособистісних стосунків і психічного здоров'я до культури, саморозвитку й добрих новин. Центральною складовою програми є інтерв'ю, які поєднують щирість, емоційність і натхнення. Так, у розмовах із Камерон Діас, Кіану Рівзом, Дженніфер Анністон та іншими зірками домінує стиль «дружнього спілкування», у якому поєднано гумор, емпатію й особисті історії.

Мовлення ведучої характеризується невимушеністю, використанням розмовних конструкцій та еліптичних речень, типових для спонтанного мовлення:

(1) [Script] *Were you happy ... uh ... the other night ... you know ... when everyone from your very, this is your life moment* [3].

Спонтанне мовлення ведучою визначається наявністю типових для розмовного стилю еліптичних речень:

(2) [Script] *So crazy. I can't even believe it* [1].

Дрю часто ділиться особистими історіями, щоб налагодити контакт і створити відчуття взаємної вразливості:

(3) [Script] *For the first time, I think I'm having my first hot flash [...] Or maybe I'm just that excited?* [3] Так, ведуча зачіпає дуже чутливу тему – період менопаузи, через який проходить її гість (Дженніфер Еністон), примірюючи цю роль на себе і показуючи, що цей вразливий етап є природним для жінки. Така техніка відповідає стилю сповідального дискурсу, завдяки чому інтерв'ю більше нагадує розмову, а не допит. У жанрі новин, представленому в рубриці «Drew's News», ведуча використовує розмовний стиль та пряме звернення до аудиторії, уникаючи формальної журналістської мови.:

(4) *You guys, wait till you hear this* [2], де друга особа комбінується з наказовим способом, що робить подачу новин неформальною.

Ведуча надає перевагу повсякденній лексиці, а не професійному журналістському жаргону. Крім того, мовлення Дрю Беррімор містить оціночні компоненти:

(5) [Script] *Scientists are gonna go to Sweden to figure that out right now, everyone's worried. I think two thoughts, one diabolical* [там само]. Приклад демонструє нестандартний спосіб подання новин, який поєднує граматичні риси побутового стилю з лексичними, зокрема використанням фразових дієслів та прикметників із оцінним компонентом. Емоційний і суб'єктивний тон замінює нейтральну журналістську лексику, а зміни в мові перетворюють факти на емоційний коментар.

Ще однією особливістю новинного жанру в шоу є поєднання фактичного висвітлення подій із розважальним та ток-шоу дискурсом, що включає суб'єктивні коментарі, гумористичні ремарки та оповіді. Іноді ведуча цитує заголовки або джерела, а потім додає власні коментарі:

(6) [Script] *Experts claim that how you spread your butter is a good personality test when starting to date someone. [...] That is insane to me* [там само]. Перше речення контрастує за формою та способом висловлення з оцінним коментарем, який наводиться пізніше. Таким чином, новини у «Шоу Дрю Беррімор» виступають як гібридний жанр, що поєднує офіційно-діловий стиль подачі новин професійними репортерами з розмовним стилем ведучої та містить риси як новинного, так і розважального дискурсу.

Кулінарні сегменти програми мають інструктивний характер, однак зберігають легкість і неформальність завдяки інклюзивним формам і м'яким модальним виразам:

(7) [Script] *... we're here to learn from Kate how to make that happen yes so take it away, Kate, teach me family taco night* [4] із використанням імперативних форм для надання вказівок, але пом'якшує їх інклюзивними займенниками та модальними дієсловами:

(8) [Script] ...*We might want to add a bit more* [там само]. Приклад демонструє, як використання особового займенника *we* стосовно гостя сприяє створенню дружньої атмосфери та відчуття спільності, а модальне дієслово *might* помагає інструктивний тон ведучої.

Подібно до ток-шоу, кулінарне шоу також містить елементи персоналізації, залучаючи зіркову ведучу та гостей і роблячи їх більш близькими для аудиторії, що складається зі звичайних жінок, які можуть порівняти свій власний життєвий досвід із досвідом телезнаменитостей.

(9) [Script] *I cannot wait to go home and make this for my girls they're going to freak out cuz they love beef tacos* [там само], де Беррімор демонструє, що має дітей, які мають такі самі смаки, як і діти жінок з аудиторії.

Таким чином, аналіз «Шоу Дрю Беррімор» демонструє практичне втілення багатожанровості медіадискурсу: тут поєднуються інтерв'ю, новини, розважальні та кулінарні елементи. Кожен із жанрів реалізується через відповідні мовні стратегії – від діалогічності та емоційності до імпровізаційності та персоналізації. Саме завдяки цьому ток-шоу перетворюється на гібридний комунікативний простір, у якому гармонійно поєднуються інформативність, розвага та щирість, що відповідає загальним закономірностям сучасного англомовного медіадискурсу.

Висновок. Дослідження «The Drew Barrymore Show» демонструє, що сучасний англомовний медіадискурс є гібридним, поєднуючи інформативні, розважальні та кулінарні елементи. Основну роль у формуванні автентичного образу ведучої відіграють емоційність, персоналізація та мовні стратегії, що створюють відчуття близькості з аудиторією. Ток-шоу виступає ефективною платформою для інтерактивної публічної комунікації, де гармонійно поєднуються інформація, розвага та щирість, що відповідає сучасним тенденціям медіапростору.

Перспективи цієї роботи полягають у подальшому порівняльному дослідженні англомовних ток-шоу для виявлення особливостей гібридного

медіадискурсу та мовних стратегій ведучих, аналізі впливу емоційності й персоналізації на сприйняття аудиторії, вивченні інтеграції різних жанрових елементів у цифрових платформах та розробці методичних рекомендацій для ефективної комунікації у сучасних медіа.

Література

1. Білик К.М. Жанр “надзвичайні новини” у сучасному європейському медіадискурсі : дис.... д. філософ. : Спец. 035 Філологія, Галузь знань 03 Гуманітарні науки / К. М. Білик, К., 2023. 263 с.
2. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : автореф. дис. ... д. філол. н. : спец. 10.01.08 «Журналістика» / М. К. Василенко. К., 2007. 37 с.
3. Дячук О. В., Онучак Л. В. Комунікативно-когнітивні особливості медіадискурсу. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. Вип. 29., Т. 1. С. 124–128.
4. Павлова Л. В., Тарасова Г. С. Засоби мовленнєвого та психологічного впливу в соціальній рекламі українського медіадискурсу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Лінгвістика*. 2018. Вип. 34, т. 1. С. 71–75.
5. Червінчук А. О. Інтерв'ю в сучасній українській журналістиці : способи оформлення та репрезентації (на прикладі видань «Українська правда» та «The Ukrainians»). *Діалог: медіа-студії*. 2021. № 27. С. 228–246.
6. Шевченко І. С. Сценарії смислотворення в медіадискурсі: когнітивний і мультимодальний аналіз. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Германістика та міжкультурна комунікація*. 2023. Вип. 1, С. 99–106.
7. Corner J. *Critical Ideas in Television Studies*. Oxford University Press. 1999. 152 p.
8. Cotter C. *News Talk: Investigating the Language of Journalism*. Cambridge University Press. 2010. 280 p.
9. Dijk van T. A. *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. Cambridge: Cambridge University Press. 2008. 267 p.
10. Fairclough N. *Language and Power*. 3rd ed. London : Routledge, 2015. 264 p.
11. Kowalczyk Ch., Pounders K. Transforming celebrities through social media: the role of authenticity and emotional attachment. *Journal of Product & Brand Management*. 2016, № 25. P. 345–356.

Список джерел ілюстративного матеріалу

1. https://www.youtube.com/watch?v=B5ZgPM498_A.
2. https://www.youtube.com/watch?v=FZ7KQcSK_8M&list=PLXZ5pYUcXSNE5P-CmrqtxhlKRGrKc1xE
3. <https://www.youtube.com/watch?v=Hj6AL5uPEs8>
4. <https://www.youtube.com/watch?v=wYLJYSY3B9g>

УДК 81'243:378

ІНТЕГРАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ПРОЦЕС ВИКЛАДАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Коблицька М-А. С. (Харків)

Науковий керівник: канд. пед. наук, доцент Котова А. В.

Анотація: Коблицька М-А. Інтеграція технологій штучного інтелекту у процес викладання англійської мови. У статті розглянуто можливості інтеграції технологій штучного інтелекту у процес викладання англійської мови. Проаналізовано функціонал сучасних платформ, орієнтованих на розвиток читання, письма, аудіювання та усного мовлення. Особливу увагу приділено індивідуалізації навчання, адаптації контенту та гейміфікації. Експериментальні результати підтверджують ефективність ШІ-інструментів у формуванні мовної компетентності та підвищенні мотивації здобувачів освіти.

Ключові слова: викладання англійської мови, говоріння, розвиток навичок письма, читання, штучний інтелект.

Summary: Koblytska M-A. Integration of Artificial Intelligence Technologies into the Process of Teaching English. The article explores the integration of artificial intelligence technologies into English language teaching. It analyzes the functionality of modern platforms aimed at developing reading, writing, listening, and speaking skills. Special attention is given to individualized learning, content adaptation, and gamification. Experimental results confirm the effectiveness of AI tools in enhancing learners' language competence and increasing their motivation.

Keywords: artificial intelligence, development of writing, reading, and speaking skills, English language teaching.

Актуальність. Сучасна система освіти знаходиться в стадії трансформації під впливом цифрових технологій, серед яких особливе місце займає штучний

інтелект (ШІ). Його використання у процесі навчання англійської мови відкриває нові можливості для персоналізації освітнього процесу, підвищення мотивації здобувачів освіти та оптимізації роботи викладача. Інтеграція ШІ сприяє формуванню навичок самостійного навчання та адаптації освітнього процесу до потреб кожного здобувача освіти, що робить тему дослідження надзвичайно актуальною.

Новизна. Новизна роботи полягає у комплексному підході до аналізу способів упровадження технологій штучного інтелекту у викладання англійської мови, зокрема через використання інтелектуальних систем підтримки навчання, чат-ботів та адаптивних навчальних середовищ. Дослідження пропонує інноваційну модель інтеграції ШІ як інструмента підвищення ефективності навчання й удосконалення педагогічної взаємодії.

Об'єкт дослідження. Процес викладання англійської мови у закладах освіти в умовах цифровізації.

Предмет дослідження. Методи, засоби та педагогічні умови інтеграції технологій штучного інтелекту у процес викладання англійської мови.

Метою роботи є висвітлення можливостей платформ на базі штучного інтелекту в організації навчального процесу.

Виклад основного матеріалу. Інтеграція технологій штучного інтелекту під час викладання англійської мови забезпечує комплексний розвиток чотирьох базових мовних навичок: читання, письма, аудіювання та усного мовлення. Завдяки алгоритмам ШІ навчальні платформи здатні адаптувати навчальні матеріали відповідно до рівня здобувачів освіти, пропонуючи індивідуалізовані завдання для вдосконалення розуміння матеріалу, що вивчається.

Можна стверджувати, що платформи, побудовані на технологіях штучного інтелекту, надають широкий спектр можливостей для вдосконалення компетенцій у читанні, оскільки допомагають оперативно адаптувати навчальний матеріал та добирати змістовно відповідні тексти. Слід підкреслити, що це має особливу вагу для тих, хто опановує англійську мову професійного

напряму. Це пояснюється тим, що нині представлено значну кількість підручників із загальної англійської, створених для різних рівнів підготовки та вікових груп, тоді як фахова англійська залишається менш розробленою галуззю, що ускладнює пошук ефективних навчальних джерел.

Як зазначають І. Холомогорцева та О. Матвійчук, штучний інтелект здатен автоматично регулювати складність тексту, при цьому зберігаючи смислову послідовність і цілісність. Окрім цього, вбудовані функції словникових підказок та опція контекстного перекладу сприяють глибшому осмисленню навчального контенту. Генератори текстів, інструменти перевірки граматики та стилістики, а також системи оцінювання письмових робіт на основі ШІ формують академічну грамотність і розвивають аналітичне мислення студентів. Одночасно інтеграція штучного інтелекту в освітні платформи дає змогу створювати інтерактивні завдання, які поєднують читання, опрацювання лексики, письмо й аналітичну діяльність, забезпечуючи комплексне формування мовної компетентності [3, с. 55].

Для розвитку навичок читання сьогодні існує чимало електронних ресурсів, що мають власну специфіку та орієнтовані на певну цільову аудиторію, дозволяючи викладачеві варіювати навчальні матеріали або пристосовувати їх до мовного рівня студентів.. Серед них:

Read Along від Google створена для тих, хто має базовий рівень володіння англійською мовою A1–A2. Платформа використовує голосове розпізнавання для корекції вимови користувача та надає миттєвий зворотний зв'язок, що сприяє розвитку фонетичних і лексичних навичок. Крім того, система пропонує ігрові елементи мотивації, які стимулюють постійне практикування читання [12].

Rewordify орієнтована на модифікацію складних фрагментів, формування інтерактивних глосаріїв та завдань для розвитку навичок читання. Сервіс дозволяє автоматично спрощувати англomовні тексти, замінюючи складну лексику на більш доступну, що робить його ефективним для

індивідуалізованого навчання. Крім того, користувач може зберігати адаптовані тексти для подальшої роботи або створювати власні вправи на основі наданих матеріалів [14].

ReadTheory адаптована до різних ступенів володіння мовою, від початкового рівня A1 до більш просунутого. Платформа застосовує адаптивну систему тестування, що підбирає тексти відповідно до рівня розуміння читача, дозволяючи поступово підвищувати складність. Вона також забезпечує детальну статистику результатів, що допомагає викладачам відстежувати індивідуальний прогрес студентів [13].

Розглянемо можливості платформ штучного інтелекту у розвитку усного мовлення, що відіграє ключову роль у навчальному, професійному та соціокультурному середовищі, особливо в умовах процесів глобалізації. Уміння вільно висловлюватися англійською мовою, яка є інструментом міжнародного спілкування, прямо пов'язане з розширенням освітніх і кар'єрних можливостей, а також сприяє формуванню міжкультурної компетентності на всіх етапах освіти. Водночас студенти часто зазнають труднощів у розвитку мовленнєвої компетентності, насамперед через нестачу практики живого спілкування та обмежений доступ до аутентичних мовних ситуацій.

Хоча парна та групова практика є базовим елементом методики комунікативного навчання, її ефективність нерідко знижується через різний рівень мовленнєвої підготовки учасників, непостійність зворотного зв'язку та нестачу часу на індивідуальні тренування. Додатковими бар'єрами виступають емоційні чинники, зокрема страх говоріння або невпевненість у власних вміннях, що знижують мотивацію до активної участі. Такі труднощі актуалізують потребу у новітніх, технологічних інструментах, які можуть забезпечити персоналізовану практику усного мовлення [4, с. 46].

Сучасні досягнення інтелектуальних технологій дали змогу створити мовні чат-боти, які імітують діалоги, наближені до живого спілкування. До популярних безплатних платформ належать Talkpal.ai, ELSA Speak, Duolingo і

Speak AI, що не лише автоматизують тренування, а й формують середовище занурення у мову. У взаємодії з адаптивною системою користувач отримує зворотний зв'язок у реальному часі, що враховує помилки, темп і інтонаційні особливості. Такі інструменти розвивають вимову, плавність та комунікативну впевненість, що особливо актуально в умовах дистанційного навчання. Водночас їхня результативність залежить від професійного супроводу викладача, який має інтегрувати цифрові ресурси у навчальний процес відповідно до мовного рівня студентів і навчальних цілей [2, с. 233; 8].

Ці платформи можна використовувати як додатковий інструмент самостійної роботи для тих, які прагнуть підвищити свій рівень володіння усним мовленням. Рекомендується щоденна практика тривалістю близько 30 хвилин, що сприяє закріпленню навичок і поступовому прогресу. Нижче подано коротку характеристику основних платформ, орієнтованих на розвиток говоріння англійською мовою:

Langotalk забезпечує сприятливі умови для вдосконалення спонтанності мовлення й зв'язності висловлювань. Завдяки адаптивним алгоритмам користувач може регулювати рівень складності завдань, отримуючи контекстну підтримку під час діалогу [10];

ChatGPT у голосовому форматі застосовується для тренування вимови, логічного висловлення думок і спонтанних реакцій у природному темпі. Його реалістичні відповіді та інтонаційна природність створюють ефект справжньої розмови, а наданий ШІ зворотний зв'язок допомагає виявляти типові помилки й поступово усувати їх.

Кожна з розглянутих платформ має свої переваги та обмеження, однак найбільш універсальним інструментом варто визнати ChatGPT, який пропонує розширений безплатний функціонал. На відміну від вузькопрофільних ботів, ChatGPT здатен гнучко варіювати складність і тематику спілкування, моделюючи як побутові ситуації, так і академічні обговорення, що повністю відповідає принципу індивідуалізації мовної підготовки [7].

Аудіювання як важлива складова мовленнєвої діяльності поки що отримало менше дослідницької уваги у контексті використання генеративного штучного інтелекту (GenAI) порівняно з розвитком усного мовлення та інших аспектів мовної компетентності. Одним із технологічних напрямів, які розглядалися у попередніх наукових працях, є інтелектуальні персональні асистенти, серед яких Siri, Xiao Ai, Celia, Alexa та Google Assistant. Ці системи, побудовані на базі ШІ-технологій, призначені для виконання завдань різної складності, надання інформаційної підтримки та взаємодії з користувачем через голосовий або текстовий формат [6].

Щодо розвитку письмової компетентності, слід зазначити, що академічне письмо охоплює широкий спектр жанрів: наративний, описовий, аргументативний, пояснювальний та креативний, які є невід'ємними на всіх рівнях освіти. Такі завдання сприяють не лише удосконаленню технічних умінь, а й розвитку здатності створювати логічно побудовані, завершені тексти. Попри ефективність традиційних методів, сучасні викладачі та здобувачі освіти зазнають труднощів у задоволенні зростаючих академічних вимог. Для подолання цих обмежень активно впроваджуються AI-платформи, які демонструють високу ефективність у наданні швидкого фідбеку, редагуванні текстів та покращенні якості письма.

Серед безплатних платформ штучного інтелекту, що допомагають студентам розвивати навички письма, можна виокремити:

Grammarly, функціонал якого дозволяє перевіряти граматику, лексику та стиль, надаючи контекстуальні рекомендації щодо пунктуації, ясності й точності викладу [9]. Інструмент також формує мовну свідомість, навчаючи користувача самостійно виправляти типові помилки.

Padlet, який у візуально привабливій формі дає змогу спільно створювати контент, коментувати напрацювання однокласників і формувати співпрацю в навчальному середовищі [11]. Використання цього ресурсу розвиває соціальне письмо та вміння редагувати тексти колективно.

ChatGPT, що сприяє генерації ідей, побудові структури тексту та вдосконаленню стилістики письма. Завдяки миттєвому зворотному зв'язку, здобувачі освіти можуть швидко виправляти помилки, підвищуючи логічність і зв'язність письмового продукту. У результаті використання цього інструмента сприяє розвитку академічної грамотності та критичного мислення студентів [7].

У ході дослідження встановлено, що використання гейміфікованих платформ у сучасному освітньому процесі відкриває інноваційні можливості для викладання англійської мови. Наразі існують динамічні ресурси, які дозволяють створювати інтерактивний контент за допомогою гейміфікованих елементів, вікторин, мовних місій, сценаріїв і симуляцій. Найпоширенішими платформами гейміфікації вважають ChatGPT, Genially та адаптивні мобільні застосунки, що підлаштовуються під індивідуальний рівень студентів, їхні інтереси та формують персональні траєкторії розвитку [1, с. 56].

Експериментальна перевірка впровадження платформ на базі штучного інтелекту підтвердила їхню ефективність у вдосконаленні мовної підготовки здобувачів освіти. Результати дослідження засвідчили істотне підвищення рівня сформованості мовних компетентностей студентів експериментальної групи в усіх видах мовленнєвої діяльності — читанні, письмі та говорінні. Також спостерігалось зростання навчальної мотивації, що вказує на вплив інтерактивних і адаптивних завдань на якість засвоєння матеріалу. Найбільший прогрес зафіксовано у сфері мотивації (з 60% до 93%) та в удосконаленні навичок читання, що підтверджує результативність гейміфікованих і персоналізованих методів навчання. Аналіз анкетування студентів і педагогів показав позитивне сприйняття ШІ-платформ і їхню дидактичну доцільність у контексті навчання англійської мови. Встановлено, що інтерактивні формати діяльності, гейміфікаційні елементи та індивідуалізований підхід сприяють розвитку самостійності, навчальної активності й рефлексії.

Висновки. Отже, впровадження навчальних платформ на фазі штучного інтелекту є сучасним та ефективним інструментом організації навчального

процесу, який дозволяє викладачеві підвищити мотивацію здобувачів освіти до вивчення мови та створити умови для їх більш активної участі в навчальному процесі.

Разом із тим, важливо враховувати певні ризики при використанні AI-інструментів у навчанні. Незважаючи на значний педагогічний потенціал, їх інтеграція у процес навчання супроводжується етичними та методологічними викликами, алгоритмічну упередженість, загрози конфіденційності даних, надмірну залежність від автоматизованого фідбеку та зменшення критичності мислення у випадку безконтрольного використання ШІ без належного педагогічного супроводу.

Перспективи подальших досліджень. Подальші наукові пошуки доцільно спрямувати на глибше вивчення дидактичного потенціалу ШІ-платформ у формуванні окремих мовних компетентностей, зокрема аудіювання та письма, які наразі залишаються менш дослідженими у порівнянні з говорінням. Перспективним напрямом є також розроблення моделей інтеграції генеративного штучного інтелекту (GenAI) у змішане та дистанційне навчання англійської мови з урахуванням рівня автономності та мотиваційних характеристик здобувачів освіти.

Література

1. Решетняк І. О. Впровадження елементів гейміфікації в навчальний процес студентів ЗВО. *Інноваційна педагогіка*. 2025. Вип. 79. Т. 2. С. 55–58 DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2025/79.2.10>.
2. Стельмах Д. Потенціал штучного інтелекту в навчанні та оцінюванні іншомовного мовлення. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету*. 2023. № 253. С. 231–239. DOI: 10.58407/visnik.253231.
3. Холмогорцева І.С., Матвійчук О.М. Адаптація навчального матеріалу за допомогою штучного інтелекту при викладанні іноземної мови спеціального вжитку (на матеріалі LEXTUTOR). *Інноваційна педагогіка*. 2025. Вип. 80. Т. 2. С. 153–156. DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2025/80.2.31>.
4. Aliakbari M., Barzan P.,

Allahveysi S. P., Bakhtiarvand M. AI-Powered Chatbots for English Conversation Practice: Impact on Speaking Proficiency. *Technology Assisted Language Education*. 2025. № 3(3). С. 45-62. DOI: 10.22126/tale.2025.12621.1138. 5. Genially URL: <https://app.genially.com/teams/6776d142298c08d55688e290/home> (дата звернення: 12.06.2025). 6. Goh Ch. and Aryadoust V. Developing and assessing second language listening and speaking: Does AI make it better?. *Annual Review of Applied Linguistics*. 2025. № 45. С. 179–199. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0267190525100111>. 7. GPTChat. URL: https://www.glbgt.com/home?visit=google_search_En_Brand_758. 8. Grab M. Integrated AI chatbot practice: A pathway to improved ESL speaking skills. *Social Sciences & Humanities*. 2025. № 12, 101933. DOI <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101933>.

Список джерел ілюстративного матеріалу

9. Grammarly. URL: <https://www.grammarly.com/> (дата звернення: 12.06.2025). 10. LanguaTalk URL: LanguaTalk: learn languages with 5-star tutors & AI (Langua) LanguaTalk (дата звернення: 15.08.2025). 11. Padlet. URL : https://padlet.com/dashboard?mobile_page=Collection&filter=combined_recents (дата звернення: 09.09. 2025). 12. Read Along URL: <https://readalone.google.com> (дата звернення: 09.08. 2025). 13. ReadTheory Review. An Honest Look at This Adaptive Reading Practice Tool for K–12. SkyworkAI. 2025. URL: <https://skywork.ai/blog/readtheory-review-2025-adaptive-reading-k12/> <https://readalone.google.com> (дата звернення: 09.08. 2025). 14. Rewordify URL: <https://Rewordify.com> | Understand what you read (дата звернення: 09.08. 2025)

ЗАСОБИ КОМІЧНОГО В КИТАЙСЬКИХ ТЕКСТАХ МАЛИХ ФОРМ

Корнієско К. А. (Харків)

Науковий керівник: проф. Піхтовнікова Л. С.

Анотація: Корнієско К. А. Засоби комічного в китайських текстах малих форм. У тезах розглянуто особливості функціонування комічного як мовного й культурного феномена в китайських текстах малих форм. Окрему увагу приділено дидактичному потенціалу комічних текстів, які сприяють підвищенню мотивації, розвитку критичного мислення та більш ефективному засвоєнню матеріалу в процесі вивчення китайської мови. Показано, що гумор у китайському мовному просторі має глибоке коріння, спирається на національні особливості та може виступати як інноваційний інструмент міжкультурної комунікації й навчання.

Ключові слова: гумор, комічне, китайська мова, лексико-семантичні засоби, освітній процес, стилістичні прийоми, тексти малих форм, 相声, 小品, 脱口秀

Summary: Korniienko K. A. Comic elements in Chinese short texts. The paper explores the phenomenon of the comic as a linguistic and cultural category in modern Chinese short forms of humorous texts. The study focuses on the lexical-semantic, syntactic, and stylistic means used to create comic effects — including puns, homonyms, allusions, repetitions, paradoxes, rhetorical questions, and the punchline” technique. These linguistic tools are analyzed within key Chinese humorous genres such as xiangsheng (comic dialogue), xiaopin (sketch comedy), tuokouxu (stand-up comedy), and duanzi (short jokes). Particular attention is paid to how humor reflects Chinese national and linguistic identity, as well as to its cognitive mechanisms based on ambiguity, contrast, and cultural context. The paper also highlights the pedagogical value of humorous texts in teaching Chinese as a foreign language, emphasizing their role in enhancing students’ motivation, deepening understanding through emotional engagement, and fostering intercultural competence.

Key words: Chinese language, comic effect, education, humor, linguistic devices, short forms, stylistic means, tuokouxu, xiangsheng, xiaopin

Актуальність даного дослідження полягає в універсальності комічної культури, що відображає уявлення народу про суспільні цінності, норми поведінки та відхилення від них. Об’єктом дослідження є китайські тексти малих форм. Предметом дослідження стали лінгвістичні, стилістичні та культурно-зумовлені засоби створення комічного ефекту в китайській культурі. Метою статті є комплексне дослідження лінгвістичних, стилістичних і культурно зумовлених засобів творення комічного в китайських текстах малих форм та з’ясування їхнього потенціалу в сучасному освітньому процесі.

Сучасна лінгвістика приділяє значну увагу феномену комічного як універсальному засобу комунікації, що поєднує когнітивні, культурні та мовні аспекти. У китайській мовній традиції комічне має глибоке коріння, адже воно пронизує як усну народну творчість, так і сучасну масову культуру.

Комічне в китайській культурі має виразну національну специфіку, адже спирається на особливості китайського мовного мислення, традицію словесної гри, гнучкість і багатозначність ієрогліфів. Одним із ключових лінгвістичних механізмів є використання лексико-семантичних засобів, серед яких особливе місце посідають каламбури, омонімія, алюзії, неологізми та семантичні контрасти. Наприклад, гра на багатозначності слова 孙子 («Сунь-цзи» - автор трактату «Мистецтво війни» і водночас «онук») у фразі «我最近在研究《孙子兵法》» - 我孙子根本就不听兵法！» створює парадоксальне поєднання піднесеного і приземленого контексту, що викликає сміх. Подібні приклади демонструють широкий когнітивний потенціал китайської мови за рахунок омонімії, що лежить в основі комічного ефекту [1, с. 41].

Іншим важливим способом створення гумору є синтаксичні та стилістичні прийоми – повтори, риторичні питання, інверсія, паралелізм, контраст, а також прийом «падіння напруги», коли очікування слухача навмисно руйнується несподіваним фіналом. Так, у репліці «眼睛一闭一睁，一天儿过去了；眼睛一闭不睁，一辈子过去了» із мініатюри «不差钱» (Сяо Шеньян, 赵本山) в очі кидається контраст між буденністю та філософічністю, де простота мовлення створює глибокий комічний підтекст. Цей прийом є типовим для народної комічної традиції, що поєднує гумор із життєвою мудрістю.

Особливої уваги заслуговує жанр 相声 – гумористичні сценки у формі довгих діалгів, з великою кількістю каламбурів і соціальної сатири [2, с. 17]. Тексти 相声 відображають колективне мислення китайців, що демонструється через ролі акторів і логічні суперечності, через які розкривається їхнє іронічне ставлення до суспільних норм. У виступах Май Санлі «纠纷» та Ма Цзі «五官

争功» комічний ефект досягається через ритм, симетрію й контрастні позиції співрозмовників, що дозволяє розкрити приховані риси характеру. Натомість 脱口秀 (сучасний китайський стендап) вирізняється суб'єктивністю та філософським підтекстом. Так, у монолозі 呼兰 «我们公司最大的矛盾就是, 老板想用最少的钱招最好的人, 而员工想用最少的精力挣最多的钱» гумор народжується зі структурного парадокса, який віддзеркалює реалії сучасного суспільства.

Слід зазначити, що короткі комічні жанри мають не лише естетичну, а й педагогічну цінність. Завдяки поєднанню емоційності, пізнавальної гри та когнітивної напруги вони стимулюють глибше засвоєння матеріалу. Використання таких текстів у навчальному процесі може реалізовуватись у кількох напрямках: як «когнітивний гачок» на початку уроку для привернення уваги студентів; як засіб пояснення складних понять через комічні аналогії; як стимул до критичного мислення (через аналіз соціальної сатири); і як засіб закріплення знань через творче переосмислення сюжету [3, с. 12]. Наприклад, під час вивчення теми «інформаційна асиметрія» ефективним є використання уривка з мініатюри «打工奇遇» (赵丽蓉), де абсурдний рекламний прийом «宫廷玉液酒, 一百八一杯» ілюструє механізми маніпуляції споживачем.

Розглядаючи феноменом гумору з боку психології навчання, комічний текст знижує когнітивне навантаження, викликає позитивні емоції та сприяє переходу від короткочасної до довготривалої пам'яті. Механізм подвійного кодування - одночасне сприйняття інформації через логічний і емоційний канали - підсилює запам'ятовування та розуміння. Гумор стимулює дофамінову реакцію, яка, у свою чергу, підвищує рівень залученості студентів у процес навчання.

Таким чином, китайські комічні тексти малих форм є не лише відображенням національного світогляду, а й ефективним інструментом пізнання. Їх лексико-семантична гнучкість, стилістична багатшаровість і риторична виразність роблять їх потужним засобом розвитку мовної

компетенції, критичного мислення та допомагають глибше поринути в культуру країни, сова якої вивчається.

Перспективою роботи є відкриття нових можливостей для формування позитивного інтелектуального середовища, де сміх стає не розвагою, а способом глибшого розуміння культури й мови.

Література

1. Grenfell M., Harris V. Memorisation strategies and the adolescent learner of Mandarin Chinese as a foreign language. *Linguistics and Education*, 31, 2015. С. 1–13.
2. Li-chi chen, Anna Sroka-Grądział, Fu-lan Lee, Eryk Hajndrych. Wit and humor in chinese characters: a socio-cultural and historical perspective. Warszawa. 2021. С. 5, 41.
3. 孙福海。逗你没商量-相声界奇闻趣事。广州市：百花文艺出版社，2007. С. 17.

УДК 811.111'42

ДИСКУРСИВНА ОСОБИСТІСТЬ ОПРИ ВІНФРІ

Крутієнко Ю. Ю. (Харків)

Науковий керівник: к.ф.н., доц. Морозова І. І.

Анотація: Крутієнко Ю. Ю. **Дискурсивна особистість Опри Вінфрі.** У статті досліджується феномен дискурсивної особистості Опри Вінфрі – видатної американської телеведучої, акторки, продюсерки та громадської діячки – як знакової фігури для сучасної американської лінгвокультурної спільноти. Метою роботи є виявлення основних мовленнєвих та стилістичних особливостей її дискурсу, які формують індивідуальний тип мовної поведінки та комунікативної ідентичності. Застосовано методи дискурс-аналізу, контекстуального та прагматичного аналізу, що дозволяють виявити особливості вербальної і невербальної комунікації Опри Вінфрі у телевізійних інтерв'ю, мотиваційних промовах і соціальних виступах. Особлива увага приділяється аналізу таких рис її мовлення, як емпатійність, толерантність, емоційна насиченість, стратегія підтримки співрозмовника та створення атмосфери довіри. Отримані результати свідчать, що дискурсивна особистість Опри Вінфрі характеризується гуманістичною спрямованістю, глибокою емпатією та умінням трансформувати комунікацію у засіб саморозкриття і соціального впливу.

Ключові слова: дискурсивна особистість, комунікативна стратегія, лінгвокультурна спільнота, медіадискурс, Опра Вінфрі.

Summary: Krutienko Yu. Discursive Personality of Oprah Winfrey. The article explores the phenomenon of Oprah Winfrey's discursive personality – of a prominent American television host, actress, producer, and public figure – as a key figure for the modern American linguistic and cultural community. The purpose of the study is to identify the main linguistic and stylistic features of her discourse that shape her individual type of speech behavior and communicative identity. The research applies discourse analysis, contextual, and pragmatic methods, which allow for the examination of both verbal and nonverbal communication patterns in Oprah Winfrey's television interviews, motivational speeches, and social addresses. Particular attention is given to the analysis of such features of her speech as empathy, tolerance, emotional expressiveness, the strategy of supporting the interlocutor, and the creation of an atmosphere of trust. The findings reveal that Oprah Winfrey's discursive personality is characterized by a humanistic orientation, deep empathy, and the ability to transform communication into a means of self-expression and social influence.

Keywords: communicative strategy, discursive personality, empathy, linguistic and cultural community, media discourse, Oprah Winfrey.

У сучасному медіапросторі феномен дискурсивної особистості набуває особливої актуальності, адже саме через мову, стиль спілкування та комунікативні стратегії медійні фігури формують громадську думку, впливають на соціальні процеси й визначають ціннісні орієнтири аудиторії. У цьому контексті постать Опри Вінфрі є унікальним прикладом гармонійного поєднання харизматичного лідерства, емпатійної комунікації та гуманістичного світогляду. Її дискурс виходить за межі звичайної телевізійної комунікації, перетворюючись на інструмент міжособистісного впливу, натхнення й саморозвитку. Сучасна лінгвістика дедалі частіше звертається до вивчення мовної особистості у межах медіадискурсу, однак недостатньо дослідженим залишається питання того, яким чином індивідуально-психологічні якості мовця втілюються у його комунікативній поведінці. У випадку Опри Вінфрі її публічний образ побудований не лише на професійній майстерності, але й на особистісних цінностях, що знаходять відображення у мовленні, риторичі та способі взаємодії з аудиторією.

Отже, нагальною проблемою для вирішення сучасними мовознавцями є системний аналіз мовних і комунікативних особливостей, які формують дискурсивну особистість Опри Вінфрі як культурного феномена англomовного

простору. Такий підхід дозволить глибше зрозуміти роль мови у побудові публічного іміджу та механізми впливу особистості через дискурс. Актуальність дослідження зумовлена підвищеним інтересом сучасної лінгвістики до вивчення дискурсивної особистості як носія індивідуально-психологічних, соціокультурних і комунікативних характеристик, що проявляються у мові й спілкуванні. В умовах глобалізованого інформаційного простору саме публічні фігури медіасфери стають провідними агентами формування суспільних цінностей і комунікативних моделей.

Опра Вінфрі – одна з найвпливовіших особистостей сучасної американської культури, чий мовленнєвий стиль поєднує елементи емпатії, толерантності, мотиваційності та соціальної відповідальності. Її комунікативна поведінка, риторичні прийоми та дискурсивні стратегії заслуговують на системний науковий аналіз, оскільки відображають тенденції розвитку англomовного медіадискурсу, цінності сучасного суспільства та нові форми впливу публічної комунікації на аудиторію.

Об'єктом дослідження є дискурсивна особистість Опри Вінфрі як комунікативний та медійний феномен у сучасному англomовному лінгвокультурному просторі. Предметом дослідження виступають мовленнєві, комунікативні та стилістичні особливості дискурсу Опри Вінфрі: вербальні й невербальні стратегії, емпатійна спрямованість, створення атмосфери довіри, а також їхня роль у формуванні її індивідуальної комунікативної ідентичності.

Мета роботи: виявити й проаналізувати ключові мовленнєві, комунікативні та стилістичні характеристики дискурсу Опри Вінфрі, які формують тип дискурсивної особистості, та визначити, яким чином ці характеристики реалізуються у її медіа-публічній діяльності.

Завданнями дослідження: 1. розглянути й систематизувати теоретичні підходи до поняття «дискурсивна особистість» у сучасній лінгвістиці; 2. проаналізувати комунікативні та стилістичні стратегії, що їх застосовує Опра

Вінфрі, на матеріалі її англомовних виступів і інтерв'ю; 3. виокремити особливості її вербальної та невербальної комунікації, які сприяють формуванню її публічного іміджу як дискурсивної особистості; 4. визначити, яким чином мовленнєві й комунікативні риси Опри Вінфрі як дискурсивної особистості можуть бути інтерпретовані в контексті медіадискурсу й англомовного комунікативного простору.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що запропоновано комплексний підхід до аналізу дискурсивної особистості Опри Вінфрі, який поєднує традиційні теоретичні моделі з емпіричним матеріалом її виступів. Це дозволяє вперше систематизувати мовні, комунікативні та стилістичні риси дискурсу Опри Вінфрі як моделі публічного мовлення в медіа-просторі англомовної культури та визначити їхню роль у формуванні комунікативної ідентичності медійного лідера думок.

Проблематика дискурсивної особистості активно розробляється у сучасній лінгвістиці. Л. В. Монастир'ова визначає її як комплексну мовну, когнітивну та соціокультурну систему, що відображає індивідуальний стиль комунікації [1, с. 45]. Л. В. Солощук у своїх дослідженнях акцентує увагу на полікодовому характері дискурсивної особистості та взаємодії вербальних і невербальних засобів комунікації [4, с. 170]. К. Є. Ручкіна та Л. В. Солощук розглядають толерантну дискурсивну особистість як приклад гармонійного поєднання мовних стратегій та кінесичних компонентів [2, с. 319]. У монографії А. П. Романченко досліджено елітарну мовну особистість у науковому дискурсі, що дало підґрунтя для ширшого аналізу індивідуального мовного стилю публічних осіб [3, с. 85]. Попри значну кількість праць, присвячених теоретичним аспектам досліджуваного явища, постать Опри Вінфрі як представниці англомовного медіадискурсу досі не отримала належного лінгвістичного аналізу. У зарубіжних джерелах [6; 7; 8] її риторика описується як поєднання емпатійності, автентичності й лідерської комунікації, що формує підґрунтя для

вивчення Опри Вінфрі як дискурсивної особистості сучасної світової медіакультури.

Поняття дискурсивна особистість охоплює сукупність мовленнєвих, когнітивних, емоційних і соціокультурних характеристик людини, що проявляються у її комунікативній поведінці. У сучасній лінгвістиці дискурс розглядається як динамічне поле взаємодії мови, культури та особистості [2, с. 320], а тому аналіз дискурсивних фігур публічної комунікації набуває особливої ваги в умовах інформаційного суспільства.

Опра Вінфрі – це одна з найяскравіших постатей сучасного американського медіапростору. Її ім'я асоціюється не лише з успішною телевізійною кар'єрою, але й з феноменом глибокої емоційної комунікації, що базується на емпатії, щирості й моральних цінностях. Її мовленнєва манера стала зразком поєднання медійного впливу та гуманістичної комунікативної етики, що дозволяє розглядати її як взірець толерантної дискурсивної особистості [2, с. 320].

Дискурс Опри Вінфрі має комплексну структуру, в якій поєднуються когнітивно-інтенційний, комунікативно-прагматичний та емоційно-ціннісний рівні. У кожному з них проявляється її особистісний стиль спілкування – гуманістичний, рефлексивний і водночас лідерський. Аналізуючи її висловлювання у телевізійних шоу та мотиваційних промовах, можна простежити типові риси її дискурсу: емпатійність та підтримку співрозмовника, рефлексивність і самоаналіз, риторичну побудову діалогу, поєднання інформативності й афективності.

Одним із головних принципів комунікативної поведінки Опри є створення атмосфери психологічної безпеки для співрозмовника. Її інтерв'ю не мають агресивного або суто журналістського тону – натомість вони вибудовані за моделлю т.зв. *therapeutic conversation*, у якій ведуча виступає не як суддя, а як співучасник емоційного досвіду. Типовим прикладом є її звернення до гостей фразами *Tell me, how did that make you feel?*” або *What have you learned from that pain?* [8]. Такі запитання не просто уточнюють інформацію, а спрямовані на

розкриття внутрішнього стану людини, що узгоджується з ідеєю ціннісно-орієнтованого соціодискурсу.

Комунікативна стратегія Опри Вінфрі поєднує елементи *інтерв'юера, психолога та наставника*. Вона уникає конфронтаційних питань, натомість використовує техніку *рефреймінгу* – переосмислення ситуації через позитивний або навчальний контекст. Наприклад, у промові на церемонії Golden Globes (2018 р.) вона сказала: *Speaking your truth is the most powerful tool we all have* [7]. Цей вислів поєднує моральну декларацію та мотиваційний заклик, демонструючи її лідерську позицію, засновану на щирості та самоповазі.

Мовлення Опри відзначається високим ступенем емоційної насиченості та використанням експресивно-оцінної лексики. Типовими є слова з позитивною конотацією: *believe, courage, purpose, hope, faith, light, healing*. Такі лексеми виконують не лише естетичну, а й психотерапевтичну функцію, оскільки створюють атмосферу підтримки. В одному з її виступів на *Oprah's Life Class* вона зазначила: *You are responsible for your life. You can't keep blaming somebody else for your dysfunction* [9]. Цей приклад демонструє поєднання імперативності з емпатійним підтекстом – звернення до особистої відповідальності не звучить як осуд, а як заклик до внутрішнього зростання.

З точки зору стилістики, дискурс Опри Вінфрі характеризується синтезом елементів розмовного та публіцистичного мовлення. Її фрази побудовані просто, але мають чітку ритмічну структуру, часто із паралелізмом або анафорою: *You get in life what you have the courage to ask for* або *Turn your wounds into wisdom* [6]. Такі вислови мають афористичний характер, що сприяє їх запам'ятовуванню та поширенню у медіа, формуючи вторинний – цитатний – рівень дискурсу.

У межах невербальної комунікації Опра Вінфрі демонструє риси, характерні для толерантної дискурсивної особистості: відкрита поза, м'які жести, доброзичливий погляд, стримана міміка. Як зауважує Л. В. Солощук, полікодовість сучасної комунікації вимагає гармонії між вербальним і

невербальним кодами [4, с. 171]. Опра майстерно поєднує ці рівні: її інтонація завжди емоційно виразна, але не агресивна, паузи використовуються для посилення драматизму, а посмішка є невербальним маркером прийняття.

З позицій лінгвопрагматичного аналізу, мовленнєві акти Опри Вінфрі належать до категорії інспіративних, тобто таких, що спонукають до позитивної дії чи саморефлексії. Наприклад, у промові на *Harvard Commencement* (2013 р.) вона зазначила: *Failure is just life trying to move us in another direction* [9]. У цьому прикладі спостерігаємо типову для її дискурсу трансформацію негативного досвіду в позитивний урок; це одна з провідних рис її комунікативної ідентичності.

Особливу роль у формуванні дискурсивного образу Опри Вінфрі відіграє інклюзивність – прагнення до діалогу з різними соціальними групами. Вона часто використовує займенники *we* та *us*, підкреслюючи єдність і спільність досвіду: *What I know for sure is that we are all connected* [10]. Таке включення адресата у спільний простір комунікації підсилює ефект довіри, що, за Л. В. Солощук, є ключовим для формування толерантної дискурсивної особистості [2, с. 321].

Дискурс Опри Вінфрі можна розглядати у межах концепції ціннісно-орієнтованого соціодискурсу, що, за Л. В. Солощук і Ю. С. Скриннік, спрямований на трансляцію морально-етичних ідей та суспільних норм через мову [5, с. 74]. Опра у своїх промовах послідовно просуває гуманістичні цінності – повагу, рівність, саморозвиток, співчуття. Наприклад, звертаючись до молодшої аудиторії, вона наголошує: *Education is the key to unlocking the world, a passport to freedom* [10]. Цей вислів відображає її віру в соціальну відповідальність слова, що збігається з концепцією елітарної мовної особистості, описаною А. Романченком, для якої характерна «висока мовна компетенція, риторична майстерність і духовна зрілість» [3, с. 312].

Таким чином, Опра Вінфрі постає як багатовимірний дискурсивний образ, у якій поєднуються елементи елітарної, толерантної та

гуманістично орієнтованої комунікації. Її мовлення ґрунтується на трьох головних принципах: 1. автентичність – щирість і відсутність штучності у висловлюваннях; 2. емпатія – здатність відчувати і передати емоційний стан співрозмовника; 3. мотиваційність – прагнення надихнути слухача на самопізнання та розвиток. Її дискурс є прикладом того, як публічна комунікація може виходити за межі інформування та перетворюватися на засіб морального й емоційного впливу. Цей феномен вартує подальшого лінгвістичного вивчення, оскільки Опра Вінфрі формує новий тип публічного мовлення, що поєднує лідерство з гуманністю, а риторику – з психологічною підтримкою.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що дискурсивна особистість Опри Вінфрі є унікальним феноменом сучасного англomовного медіапростору, у якому поєднуються риси елітарної, толерантної та гуманістично орієнтованої комунікації. Її мовленнєва поведінка відзначається емоційною насиченістю, емпатійністю, риторичною гармонійністю та орієнтацією на особистісний розвиток адресата. Використання вербальних і невербальних засобів комунікації створює ефект автентичності та довіри, що узгоджується з концепцією полікодової природи сучасного дискурсу. Опра Вінфрі у своєму спілкуванні реалізує стратегії позитивного впливу, самоактуалізації та морального лідерства, що дозволяє розглядати її як взірець дискурсивної особистості гуманістичного типу. Її комунікативна модель поєднує психологічну глибину, соціальну відповідальність і мовну майстерність, що підтверджує актуальність подальшого вивчення її риторики як соціокультурного та лінгвістичного феномена.

Перспективи подальших досліджень убачаються у порівняльному аналізі дискурсивних стратегій Опри Вінфрі та інших впливових фігур англomовного медіапростору (наприклад, Еллен Дедженерес чи Тревора Ноа), а також у поглибленому вивченні її невербальної комунікації та мовленнєвих актів у контексті гендерної лінгвістики. Доцільним також є застосування корпусних методів аналізу для статистичного визначення частотності емпатійних лексем,

риторичних прийомів і прагматичних маркерів у її мовленні. Такий підхід сприятиме формуванню цілісного уявлення про мовну особистість Опри Вінфрі як носія новітнього типу гуманістичного медіадискурсу, що поєднує інтелектуальність, емоційність і комунікативну етику.

Література

1. Монастирська Л. В. Дискурсивна особистість у сучасній лінгвістиці. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2019 № 39 том 3. С. 45-47. DOI <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2019.39.3.10>.
2. Ручкіна К. В., Солощук Л. В. Толерантна дискурсивна особистість у сучасному англomовному інституціональному дискурсі: взаємодія вербальних та кінесичних компонентів комунікації *Grail of Science*, 2024. № 36, С. 318–324.
3. Романченко А. П. Елітарна мовна особистість у просторі наукового дискурсу: комунікативні аспекти: монографія. Одеса: Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова, 2019. 541 с.
4. Солощук Л. В. Дискурсивна особистість у світлі теорії полікодовості комунікативного процесу. *Записки з романо-германської філології*. 2015. Вип. 1. С. 167–174.
5. Солощук Л. В., Скриннік Ю. С. Прототипна модель дискурсивної особистості у межах теорії ціннісно-орієнтованого соціодискурсу. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*, 2024. № 100, С. 69–76.
6. Wilf E., Illouz E. «Dynamic brandin»: The case of Oprah Winfrey. *Women and Performance*. 2008. Vol. 18, No. 1. P. 71–84.
7. Ningsih L.S., Aso L., Martisa E. Conversational Implicature in Oprah Winfrey and Meghan Markle's Interview on The Sun: A Pragmatic Study. *ELITE: Journal of English Language and Literature*. 2021. Vol. 7, No. 1. 2022. P. 1–9.
8. Wijaya R.S., Kusnowati S. Politeness strategies in Oprah Winfrey's talk show «Adele One Night Only»: Gender and cultural pragmatics study. *Rainbow: Journal of Literature, Linguistics and Culture Studies*. 2024. Vol. 13, No. 1. P. 36–44.
9. Warsidi W., Syakila S.N., Dahniar D. Illocutionary Speech Acts in Oprah Winfrey's Motivational Speech: A Pragmatic Study. *Journal of English Language Teaching and*

Linguistics. 2023. Vol. 8, No. 1. 10. Rabab'ah B., Naimi T., Rabab'ah G. Oprah Winfrey Talk Show: An Analysis of the Relationship between Positive Politeness Strategies and Speaker's Ethnic Background. *KEMANUSIAAN The Asian Journal of Humanities*. 2019. Vol. 26 (1). P. 25–50.

УДК 821.161.1–055.2

БАГАТОЗНАЧНІСТЬ ЯК ПУАНТ НІМЕЦЬКОМОВНОГО АНЕКДОТУ

Лимар А. О. (Харків)

Науковий керівник: доктор філол. наук, проф. Безугла Л. Р.

Анотація: Лимар А. О. Багатозначність як пуант німецькомовного анекдоту. Статтю присвячено дослідженню феномену багатозначності як механізму створення пуанту у німецькомовному анекдоті. Розглянуто лексико-семантичні, морфологічні та прагматичні аспекти полісемії, що зумовлюють комічний ефект. На матеріалі сучасних німецьких анекдотів простежено способи створення комічного ефекту на ґрунті двозначності.

Ключові слова: анекдот, багатозначність, комічний ефект, полісемія, пуант

Summary: Lymar A. O. Polysemy as the punchline of the German joke. The article focuses on ambiguity as the main mechanism for creating the punchline in German jokes. The study examines lexical, morphological, and pragmatic features of polysemy that produce comic effects. Using examples from modern German jokes, it analyzes how polysemy functions as a central device in humorous communication.

Key words: ambiguity, anecdote, humor, polysemy, punchline

Анекдот як жанр короткого комічного тексту водночас відображає національну специфіку гумору й універсальні закономірності мовного сприйняття. Розуміння анекдоту нерозривно пов'язане з умінням адресата виявляти приховані смисли, диференціювати значення слова залежно від контексту та інтонації [1, с. 12].

Актуальність дослідження зумовлюється зростанням інтересу сучасної германістики до лінгвістичних механізмів комічного, зокрема до ролі багатозначності у створенні гумористичного ефекту в німецькомовному

анекдоті.

Попередні наукові розвідки засвідчують значний інтерес лінгвістів до проблематики комічного як мовного явища. Зокрема, Л. Р. Безуглою розглянуто імплікатуру як структурно-сміслову основу гумористичного пуанту в німецькомовному анекдоті, що дає змогу зрозуміти механізми породження комічного ефекту [2]. В. О. Самохіна звертає увагу на те, що термін *anecdote* раніше використовували для позначення «старих рукописів», опублікованих уперше [3, с. 59]. Це значення зберігалося і за доби книгодрукування, проте це тлумачення не єдине, що підтверджує багатозначність та історичну гнучкість поняття «анекдот» [там само].

С. О. Швачко висловлює думку, що гумористичний ефект залежить не лише від якості самого анекдоту, а й від «якості» його адресата, тобто від здатності читача чи слухача сприйняти смислові нюанси. Використання різноманітних стилістичних засобів підсилює комічний ефект, оскільки кожен елемент тексту може бути прочитаний на кількох рівнях. Таке багатозначне сприйняття стимулює когнітивні процеси та дозволяє аудиторії брати участь у створенні гумору, роблячи його результатом взаємодії між автором і адресатом [4, с. 9].

Розуміння анекдотів передбачає детальний аналіз взаємодії контексту та підтексту, ситуації та пресупозицій, що закладають додаткові шари смислу [4, с. 9]. Пресупозиція репрезентує загальні уявлення про події, явища та дії, які сприймаються як передумови для розуміння тексту, тоді як конотація відображає більш тонкі ментальні операції, пов'язані з естетичним сприйняттям та культурним контекстом [5, с. 85].

Ґрунтуючись на доробках українських лінгвістів, ця стаття звертається до таких анекдотів, де засобом створення комічного ефекту постає багатозначність.

Мета статті – встановити типи актуалізації багатозначності у сучасних німецькомовних анекдотах на основі їхніх лексико-граматичних характеристик.

Об'єктом дослідження виступають сучасні німецькомовні анекдоти, які

містять багатозначність слів, словосполучень та висловлень. Предметом дослідження є їхні структурні типи у сучасних німецькомовних анекдотах.

Наукова новизна полягає у створенні структурної типології багатозначності у сучасному німецькомовному анекдоті.

Багатозначність у гумористичних текстах часто формує пуант – несподівану смислову розв'язку, що викликає сміх і формує емоційну реакцію аудиторії [3, с. 64]. В аналізованих анекдотах пуант створюється на ґрунті актуалізації одразу двох значень мовних одиниць.

Виокремлюючи структурні типи багатозначності, ми звертаємо увагу на лексико-граматичні структурні характеристики мовних одиниць, які виявляють багатозначність. На цій підставі виокремлюємо три типи багатозначності: багатозначність слова, словосполучення та висловлення.

Багатозначність слова дозволяє авторів будувати пуант на зіткненні двох взаємопов'язаних значень. Найчастіше багатозначним словом виступає іменник. Це пояснюється тим, що саме іменники мають найбільший потенціал до семантичного розширення, адже позначають предмети та явища, які можуть осмислюватися в різних контекстах. Наприклад:

(1) *Was isst ein Astronaut am liebsten? Mars* [10].

Слово *Mars* має два значення: по-перше, це назва планети Сонячної системи, по-друге – популярний шоколадний батончик. Гра полягає в накладанні наукового контексту (*астронавт, космос, планета*) і побутового (*їжа, солодоці*). Завдяки цьому виникає гумористичний ефект, адже очікувана відповідь, пов'язана з космосом, отримує несподіване буденне пояснення.

Надзвичайно продуктивними у творенні мовної гри та комічного ефекту є дієслова, які часто мають широкий спектр переносних і контекстуальних значень. У наступному анекдоті спостерігаємо двозначність дієслова *abnehmen*, яке означає як 'схуднути', так і 'взяти слухавку':

(2) *Ich habe eben bei Weight Watchers angerufen, es hat keiner abgenommen* [7].

Комічний ефект реалізується через порушення очікуваної логіки оповіді – слухач передбачає один розвиток ситуації, але отримує несподіване завершення.

Дієприкметники поєднують у собі властивості дієслова і прикметника, що відкриває додаткові можливості для гри зі значенням. Наприклад:

(3) *Tochter: Papa, wie gehe ich damit um, wenn meine Freundin eingebildet ist?*
Vater: Du suchst dir eine, die es wirklich gibt [8].

Тут комізм базується на багатозначності дієприкметника *eingebildet*. У першому значенні він означає ‚зарозуміла‘, але батько інтерпретує його буквально – ‚уявна‘. Таким чином, з’являється імплікатура: якщо подруга є уявною, то її просто не існує.

У переносному чи оцінному значенні часто вживаються прикметники, що відкриває простір для непорозумінь і комічних ситуацій. Їхня семантика тісно пов’язана з контекстом, і тому навіть незначне зміщення акцентів може створити ефект подвійного смислу.

(4) *Hast du was zu trinken? – Wasser. – Nee, was Härteres! – Ok, Eis* [9].

У цьому діалозі слово *härteres* вжито у двох значеннях. У звичайному мовленні вираз *etwas Härteres trinken* означає бажання випити міцнішого алкогольного напою, тобто такого, що «сильніше» діє на людину. Проте співрозмовник сприймає це слово буквально – як «щось тверде», і пропонує *Eis*. Така різниця в розумінні між переносним і буквальною значенням створює комічний ефект, адже кожен персонаж мислить у власній логічній площині. Цей анекдот є класичним прикладом мовної гри, побудованої на багатозначності прикметника, що вказує не лише на властивість предмета, а й на ступінь інтенсивності ознаки.

На відміну від окремого слова, словосполучення має складнішу структуру, адже утворює не лише лексичну, а й смислову єдність. Саме тому воно є важливим інструментом мовної гри, оскільки може поєднувати елементи, значення яких у різних контекстах зіштовхуються, породжуючи комічний ефект. У таких випадках семантична гра розгортається на рівні синтаксичного зв’язку,

де словосполучення може тлумачитися і буквально, і фразеологічно. Наприклад:

(5) *Hab mir gestern ein neues Dach gekauft! – Ging aufs Haus!* [6].

Комізм цього анекдоту полягає у багатозначності фразеологізму *aufs Haus gehen*, який в німецькій мові означає ‚бути оплаченим орендодавцем‘ або ‚отримати щось безкоштовно‘. Проте в попередній репліці використано метонімічний вираз *ein Dach kaufen*, який означає ‚купити будинок‘ (оскільки дах є невід’ємною частиною житла). Зіткнення цих двох словосполучень створює каламбур: у першому реченні мовець говорить про купівлю житла, а в другому – «жартома» стверджує, що покупка «пішла за рахунок будинку», тобто була безкоштовною. Бачимо одночасне поєднання фразеологічного та прямого значень, що і створює сміхову ситуацію.

Висловлення, на відміну від слів і словосполучень, характеризуються своєю предикативною природою. Чим складнішим є речення, то більша ймовірність, що в ньому відбудеться зіткнення кількох смислових планів. У таких випадках синтаксична побудова виступає не лише структурною, а й семантичною основою для виникнення комічного ефекту. Саме ця неоднозначність і стає джерелом комізму, адже реципієнт одночасно сприймає висловлення на кількох рівнях – логічному, контекстуальному та емоційному. Наприклад:

(6) *Mein Mann und ich haben eine schwierige Entscheidung getroffen: Wir wollen keine Kinder. Wenn jemand welche will, hinterlasst bitte eure Kontaktdaten und wir bringen sie morgen vorbei* [9].

Висловлення здається цілком логічним і граматично завершеним. Однак комічність полягає у багатозначності висловлення *wir wollen keine Kinder*. У контексті першого речення воно означає, що пара ухвалила рішення не мати дітей у майбутньому. Проте друга частина висловлення – *Wenn jemand welche will, hinterlasst bitte eure Kontaktdaten und wir bringen sie morgen vorbei* – повністю змінює інтерпретацію: пара вже має дітей і готова «передати» їх тим, хто хоче. Таким чином, виникає гумор, заснований на несподіваному переході

від абстрактного наміру до конкретної дії. Це приклад гри на синтаксичній та прагматичній неоднозначності, де подвійне прочитання породжує іронічний підтекст.

Таким чином, багатозначність у німецькомовному анекдоті є не просто стилістичним прийомом, а дієвим механізмом створення пуанту. Вона поєднує мовну гру, прагматичну неочікуваність та когнітивну участь адресата, що разом формують комічний ефект. Завдяки цьому анекдот стає не лише розважальним жанром, але й своєрідним дзеркалом мовного мислення та культурних стереотипів німецькомовного світу.

Багатозначність слів, словосполучень і висловлень відіграє важливу роль у формуванні гумору, підкреслюючи гнучкість і багатозначність німецької мови, а також її здатність викликати сміх через найдрібніші семантичні відтінки.

Перспективи подальших досліджень полягають у порівняльному аналізі лінгвістичних механізмів гумору в різних мовах, зокрема у вивченні способів реалізації багатозначності у структурі англomовних та україномовних анекдотів.

Література

1. Бассай С. М. Когнітивні механізми у німецькомовному побутовому анекдоті. *Наукові записки. Серія «Філологічна»*. 2013. № 33. С. 13–16.
2. Безугла Л. Р. Імплікатура як гумористичний пуант німецькомовного анекдоту. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологічні науки» (мовознавство)*. 2018 (10). С. 11–14.
3. Самохіна В. О. жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії і США: текстуальний та дискурсивний аспекти : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04 ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2010. 520 с.
4. Швачко С. О. Екстеріоризація гумору в художньому дискурсі. *Світ емоцій у дзеркалі когніції: мова, текст, дискурс : тези доповідей Круглого столу, присвяченого ювілею проф. О. П. Воробйової*, 27 вересня 2012 р. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2012. С. 22.
5. Шитик Л. В.; Косменюк В. Лексико–граматичні особливості українських анекдотів. *Студентські лінгвістичні студії*. 2014(5). С. 59–62.
6. Arzttwitze:

Lustige & kurze Arzt Witze – Top 10. URL: <https://www.deinemutterwitze.com/arzt-witze/> (Останнє відвідування: 12.09.2025). 7. Chemie Witze, die dein Periodensystem erschüttern! URL: <https://witze-paradies.de/chemie-witze/> (Останнє відвідування: 12.09.2025). 8. Dad Jokes: 76 Witze in 6 Kategorien + 3 lustige Fakten (schreiben.net) URL: <https://www.schreiben.net/artikel/dad-jokes-21730/> (Останнє відвідування: 15.08.2025). 9. Ehewitze – Top 100 Witze über Ehen. URL: <https://witze.net/ehe-witze> (Останнє відвідування: 12.09.2025). 10. Lehrer Witze – 97+ Witze über Lehrer & lustige Witze. URL: <https://witze-paradies.de/lehrer-witze/> (Останнє відвідування: 12.09.2025).

УДК 81'42:[070+004.738.5]

МУЛЬТИМОДАЛЬНА РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ *RESILIENCE* В УКРАЇНСЬКИХ ЕЛЕКТРОННИХ МЕДІА (НА МАТЕРІАЛІ ДОПИСІВ В INSTAGRAM)

Ляшенко О. О. (м. Харків)

Науковий керівник: докт. філол. наук, професор Бондаренко Є. В.

Анотація: Ляшенко О. О. Мультимодальна реалізація концепту *RESILIENCE* в українських електронних медіа: аналіз дописів в Інстаграм. Статтю присвячено опису механізмів мультимодальної взаємодії вербальних та візуальних засобів при реалізації концепту *RESILIENCE* в українському медіадискурсі (на матеріалі Інстаграм). Із застосуванням концептуального аналізу та теорії концептуальної метафори досліджено, як вербальний компонент скеровує візуальну інтерпретацію, а візуальний – наочно втілює абстрактне уявлення.

Ключові слова: вербальні засоби, взаємодія модусів, візуальні засоби, Інстаграм, концепт, концептуальний аналіз, концептуальна метафора, медіадискурс, мультимодальність

Summary: Liashenko O. O. Multimodally Implemented Concept *RESILIENCE* in Ukrainian Electronic Media (Case Study of Instagram Posts). The article focuses on analyzing the

mechanisms of multimodal interaction of verbal and visual means in the implementation of the RESILIENCE concept in Ukrainian media discourse (based on Instagram posts). Using conceptual analysis and conceptual metaphor theory, it is examined how the verbal component guides the visual interpretation, and the visual component visibly embodies the abstract representation.

Key words: concept, conceptual analysis, conceptual metaphor, Instagram, interaction of modes, media discourse, multimodality, verbal means, visual means.

В умовах сучасної російсько-української війни електронні медіа, зокрема Інстаграм, стали ключовими платформами для конструювання та переосмислення національної ідентичності. Одним із центральних концептів у цьому процесі став RESILIENCE / НЕЗЛАМНІСТЬ. Розуміння стратегій його мультимодальної реалізації необхідне для окреслення того, як українські медіа формують образ незламного народу в англomовному та українomовному дискурсах.

Актуальність дослідження зумовлена, по-перше, зростаючою роллю соцмереж, які, за даними *USAID-Internews 2024*, є основним джерелом новин для 84% українців [3]; і по-друге, необхідністю застосування новітніх мультимодальних підходів для розвитку медіаграмотності в аналізі контенту.

Метою дослідження є характеристика вербальних та візуальних засобів втілення концепту RESILIENCE в медійному дискурсі України та дослідження особливостей їхньої взаємодії. Для досягнення мети поставлено такі завдання: схарактеризувати типові засоби вербальної та візуальної реалізації концепту RESILIENCE та виявити закономірності їхньої взаємодії.

Об'єктом дослідження є вербальні та візуальні засоби реалізації концепту RESILIENCE. Предметом є системні закономірності взаємозв'язку цих засобів.

Матеріалом дослідження слугували 100 англomовних та 100 українomовних дописів (включно з 200 візуальними компонентами) із соціальної мережі Інстаграм (акаунти *@united24.media*, *@ukraine.ua*, *@vinokcollective* та ін.) за період 2022–2025 рр.

Наукова новизна роботи полягає у моделюванні механізмів мультимодального смислоутворення концепту RESILIENCE як унікального національного концепту української картини світу.

Ключовою для дослідження є теорія мультимодальності, зокрема праці Г. Кресса і Т. ван Лейовена [5–6]. Їхня теорія «візуальної граматики» дозволяє системно аналізувати візуальні компоненти. Дослідники доводять, що візуальні знаки, подібно до мовних, реалізують три метафункції: ідеаційну (представлення подій, учасників та обставин), інтерперсональну (репрезентація соціальних ролей та інтеракції між глядачем і зображеним) та текстуальну (організація повідомлення у візуальному просторі через композицію, колір, салієнтність, тобто візуальне виділення об'єкта, тощо). Для аналізу взаємодії модусів центральною є семіотична теорія Р. Барта [4]. Він виокремив дві ключові функції вербального тексту відносно зображення: закріплення (*anchorage*) та зв'язування (*relaying*). Оскільки зображення за своєю природою полісемічне, функція закріплення полягає в тому, що текст скеровує інтерпретацію, обирає та фіксує одне з його значень, натомість функція зв'язування характеризується тим, що текст та зображення доповнюють одне одного як частини єдиного повідомлення, де текст додає нову інформацію, яку неможливо побачити на самому зображенні.

Для аналізу концептів у медіа залучено теорію концептуальної метафори Дж. Лакоффа та М. Джонсона [7] та дослідження її мультимодального втілення в медіадискурсі І. С. Шевченко [2].

Незважаючи на наявні роботи, невирішеною частиною проблеми залишається системний аналіз специфіки саме мультимодальної реалізації концептів, у нашому випадку, на прикладі RESILIENCE, який став унікальним національним концептом української картини світу в умовах повномасштабної війни.

Номінативне поле концепту RESILIENCE включає всі мовні засоби його вербалізації. Аналіз довідкових джерел [1] дозволив виокремити його

ключові ознаки: здатність витримувати випробування, зберігати непохитність, відновлюватися та адаптуватися.

Найчастотнішими вербалізаторами в англомовних дописах виступає лексема *resilience*, що часто вживається у градаційних рядах, наприклад, поряд із такими поняттями як сміливість та честь:

(1) *Ukrainian defenders show bravery, resilience, and honor every single day* [10].

В україномовному дискурсі основними відповідниками є *незламність* та *стійкість*. Важливу роль також відіграють прикметники (*unbreakable, непохитний*), що поєднуються з референтами концепту, та дієслова на позначення тривалої дії та відновлення (*to endure, to rebuild; вистояти, продовжувати*). Концепт також вербалізується через метафори та гасла:

(2) *Незламність – у нашій ДНК* [12].

(3) *Вистоїмо. Переможемо. Відбудуємо* [11].

Візуальна реалізація переводить абстрактний концепт у конкретний, матеріальний вимір. Аналіз виявив низку повторюваних візуальних сюжетів: героїчний (зображення військових у впевнених позах), екзистенційний (сцени цивільного життя попри війну – навчання дітей у метро, робота лікарів у підвалах) та культурно-символічний (спортивні перемоги ветеранів).

Найповніше смисл концепту RESILIENCE конструюється саме на перетині вербального та візуального модусів, де вербальний компонент виконує ключові функції закріплення та зв'язування. В українському онлайн-медіадискурсі цей механізм часто реалізується через історії відновлення постраждалих від війни українців:



Рис. 1. Допис про історію відновлення постраждалої від війни українки [13]

Приклад на рис. 1 демонструє, як через історію травми та повернення до спортивних занять відбувається вербалізація концепту RESILIENCE та репрезентується візуальний образ незламності. У центрі світлина – дівчинка-гімнастка у повний зріст з піднятими руками, в одній з яких стрічка в русі (текстуальна метафункція). Її протез відкритий та добре видимий. Через інтерперсональну метафункцію, що реалізована через піднесений погляд, виражається спокійна впевненість і майстерність. У підписі допису прямо називається те, що зображується (*This is what Ukrainian resilience looks like*). Тобто виявляється функція закріплення, а вербальна частина, що йде далі, виконує функцію зв'язування, де додається передісторія (*lost her leg... now back to doing what she loves*).

Концепт, що досліджується, часто візуалізується через змалювання незламності українського народу попри намагання росії зруйнувати його культурну спадщину:

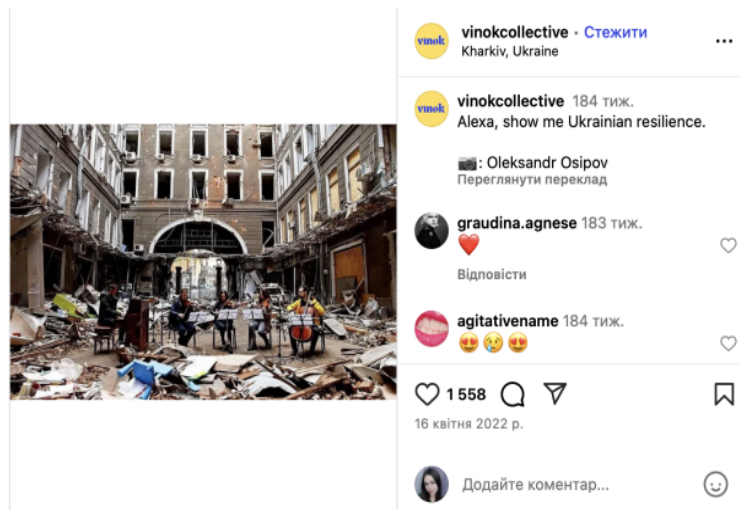


Рис. 2. Допис про виступ музичного ансамблю серед руїн в Харкові [14]

На фото (рис. 2) зображено камерний ансамбль, що грає посеред розбомбленого двору Палацу Праці у Харкові. В межах ідеаційної метафункції візуальний ряд представляє дію – гру музикантів. Текстуальна метафункція реалізована через композиційний контраст «культура проти руїн». Лаконічний текст допису (*Alexa, show me Ukrainian resilience* як умовне стандартизоване зверення до асистенту ШІ в смартфоні) виконує функцію закріплення та підкреслює типовість, з одного боку, та репрезентативність такої незламності, з іншого. Він не додає нової інформації, але вербально співвідносить цю візуальну композицію з єдиним поняттям – RESILIENCE, у результаті чого формується метафорична модель RESILIENCE IS ART AMID RUINS.

Аналогічні механізми взаємодії, що поєднують функції закріплення та зв'язування, ілюструють і україномовні дописи. Одним із найчастотніших візуальних сюжетів є підняття державного прапора на звільнених територіях, що є візуальним втіленням відновлення контролю та гідності:

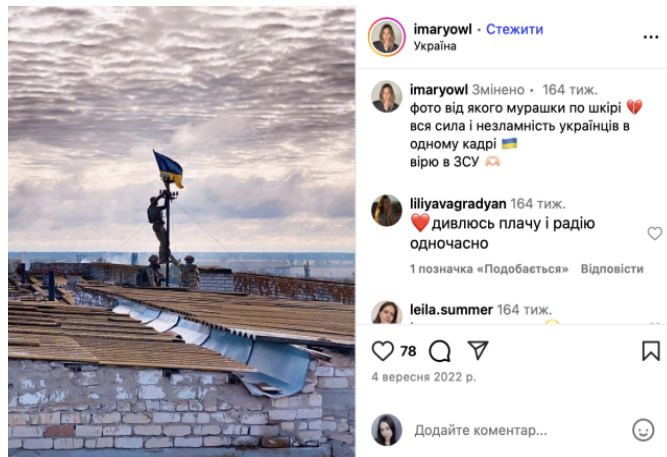


Рис. 3. Допис про підняття прапора на звільненій території [8]

На рис. 3 українські військові встановлюють прапор на даху (ідеаційна метафункція). Насичені синьо-жовті кольори контрастують із сірою хмарністю, роблячи прапор салієнтним об'єктом кадру (текстуальна метафункція). Тут вербальний компонент у тексті допису (*вся сила і незламність українців в одному кадрі*) виконує функцію закріплення, а використання емотиконів у вигляді прапору та серця, що є також візуальними компонентами, додає емоційного підсилення повідомленню. У підсумку вибудовується метафорична модель RESILIENCE IS REGAINING CONTROL.

У соціальній мережі *Instagram* концепт RESILIENCE часто реалізується через дописи про зібрання українських громад за кордоном:

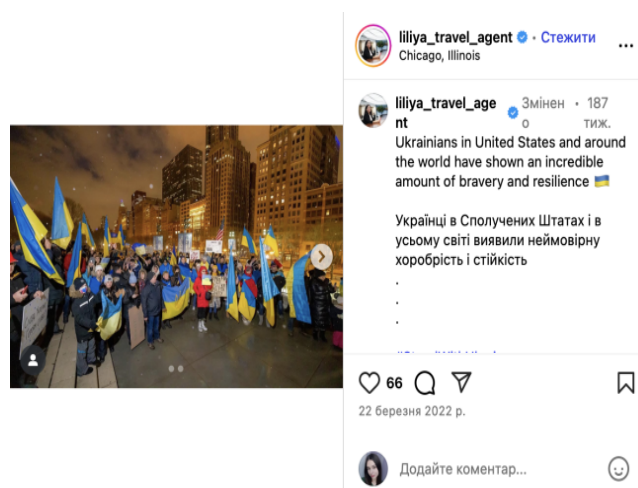


Рис. 4. Допис про мітинг української громади в Чикаго [9]

На рис. 4 зображений вечірній мітинг у центрі великого міста з щільним натовпом, великою кількістю піднятих синьо-жовтих прапорів та плакатів, що добре видно завдяки широкому плану, на тлі хмарочосів. Кольори прапорів створюють ефект салієнтності (текстуальна метафункція) та уособлюють символ національної ідентичності, яку відстоюють мітингувальники. Що стосується інтерперсональної метафункції, серед учасників фото переважає непрямий зоровий контакт із камерою, оскільки вони зосереджені на дії, що демонструє їхню залученість у подію. Підпис двомовний, що сприяє його більш глобальному охопленню. Ім'я концепту, що досліджується, міститься у тексті допису та поєднане з ще однією номінативною одиницею на позначення вольової якості, що є типовим випадком для цього концепту. Текст допису виконує тут функцію закріплення, адже полегшує інтерпретацію візуального коду (*bravery and resilience / хоробрість і стійкість*). У такий спосіб конструюється метафорична модель RESILIENCE IS GLOBAL SOLIDARITY.

Проведене дослідження доводить, що в українському Інстаграм-дискурсі мультимодальна взаємодія виступає ключовим механізмом смислотворення, який дозволяє конструювати концепт RESILIENCE, трансформуючи візуальні образи конкретних дій та станів в емоційно заряджене уявлення про незламність. Перспективним напрямом дослідження концепту RESILIENCE є розширення корпусу за рахунок інших соціальних мереж та відстеження діяхронічних змін у засобах його актуалізації не лише під час війни, а й у період післявоєнного відновлення.

Література

1. Словник української мови. Академічний тлумачний словник (1970–1980). URL: <https://sum.in.ua/s/nezlamnyj> (Дата звернення: 20.08.2025).
2. Шевченко І. С. Мультимодальна концептуальна метафора у політичному медійному дискурсі. *Мовознавчий вісник ЧНУ ім. Б. Хмельницького*. 2024. № 36. С. 132–138.
3. Українці стали споживати більше новин із соціальних мереж – дослідження USAID-Internews. URL: <https://detector.media/infospace/article/234444>

/2024-11-07-ukraintsi-staly-spozhyvaty-bilshe-novyn-iz-sotsialnykh-merezh-doslidzhennya-usaid-internews/ (Дата звернення: 25.07.2025). 4. Barthes R. Image. Music. Text. London : Fontana Press, 1977. 220 p. 5. Kress G., Leeuwen T.V. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London : Arnold, 2001. 142 p. 6. Kress G., Leeuwen T.V. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge, 2020. 310 p. 7. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. Chicago ; London : University of Chicago Press, 1980. 242 p.

Список джерел ілюстративного матеріалу

8. “imaryowl”. Інстаграм. 2022. 4 вересня. URL: https://www.instagram.com/p/CiFeT77tWb0/?igsh=a2U3MW12ZXpiczIw_____ (Last accessed: 25.08.2025).
9. “liliya_travel_agent”. Інстаграм. 2022. 22 березня. URL: <https://www.instagram.com/p/CbakD4MDucm/?igsh=MWJwYnlleThpdThrcg%3D%3D> (Last accessed: 25.08.2025).
10. “mfa_ukraine”. Інстаграм. 2024. 19 грудня. URL: <https://www.instagram.com/p/DPQdPGUCFE9/> (Last accessed: 22.08.2025).
11. “news.grp”. Інстаграм. 2022. 11 грудня. URL: <https://www.instagram.com/reel/CmCyacuDZmW/?igsh=MW11ZWJreGI4aDFqbQ%3D%3D> (Last accessed: 23.08.2025).
12. “sho_tam_”. Інстаграм. 2023. 3 травня. URL: <https://www.instagram.com/reel/CrxmI0CA4pP/?igsh=MWN1cmR1enVmaG16eQ%3D%3D> (Last accessed: 25.08.2025).
13. “ukraine.ua”. Інстаграм. 2025. 25 квітня. URL: https://www.instagram.com/p/DI3klbVtk5H/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA== (Last accessed: 21.08.2025).
14. “vinokcollective”. Інстаграм. 2022. 16 квітня. URL: https://www.instagram.com/p/CcZuABbr4dv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA== (Last accessed: 02.09.2025).

КРЕАТИВНА ДИСКУРСИВНА ОСОБИСТІСТЬ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИКА

Морозова А. О. (Харків)

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

Анотація: Морозова А. О. Креативна дискурсивна особистість англомовного політика. У статті досліджено еколінгвістичні особливості комунікації креативних дискурсивних особистостей британських та американських політиків. Проаналізовано вербальні та невербальні компоненти комунікації у політичному дискурсі, що відображають екологічні принципи мовлення. Визначено спільні риси британського та американського політичного дискурсу.

Ключові слова: вербальний, дискурсивна особистість, еколінгвістика, комунікація, креативний, невербальний компонент, політичний дискурс.

Summary: Morozova A. Creative Discursive Personaluty of an English-Speaking Politician. The article explores ecolinguistic features of communication of creative discursive personalities among British and American politicians. The article provides the analysis of verbal and non-verbal components of political discourse that reflect the ecological principles of speech. It also identifies common features of British and American political discourse.

Key words: communication, creative, discursive personality, ecolinguistics, political discourse, verbal and non-verbal components.

Ситуація в лінгвістичній науці протягом останнього століття характеризується швидким розвитком і зміною аспектів, що належать до центру лінгвістичних досліджень. На вивчення мовної комунікації впливають такі наукові галузі, як психологія, філософія, логіка, культурологія, етнографія, естетика, семіотика та герменевтика. Однак вивчення окремих символів і їх редукція в класи і системи не показує, як цю систему знань можна використовувати в комунікаційних практиках індивідів [1, с. 29].

Відсутність правил застосування накопичених лінгвістичних знань призвела до появи функціональних дисциплін, зосереджених на людському факторі. Комунікація є невід'ємною частиною повсякденного життя кожної людини. Кожен мовець перебуває в постійному стані споживання інформації. Наш світ постійно розвивається, а разом з ним розвивається й інформаційний простір, тому одним із найперспективніших напрямків лінгвістичних досліджень є креативна дискурсивна особистість [1, с. 33].

Екологізм виступає загальнонауковою методологічною настановою, що пропонує сучасну альтернативу антропоцентризму та формує нову модель взаємодії людини з довкіллям. У межах цієї парадигми людина розглядається не як панівна сила, а як невід’ємна частина єдиного живого організму планети, рівноправна з природним середовищем [2, с. 263]. Еколінгвістика сьогодні активно розвивається в багатьох напрямках, охоплюючи широкий спектр проблем сучасного мовознавства. Дослідники зосереджують увагу на питаннях мовних змін та контактів, уніфікації мовних спільнот та витіснення мовних меншин, збереження мовного балансу, мовного панування й процесів оволодіння мовою. Важливе місце у межах цього напрямку посідає також аналіз мовних стратегій маніпуляції, зокрема в контексті екологічної тематики [3, с. 9].

У межах еколінгвістики мова розглядається не лише як засіб передачі інформації, а як елемент комунікативної системи, що підтримує гармонію між людиною, суспільством та довкіллям. Такий підхід зумовлює інтерес до мовної особистості як активного учасника цієї екосистеми. Найвищою формою мовленнєвої активності виступає дискурсивна особистість – не просто компетентний користувач мови, а рефлексивний суб’єкт, який усвідомлює себе частиною складної системи соціальної, культурної, ідеологічної та історичної взаємодії [5, с. 12]. У цьому контексті особливого значення набуває креативна дискурсивна особистість, яка здатна співпрацювати та творчо взаємодіяти з іншими людьми. Вона перебуває у постійному діалозі з собою, навколишнім середовищем та соціумом [4, с. 23]. Вчені виявляють активний інтерес до цієї актуальної проблеми, оскільки еколінгвістика дає краще розуміння факторів ефективності спілкування креативної дискурсивної особистості. Англomовному політичному дискурсу відведене важливе місце на глобальній політичній арені. Незважаючи на те, що він є досить глибоко вивченим лінгвістами, він здобуває інший ракурс дослідження, що й визначає новизну дослідження.

Таким чином, об’єктом дослідження є дискурс креативних дискурсивних особистостей британських та американських політиків. Предметом

дослідження виступають еколінгвістичні особливості комунікації креативних дискурсивних особистостей британських та американських політиків. Мета роботи полягає у еколінгвістичному дослідженні вербальної та невербальної комунікації англомовного політика як креативної дискурсивної особистості.

Поєднання невербальних та вербальних компонентів комунікації є одним із ключових чинників комунікативного процесу. Хоча саме вербальні засоби традиційно вважаються основними носіями змісту, лише їхнє поєднання з невербальними елементами, які поділяються на проксемічні, кінесичні та просодичні, забезпечує повноцінність та результативність комунікації [5, с. 32].

Політичний дискурс (ПД) – це сукупність усіх мовних взаємодій що виражається у вербальній формі, а зміст, предмет, адресант та адресат якого належать до політичної сфери (наприклад, президент, прем'єр міністр, лідер партії, члени парламенту тощо). Цей тип дискурсу має аргументативний характер та звертається до системи суспільних цінностей, оскільки його головна мета – встановити, зберегти та зміцнити політичну владу. Його ключова функція полягає в управлінні суспільною свідомістю та нав'язуванні політичної волі через використання мови як інструменту впливу й боротьби в процесі аргументації [6, с. 126].

Британський ПД має глибоке історичне коріння, вирізняється виразною орієнтацією на ієрархічність та дотримання норм інституційної ввічливості, що виявляється у притаманній йому формалізованій та стриманій манері комунікації політичних діячів. У межах цього дискурсу дипломатичність реалізується через стриману, опосередковану мову, уникнення прямих конфліктів, перевагу непрямих мовленнєвих актів, застосування пом'якшуючих конструкцій, ввічливих кліше та метафоричних виразів [6, с. 127–128]. Подібна мовна поведінка відповідає очікуванням суспільства, адже публічна стриманість розглядається як ознака професійної компетентності та етичності політика.

Важливим лінгвістичним елементом британського ПД є використання численних епітетів. Так, приміром, як і більшість британських політиків, Боріс

Джонсон, колишній прем'єр міністр Великої Британії, підсилює емоційну забарвленість своїх висловлювань за допомогою цих художніх засобів, що є важливим з еколінгвістичної точки зору. Також часто застосовуються паралельні конструкції, які створюють ефект градації – наростаючого аргументу:

- (1) BORIS JOHNSON: *So, I want to say to the millions of people who voted for us in 2019, many of them voting Conservative for the first time: 'Thank you all for that **incredible** mandate, the **biggest Conservative majority since 1987, the biggest share of the vote since 1979**'* (Boris Johnson's final speech as Prime Minister).

Попри прагнення до дипломатичності, британський ПД демонструє випадки вербальної агресії. У ситуаціях, що потребують підвищеної відповідальності, коли йдеться про ухвалення важливих рішень, що визначають подальший розвиток держави, політики часто демонструють жорсткість та рішучість, використовуючи аргументацію як інструмент впливу. Вінстон Черчилль є одним із британських політиків, хто був відомий своїми рішучими діями та словами. Його промова, виголошена 4 червня 1940 року в Палаті громад, є одним із найяскравіших прикладів потужного ПД, що екологічно поєднує у собі емоційний вплив та аргументативну переконливість за рахунок уживання як фатичних, так і інформативних висловлень, й обраного мовленнєвого стилю – уживання займенника *We* десять разів й стилістичного повтору *We shall fight*, який вжито політиком у реченні сім разів:

- (2) WINSTON CHURCHILL: ***We shall not flag or fail. We shall go on to the end. We shall fight in France, we shall fight on the seas and oceans, we shall fight with growing confidence and growing strength in the air, we shall defend our island, whatever the cost may be. We shall fight on the beaches, we shall fight on the landing grounds, we shall fight in the fields and in the streets, we shall fight in the hills; we shall never surrender*** (Darkest Hour).

Проявом креативного мовлення у межах ПД можна також вважати вміле використання інтонації – просодичного компонента комунікації – під час промов. Британські політики часто можуть почати фразу повільно та урочисто, а потім різко пришвидшитися, підвищуючи голос. Також вони часто роблять інтонаційні паузи, щоб підкреслити іронію або викликати сміх. Інтонаційна варіативність може розглядатися як прояв екологічного мовлення, у якому креативна дискурсивна особистість адаптує свій голос до контексту, емоційної атмосфери та настрою аудиторії, наголошуючи на певній жартівливій фразі:

(3) BORIS JOHNSON: *Thank you everyone who's helped look after me and my family over the last three years, including Dylan, the dog. And I just say to my party if Dylan and Larry can put behind them their occasional difficulties, then so can the conservative party (pause)* (Boris Johnson's final speech as Prime Minister).

Невербальні компоненти комунікації доповнюють вербальну комунікацію креативних особистостей – політиків. Кінесичний компонент комунікації проявляється у тому, що для багатьох британських політиків характерна експресивна жестикуляція, що ніби підштовхує аргументи вперед. Проксемічний компонент комунікації ілюструє типову для британців звичку дотримуватися дистанції, хоча, як помічено, іноді політики можуть підходити досить близько до співрозмовників, нахилитися до них або навіть доторкатися до плеча чи руки. Просодичний компонент комунікації ілюструється інтонацією, яка може варіюватися від урочистої до квапливої та, начебто, підштовхуюча до негайних дій.

Поведінка креативної дискурсивної особистості в американському ПД вирізняється прагматичністю, орієнтацією на результат та ефективне досягнення мети. Однією з її характерних рис є активне залучення співрозмовника до процесу комунікації, що реалізується через діалогічність та емоційно-забарвлені висловлення у фатичній функції апеляції до слухача. У

цьому стилі відзначається прагнення до прямої, відкритої та переконливої передачі інформації, що забезпечує ефективну взаємодію зі співрозмовником.

Значну роль у структурі американського ПД відіграє невербальний рівень, який охоплює не лише інтонацію та темп, а й зовнішні вияви статусу та впевненості. У цьому контексті важливою паравербальною складовою є презентабельний одяг – діловий костюм, який виконує не лише естетичну, а й комунікативну функцію. Під час офіційних подій чи публічних виступів такий вигляд створює враження дисциплінованості та професійної надійності, підсилюючи вербальне послання.

Мовлення багатьох американських політичних діячів вирізняється простотою синтаксичних конструкцій. Вони типово уникають довгих складносурядних та складнопідрядних речень, віддаючи перевагу коротким, інколи навіть граматично неповним фразам. Така манера створює ефект безпосередності та зрозумілості.

(4) DONALD TRUMP: *From this day forward, it's going to be only America first, America first* (Donald Trump Inauguration Speech 2017 Transcript).

Ще одним способом використання мови креативним чином є те, що американські політики вживають такі риторичні запитання, які дозволяють їм апелювати до влади та закликати її відповісти на незручні запитання. Політики задають їх немовби від імені американського народу та тим самим завойовують прихильність виборців:

(5) BARACK OBAMA: *You want a fight, President Bush? How else could he propose hundreds of billions in tax breaks for big corporations and oil companies but not one penny of tax relief to more than one hundred million Americans?* (Transcript of Obama's speech).

Креативній дискурсивній особистості американського політика властиве вживання епітетів та оціночних слів (*tremendous, disaster*), що характеризуються емоційністю та прямоотою:

(6) DONALD TRUMP: *We have tremendous problems on crime and other things and would love some help. Chicago in particular, maybe, right now. I mean it's a disaster* (President Trump Takes Questions From Reporters After Long Cabinet Meeting).

Таким чином, мовлення американських політиків на всіх рівнях відзначається простотою, прямолінійністю та емоційною надмірністю. Вони створюють збірний образ сильного та відвертого лідера.

Говорячи про невербальні засоби, кінесичний компонент комунікації ілюструється характерною для більшості американських політиків активною жестикуляцією. Проксемічний компонент комунікації відображено у тому, що американські політики зазвичай чітко контролюють дистанцію, однак активно використовують рукостискання та поплескування по плечу у зустрічах із виборцями. Що до просодики, дискурсивній особистості американського політика притаманна ритмічність, яка підкреслюється навмисними паузами та зміною тону.

Висновки. Таким чином, аналіз політичної комунікації креативних дискурсивних особистостей британського та американського політичних дискурсів показує, що екологічні принципи мовлення у сучасному політичному дискурсі реалізуються у різних формах, залежно від культурного контексту та індивідуальної риторичної стратегії. Креативна дискурсивна особистість – британський політик вдається до м'якої манери спілкування, яка проявляється у використанні стилістичних повторів, іронії, гумору, ідіом та несподіваних метафор, що екологічно знижують рівень напруги та наближають його до аудиторії. Американський політик застосовує більш жорстку модель спілкування, яка базується на прямоті та емоційній насиченості. Попри численні відмінності, креативні дискурсивні особистості британського та американського політичних дискурсів мають низку спільних рис, які можна розглядати як прояви екологічно збалансованого мовлення у політичній сфері.

По-перше, обидва дискурси орієнтовані на легітимізацію влади та підтримку довіри народу. Політики США та Великої Британії як креативні дискурсивні особистості використовують мовлення для формування авторитетного образу та підкріплення свого авторитету. По-друге, як британський, так і американський дискурси звертаються до спільних моральних та соціальних цінностей. Використання лексичних одиниць, що підкреслюють свободу, справедливість та відповідальність перед народом, сприяє формуванню відчуття єдності.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у поглибленому аналізі еколінгвістичних характеристик політичного дискурсу, зокрема у вивченні механізмів формування екологічно збалансованої комунікації в умовах глобальної політичної конкуренції.

Література

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ, 2004. 344 с.
2. Морозова О.І. Екологічний підхід до аналізу несправедливих висловлень. *Мовні і концептуальні картини світу*. Вип.55. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2015. С. 258–266.
3. Пасинок В.Г. Еколінгвістичні аспекти у фокусі риторики, стилістики т культури мовлення. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія*. 2015. № 81. С. 7–9.
4. Самохіна В. О. Креативна дискурсивна особистість в екосистемі творчої діяльності. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія*. Методика викладання іноземних мов. Вип. 90. 2019. С. 19–26.
5. Солощук Л. В. Взаємодія вербальних і невербальних компонентів комунікації у сучасному англomовному дискурсі. *Германські мови*. Харків, 2009. 37 с.
6. Шпак О. В. Британський політичний дискурс з позиції еколінгвістики. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгородський національний університет. 2023. Вип. 26. Том 2. С. 124-128.

Список джерел ілюстративного матеріалу

6. Boris Johnson's final speech as Prime Minister. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/boris-johnsons-final-speech-as-prime-mini>

ster-6-september-2022 (Last accessed: 21.10.2025). 7. "Darkest Hour" [Electronic resource]. URL: https://www.scripts.com/script.php?id=darkest_hour_1389&p=38 (Last accessed: 22.10.2025). 8. Donald Trump Inauguration Speech 2017 Transcript. URL: <https://www.politico.com/story/2017/01/full-text-donald-trump-inauguration-speech-transcript-233907> (Last accessed: 22.10.2025). 9. President Trump Takes Questions From Reporters After Long Cabinet Meeting. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=m25U1EmnhOs> (Last accessed: 20.10.2025). 10. Transcript of Obama's speech. URL: <https://www.blackenterprise.com/transcript-of-obamas-speech-2/3/?test=prebid> (Last accessed: 21.10.2025).

УДК 821.111-31Ван7] Нап.030=161.2(73):165.194

ПЕРЦЕПТИВНІ МАРКЕРИ ЯК ЗАСІБ КОНСТРУЮВАННЯ РІЗНИХ ТОЧОК ЗОРУ ОПОВІДАЧА В РОМАНІ Ш. ВАН ПЕЛТ «НАПРОЧУД КМІТЛИВІ СТВОРІННЯ»

Науменко Д. І. (Харків)

Науковий керівник: доктор філософії Ніколаєнко В. О.

Анотація: Науменко Д. І. Перцептивні маркери як засіб конструювання різних точок зору оповідача в романі Ш. Ван Пелт «Напрочуд кмітливі створіння». Стаття присвячена аналізу перцептивних маркерів у романі Ш. Ван Пелт «Напрочуд кмітливі створіння». Проаналізовано роль цих маркерів для конструювання ідентичності наратора (фокалізатора) в художньому дискурсі, зокрема для формування перспективи неантропоморфних нараторів та передачі їх втіленого досвіду. Встановлено, що перцептивні маркери є важливою складовою когнітивно-комунікативної системи, об'єднуючи сенсорний досвід, мовне вираження та ментальні моделі дійсності.

Ключові слова: антропоцентризм, когнітивна лінгвістика, перцептивні маркери, точки зору.

Summary: Naumenko D. I. Perception Markers as a Means of Construing Multiple Narrating Perspectives in "Remarkably Bright Creatures" by Shelby Van Pelt. The article is devoted to the analysis of perceptual markers in the novel "Remarkably Bright Creatures" by Shelby Van Pelt.

The role of these markers in constructing the identity of the narrator (focalizer) in literary discourse is analyzed, in particular in shaping the perspective of non-anthropomorphic narrators and conveying their embodied experience. It has been established that perceptual markers constitute an important component of the cognitive-communicative system, combining sensory experience, linguistic expression, and mental models of reality.

Key words: anthropocentrism, cognitive linguistics, perceptual markers, points of view.

Актуальність цієї роботи зумовлена загальною орієнтацією сучасного мовознавства на антропоцентричний підхід. Як наголошує Дж. Лакофф, мова виконує не лише комунікативну функцію, а й віддзеркалює когнітивні процеси, за допомогою яких людина осмислює навколишній світ і власний досвід. Саме тому дослідження перцептивних маркерів дозволяє краще зрозуміти, як мовна система відтворює механізми людського сприймання — зорового, слухового, тактильного, смакового та нюхового.

Когнітивна лінгвістика виходить із твердження, що мова є відображенням ментальних структур свідомості. Тож засоби, які вербалізують сенсорний досвід, передають способи сприйняття, категоризації та осмислення явищ реальності.

Сучасне літературознавство активно спирається на здобутки когнітивної лінгвістики [1; 2; 3; 4] для аналізу художніх текстів, прагнучи пояснити природу естетичного ефекту та способи конструювання досвіду у літературному творі.

Об'єктом дослідження виступають перцептивні маркери в романі Ш. Ван Пелт «Напрочуд кмітливі створіння», а предметом – їхні функції у формуванні різних точок зору оповідача та персонажів.

Мета роботи полягає у з'ясуванні ролі та функцій перцептивних маркерів у побудові багатоперспективної оповідної структури роману.

Наукова новизна дослідження полягає у спробі комплексно розглянути перцептивні маркери як засіб створення наративних перспектив у сучасному англomовному романі, використовуючи когнітивно-наратологічний підхід.

Результати сучасних наукових розвідок підтверджують, що перцептивні маркери є інструментами, які безпосередньо впливають на процес сприйняття й осмислення інформації. Вони виконують роль своєрідних «сигналів уваги», що

допомагають мовцеві акцентувати окремі частини висловлювання та надати їм смислового або емоційного підсилення.

Як зазначає Г. Луп'ян, мова не просто відображає об'єктивну реальність, а формує когнітивні рамки, крізь які людина сприймає й інтерпретує сенсорний досвід [6]. Отже, лексичні та граматичні маркери можна розглядати як орієнтири для свідомості слухача чи читача, що спрямовують увагу на значущі елементи повідомлення й допомагають відокремити їх від другорядних деталей.

Перцептивні маркери мають вирішальний вплив на формування когнітивної картини світу — цілісної системи уявлень про предмети та явища, які закріплюються у свідомості носіїв мови. Ці показники належать до так званих перцептивних концептів — ментальних структур, що узагальнюють досвід чуттєвого пізнання.

Для прикладу, концепція світла може бути виражена лексичними одиницями: *сяяти, блищати, яскравий, сонячний, прозорий*; а концепція звуку — через *гучний, тихий, шум, шепіт, гуркіт*.

Роман Шелбі Ван Пелт «Remarkably Bright Creatures» [7] слугує яскравим прикладом цього явища. У ньому зорові, слухові та тактильні індикатори виступають засобом для створення ефекту внутрішнього бачення — особливого сприйняття очима восьминога [7].

Психологічна деталізація відіграє значну роль у стилістиці роману: внутрішній світ дійових осіб розкривається через непомітні щоденні дії, жести, уривчасті спогади та переживання, завдяки чому образи героїв набувають жвавості та переконливого вигляду [5, с. 49]. Такий підхід дозволяє читачеві опосередковано досягнути думки й емоції персонажів, зрозуміти їхні мотиви та внутрішню логіку вчинків.

Крім того, авторка широко використовує синестезію — поєднання зорових, слухових, дотикових та інших сенсорних відчуттів, що генерує ефект емоційного занурення та дає змогу читачеві водночас «бачити», «чути» та «відчувати» художню реальність твору.

З позицій когнітивної лінгвістики, стилістику роману можна охарактеризувати як орієнтовану на сприйняття. У мові відображається не стільки результат пізнання, скільки сам процес відчуття. Авторка активно застосовує сенсорні маркери — дієслова, що передають емоційну чуттєвість (*to see, to hear, to notice, to feel*), а також прикметники (епітети), які описують сенсорні якості об'єктів, наприклад, *soft, dim, cold, tender*.

Така манера викладу створює враження безпосередньої присутності: читач немовби «споглядає очима» персонажів, занурюючись у їхній досвід. Одночасно формується когнітивна емпатія — здатність відчутти й усвідомити внутрішній стан іншої істоти, навіть якщо вона належить до іншого біологічного виду.

Наратив, що ведеться від імені восьминога, відрізняється особливою глибиною, стислістю та метафоричною насиченістю. Це дає змогу авторці, використовуючи внутрішній монолог тварини, транслювати не лише спостереження за довкіллям, а й глибокі міркування про людську сутність.

Фрази, наприклад, «*The humans never notice the small things. They think they see, but their eyes are too slow*» [7], відображають поєднання насмішки, скептицизму та мудрості. У них кожне спостереження восьминога слугує дзеркалом людських вад та обмеженості їхнього сприйняття.

Письменниця уникає заплутаних метафоричних побудов, натомість застосовує короткі, але емоційно наповнені зіставлення. Вони набувають вагомості завдяки контексту та взаємодії з іншими компонентами тексту. Наприклад, опис рухів восьминога за допомогою метафор, пов'язаних із рідиною, освітленням та кольором — «*Water is my skin; I feel the world ripple through me*» [7] — створює враження «текучого» світу. У цьому світі межі між дійовою особою та навколишнім середовищем стираються, а досвід героя набуває універсального символічного значення.

Дієслова зорового сприйняття (*see, look, watch, notice, observe*) у творі реалізують різні рівні пізнавального й емоційного сприйняття. Шляхом

комбінування цих дієслів читачеві відкриваються різні ступені залученості героїв у світ, що їх оточує.

Як приклад можна навести фразу: «*She looked at the aquarium window, where light flickered like memories*» [7].

Мистецький прийом порівняння перетворюється на метафору співпереживання та міжвидового розуміння, оскільки авторка, застосовуючи синестетичні образи, відтворює спосіб відчуття істоти, чия чуттєва система виходить за межі звичних для людини сенсорних рамок. Відтак, показники чуття в цьому творі не лише надають тексту емоційної глибини, а й розширюють простір спілкування, демонструючи можливість емпатії та взаєморозуміння поміж різними формами життя.

Аудіальні маркери у творі Шелбі Ван Пелт виконують подвійну функцію: вони не тільки передають слухові враження, а й відображають емоційний стан персонажів, їхню внутрішню реакцію на події. У тому фрагменті, де Това вперше зустрічає восьминога, поєднання звуку та руху створює атмосферу напруги та відчуття присутності: «*The creature strains harder and the cord binds tighter, his flesh bulging between each loop*» [7].

Наголос на слухових і дотикових відчуттях — шарудінні, стисканні, скреготі — передає загострену увагу Тови до деталей, перетворюючи ці сенсорні образи на індикатори її тривоги та обережності.

Ольфакторні та густавні маркери у романі Шелбі Ван Пелт мають особливе значення, адже вони не просто фіксують фізичні параметри простору, а трансформуються в засіб вираження емоційних станів героїв. На відміну від зорових чи тактильних образів, які переважно відтворюють зовнішнє сприйняття, аромати та смаки володіють глибшим символічним та асоціативним змістом.

У тексті вони функціонують як своєрідні «спускові механізми пам'яті», здатні миттєво викликати у персонажа спогади про минуле або нагадати про важливих для нього осіб. У такий спосіб, нюхова та смакова модальності

набувають не лише сенсорного, а й когнітивного виміру: вони поєднують тілесне відчуття з внутрішнім світом героя — його емоціями, роздумами та переживаннями. Уривок, де Това має підлогу, показує, як запах виступає як один із ключових елементів її сприйняття:

(3) *Vinegar with a hint of lemon tinges the air, wafting up from the wet tile. So much better than the dreadful solution they'd been using when Tova first started, bright green junk that singed her nostrils* [7].

Аромати у романі нерідко пов'язані з минувшиною, зі спогадами про рідних чи про значущі події. Наприклад:

(4) *...it smelled like Will's hospital room, like Will being sick, although Tova kept that part of her complaint private* [7].

Густавні маркери з'являються у романі рідше, однак їхня значимість залишається схожою — вони виконують важливу пізнавальну функцію. Здебільшого ці образи мають метафоричний характер, відображаючи емоційні стани героїв або пробуджуючи спогади про минуле.

(5) *A bitter taste of memory lingered on her tongue* [7].

Висновки. У контексті когнітивної лінгвістики перцептивні маркери визнаються як значущі мовні інструменти, які сприяють передачі чуттєвого досвіду, вираженню суб'єктивного світогляду та побудові когнітивної моделі навколишнього середовища. Їхня діяльність пролягає на перетині лексичного, граматичного та прагматичного рівнів мови, де вони беруть участь у формуванні метафор, вираженні оцінки, акцентуванні уваги та структуруванні дискурсу.

Встановлено, що вони є ключовою ланкою когнітивно-комунікативної системи, оскільки вони з'єднують сенсорне пізнання, мовне відображення та ментальні схеми світу. Вони передають не лише процеси сприйняття, а й утворюють емоційно-пізнавальні рамки, крізь які індивідуум осмислює реальність, організовує пам'ять і фокусує свою увагу. Письменниця скомпонувала твір, де лірична тональність та буденність переплітаються з

екзистенційною значущістю, а людиноцентрична оповідь співіснує з розповіддю, яку веде восьминіг.

Дослідження перцептивних маркерів у творі Шелбі Ван Пелт засвідчує існування багатомодальної і витончено структурованої системи чуттєвого сприйняття, яка формується за рахунок комбінування візуальних (зорових), слухових (аудіальних), дотикових (тактильних), нюхових (ольфакторних), смакових (густавних) та синестетичних (змішаних) елементів.

Література

1. Бехта І. А. Художній текст у сфері новітніх когнітивних студій. *Закарпатські філологічні студії: зб. наук. праць*. Ужгород: ДВНЗ «Ужгородський нац. ун-т». 2009. Вип. 9. Т. 1. С. 57-62.
2. Бистров Я. В. Англomовний біографічний наратив у вимірах когнітивної лінгвістики і синергетики: монографія. Київ; Івано-Франківськ: Видавець Кушнір Г. М., 2016. 320 с.
3. Белєхова Л. І. Словесний поетичний образ в історико-типологічній перспективі: лінгвокогнітивний аспект (на матеріалі американської поезії). Херсон : Айлант, 2002. 368 с.
4. Бялик В. Д. Когнітивна наратологія як інструмент пізнання художнього тексту. *Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Германська філологія*. Чернівці: Рута. 2023. № 843. С. 161-165.
5. Карпова, Д. М. Фонетичні характеристики регіонального мовлення носіїв валлійського варіанта англійської мови (інструментально-фонетичне дослідження) : дис ... канд. філол. наук. Одеса, 2018. 206 с.
6. Luryan G. Linguistically Modulated Perception and Cognition. *Department of Psychology, University of Wisconsin–Madison, Madison, WI, USA*. 2012. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2012.00054/full> (дата звернення: 20.10.2025).
7. Van Pelt, S. Remarkably Bright Creatures: A Novel. New York: HarperCollins Publishers. 2022. 368 p.

**ФУНКЦІОНАЛЬНІ ПРОЯВИ ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТІ В
НІМЕЦЬКОМОВНИХ ПОЛІТИЧНИХ ВИСТУПАХ
FUNCTIONAL MANIFESTATIONS OF INTERTEXTUALITY IN GERMAN
POLITICAL SPEECHES**

Нехорошкова А. Д. (м. Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Самаріна В. В.

Анотація: Нехорошкова А. Д. Функціональні прояви інтертекстуальності в німецькомовних політичних виступах. У статті досліджується функціонування інтертекстуальності у німецькомовному політичному дискурсі, зокрема на прикладі промов Ангели Меркель. Особливу увагу приділено різним типам інтертекстуальних включень: цитатам, алюзіям, ремінісценціям та іронічним елементам, а також їхній ролі у формуванні риторики та політичних наративів. На основі системного аналізу текстів встановлено, що інтертекстуальність виступає багатофункціональним механізмом: вона посилює аргументацію, створює культурно-історичний контекст, формує емоційний контакт із аудиторією та підкреслює авторитет мовця. Показано, що цитати використовуються для закріплення ключових ідей, алюзії – для інтеграції історичної пам'яті у сучасний політичний дискурс, а ремінісценції забезпечують персоналізацію повідомлення і створюють ефект спільного досвіду. Аналіз промов Меркель демонструє, що інтертекстуальні стратегії сприяють багатшаровому сприйняттю тексту, формують масову свідомість і легітимізують політичні наративи. Дослідження підтверджує, що в умовах сучасного медіапростору здатність політичного тексту взаємодіяти з іншими висловлюваннями та історичними кодами є важливим засобом комунікації та впливу на аудиторію.

Ключові слова: Ангела Меркель, алюзії, інтертекстуальність, масова свідомість, німецькомовний політичний дискурс, ремінісценції, риторичні стратегії, цитати.

Summary: Nekhoroshkova A. D. Functional manifestations of intertextuality in German political speeches. The article explores the functioning of intertextuality in German-language political discourse, with a particular focus on the speeches of Angela Merkel. Special attention is given to different types of intertextual elements – quotations, allusions, reminiscences, and ironic components and their role in shaping rhetoric and political narratives. Based on a systematic analysis of texts, it is shown that intertextuality serves as a multifunctional mechanism: it strengthens argumentation, creates a cultural and historical context, establishes an emotional connection with the audience, and emphasizes the speaker's authority. The study demonstrates that quotations are used to reinforce key ideas, allusions integrate historical memory into contemporary political discourse, and reminiscences personalize the message, creating a sense of shared experience. Analysis of Merkel's speeches reveals that intertextual strategies contribute to a multilayered perception of the text, shape public consciousness, and legitimize political narratives. The research confirms that in today's media environment, the ability of political texts to interact with other statements and historical codes is a crucial tool for communication and influence on the audience.

Key words: allusions, Angela Merkel, German-language political discourse, intertextuality, public consciousness, quotations, reminiscences, rhetorical strategies

Постановка проблеми. Останні десятиліття у мовознавстві поняття інтертекстуальності посідає одне з провідних місць, адже воно допомагає зрозуміти складну природу тексту – не як замкненої структури, а як відкритої, живої системи, що постійно перебуває у взаємодії з іншими текстами. У сучасному інформаційному світі, коли кількість комунікативних потоків невпинно зростає, а межі між окремими текстами розмиваються, аналіз інтертекстуальних зв'язків стає особливо важливим. Зокрема, політичний дискурс, який відзначається високою соціальною значущістю, прагматичністю та риторичною насиченістю, є надзвичайно продуктивним полем для виявлення таких взаємозалежностей. Саме через інтертекстуальні посилення політична промова перетворюється не просто на публічне висловлювання, а на дієвий механізм впливу – на колективну пам'ять, систему цінностей і культурні асоціації аудиторії.

Сам термін «інтертекстуальність» увійшов до наукового обігу завдяки працям Юлії Крістевої у 1960-х роках. За її концепцією, будь-який текст є своєрідною мозаїкою попередніх висловлювань, у якій минулі сенси поєднуються, переосмислюються та набувають нових значень у новому контексті [6, с. 36]. Тобто кожне слово, кожен образ є відгуком на щось уже сказане, своєрідною реакцією на попередній досвід. Такий підхід дозволяє сприймати мовлення не як лінійну передачу інформації, а як безперервний діалог культур, ідей та епох.

У сучасному розумінні інтертекстуальність – це не лише ознака тексту, а й багатофункціональний механізм, що виконує пізнавальну, комунікативну, естетичну, аргументативну й прагматичну ролі [1, с. 38]. У політичному мовленні вона проявляється у вигляді цитат, алюзій, натяків, ремінісценцій чи пародій, які допомагають промовцю створити потрібний образ, підсилити аргументацію або встановити емоційний контакт із публікою. Звертаючись до спільних для суспільства історичних чи культурних кодів, політик може

апелювати до колективної пам'яті, до спільних символів і авторитетних постатей, що робить його виступ більш переконливим і резонансним [2, с. 16].

Сьогоднішній медіапростір, особливо в епоху глобальних потрясінь і затяжних гібридних війн, дедалі активніше використовує інтертекстуальні прийоми як засіб формування політичного дискурсу й впливу на масову свідомість. В умовах повномасштабного російсько-українського протистояння (2022-2025 рр.) англomовна публіцистика помітно розширила коло інтертекстуальних посилань – від алюзій на визначальні історичні події до цитування висловлювань авторитетних політичних лідерів минулого й сучасності. Часто автори вдаються до переосмислення класичних літературних чи культурних образів, надаючи їм нового змісту у світлі сьогоdnішніх реалій.

Такі інтертекстуальні практики перестають бути лише художнім засобом чи декоративним елементом тексту. Вони перетворюються на вагомий риторичний інструмент, покликаний не лише посилити емоційний ефект, а й структурувати зміст матеріалу, задаючи йому певну смислову ієрархію. Завдяки цьому тексти набувають багат шаровості, а читач отримує можливість сприймати інформацію не лише раціонально, а й через призму колективного досвіду, культурних кодів та історичних аналогій.

У публіцистичних жанрах – репортажах, аналітичних статтях, авторських колонках – інтертекстуальність стає засобом поглиблення змісту й розширення контексту. Вона допомагає створити інтелектуальний і емоційний місток між автором та аудиторією, впливаючи на сприйняття міжнародною спільнотою української тематики. Через такі тексти формується не лише ставлення до війни, а й легітимізуються певні політичні наративи у глобальному медіапросторі. Апелюючи до спільної історичної пам'яті, журналісти активізують у свідомості читачів знайомі образи, емоції та асоціації, що підсилюють ефект залучення [2, с. 17].

Особливу увагу привертає німецькомовний політичний дискурс, у якому інтертекстуальні зв'язки вирізняються глибиною та культурною насиченістю. У

промовах таких діячів, як Ангела Меркель, Франк-Вальтер Штайнмаєр чи Урсула фон дер Ляєн, можна простежити численні відсилання до європейської історії, філософії, релігійної традиції та класичної культури.

Отже, аналіз функціонування інтертекстуальності у політичному дискурсі має виняткове значення для розуміння того, як саме мова стає інструментом впливу. Через систему інтертекстуальних знаків і натяків формуються політичні наративи, зміцнюється довіра між мовцем і слухачами, створюється відчуття спільного культурного поля. Таким чином, вивчення цього явища дозволяє не лише глибше осягнути структуру політичного мовлення, а й розкрити механізми формування масової свідомості та комунікативної стратегії сучасного політика.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз сучасних досліджень показує, що інтертекстуальність є важливим інструментом у мовленні та комунікації. Крістева Ю. підкреслює, що текст існує не ізольовано, а як відкрита система, що взаємодіє з іншими текстами та культурними кодами. Біловус Л. І. пропонує систематику понять та класифікацію міжтекстових зв'язків, що допомагає розрізняти цитати, алюзії та ремінісценції. Босак Н. Ф. досліджує інтертекстуальні включення в сучасному українському політичному дискурсі, визначає їхні джерела та функції, показуючи, що вони сприяють формуванню спільного культурного та історичного контексту для аудиторії. Узагальнення цих робіт підтверджує, що інтертекстуальність виступає багатофункціональним механізмом, який поєднує когнітивний, емоційний та аргументативний рівні сприйняття тексту.

Метою дослідження є проведення функціонального аналізу інтертекстуальних включень у німецькомовному політичному дискурсі.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних медіа й політичній комунікації велике значення має здатність тексту створювати багаторівневі значення та вступати в діалог з іншими висловлюваннями. У цьому сенсі інтертекстуальність виступає потужним інструментом, який формує зміст,

сприяє комунікації й впливає на аудиторію. Політичні промови, як особлива форма публіцистики, поєднують у собі прагматичну логіку аргументів, культурні коди та історичні алюзії, що робить їх надзвичайно цікавими для дослідження. Зокрема, промови Ангели Меркель протягом різних етапів її політичної діяльності демонструють багатий спектр інтертекстуальних елементів – від прямого цитування та історичних паралелей до особистих спогадів і ремінісценцій. Аналіз таких інтертекстуальних стратегій у німецькомовному політичному дискурсі дозволяє глибше зрозуміти механізми побудови риторики, формування масової свідомості та створення політичних наративів.

З метою проведення функціонального аналізу інтертекстуальних включень у німецькомовному політичному дискурсі ми звернулися до промов Ангели Меркель, які репрезентують офіційний стиль, поєднаний із виразними комунікативними стратегіями. На першому етапі дослідження об'єктом аналізу стала промова Ангели Меркель, *Chancellor of Germany* [5], виголошена з нагоди завершення каденції Марио Драгі на посаді президента Європейського центрального банку.

У ході аналізу тексту було виокремлено кілька типів інтертекстуальних включень – цитати, алюзії та ремінісценції. Пародійних елементів у промові не зафіксовано, що відповідає жанровим та комунікативним особливостям офіційного виступу.

Цитатний матеріал у промові представлений прямими відтвореннями висловлювань Марио Драгі. Найяскравішим прикладом є: „*Wir werden von niemandem gedrängt, wir sind unabhängig, wir bilden unsere eigene Meinung*“ [5], що підкреслює ключовий меседж виступу – збереження незалежності Європейського центрального банку.

Алюзійний рівень виявляється у зверненні до історичних та культурних кодів. Так, згадка про *Limes*, *Frankfurter Römer* та *Römerberg* є відсилкою до римської спадщини, що символізує традицію та міцність європейської

інтеграції.

У промові функціонують ремінісценції, пов'язані з особистими спогадами Меркель про кризові події 2012 року та початок співпраці з Драгі. Зокрема, наратив про «першу спільну кризову нараду» та “*stürmische Zeiten*” [5] відсилає слухача до колективної пам'яті про економічну нестабільність і водночас демонструє досвід подолання кризових ситуацій.

Таким чином, інтертекстуальні включення у цій промові виконують кілька функцій: посилюють аргументацію шляхом авторитетних цитат, створюють символічний простір за допомогою культурно-історичних алюзій та формують емоційно-меморативний фон через ремінісценції.

Наступним об'єктом дослідження стала промова *Rede zum Tag der Deutschen Einheit* [3] Ангели Меркель, виголошена під час урочистостей у місті Галле. Ця промова, приурочена до національного свята – Дня німецької єдності, є насиченим зразком поєднання історичних референцій, особистих спогадів та прямих цитат, що формують складний інтертекстуальний простір.

У структурі виступу можна виокремити кілька ключових інтертекстуальних включень: цитати, алюзії та ремінісценції. Пародійні елементи, як і у попередньому прикладі, відсутні, що цілком відповідає офіційно-меморативному жанру промови.

У промові фіксуються як прямі, так і опосередковані цитати. Серед найвиразніших – це „*Die als 35-Jährige mit dem Ballast ihrer DDR-Biografie ... konnte natürlich kein von der Pike auf sozialisierter, zur CDU gewechselter Politiker bundesrepublikanischer Prägung sein*“ [3].

Цитування власних слів із пресконференції 2015 року: „*Wenn man sich dafür entschuldigen müsse, in der Flüchtlingskrise ein freundliches Gesicht gezeigt zu haben, dann ist das nicht mein Land*“.

Такі цитати виконують аргументативну функцію: вони ілюструють існування упереджень щодо біографії мешканців колишньої НДР та демонструють авторську позицію щодо цінностей демократії й солідарності.

Меркель активно використовує історико-політичні алюзії – це звернення до конкретних постатей німецької та європейської історії (*Konrad Adenauer, Willy Brandt, Helmut Kohl, Hans-Dietrich Genscher*) [3], що символізують різні етапи європейської інтеграції та процесу об'єднання Німеччини. Посилання на події демократичних зрушень у Центральній та Східній Європі (Польща, Угорщина, Чехословаччина), що передували падінню Берлінського муру. Алюзія на *Eisernen Vorhang* (залізну завісу) як метафору холодної війни. Використання офіційного девізу свята – „*Gemeinsam Zukunft formen*“ [3] – як символічної рамки для всієї промови.

Великий пласт промови становлять особисті спогади (мемуарний елемент): досвід життя у НДР „*die Erfahrung der Mauer, der SED-Diktatur, der Angst vor dem Bespitzelungsapparat der Staatssicherheit, der Unfreiheit und Enge*“ [3] та переживання часу мирної революції та об'єднання 1990 року.

Суб'єктивні епізоди, пов'язані з реакціями на її слова у публічному дискурсі та з особистим відчуттям приналежності до об'єднаної Німеччини.

Ремінісценції виконують функцію персоналізації політичного меседжу, створюють емоційний канал комунікації з аудиторією та підсилюють автентичність промови.

Інтертекстуальні включення у промові *Rede zum Tag der Deutschen Einheit* функціонують на кількох взаємопов'язаних рівнях. Цитати слугують засобом формалізації аргументації та закріплення джерел політичних дискусій, алюзії інтегрують історичну пам'ять у сучасний політичний контекст і формують спільний культурно-політичний код, а ремінісценції поєднують суспільно-історичний досвід із особистими біографічними маркерами.

У своїй останній промові [4] як голова ХДС Ангела Меркель особливо вдало демонструє багатство інтертекстуальних засобів: вона поєднує цитати, алюзії, ремінісценції та іронічні вкраплення, вибудовуючи з них єдине риторичне ціле. Її виступ не лише підсумовує власний політичний шлях, але й формує цілісну оповідь про партію, державу та європейський контекст.

Насамперед увагу привертає система цитувань. Меркель підкреслює тяглість між початком своєї політичної кар'єри та завершенням партійного лідерства: у промові вона використовує як власні колишні висловлювання, так і рядки з національного канону. Самоцитати на кшталт „*Zur Sache*“ [4] чи емоційно насичене „*Rot-Grün kann sich warm anziehen*“ [4] нагадують слухачам про її енергійний старт та водночас створюють ефект завершеності біографічної дуги. Поруч із цим звучать історичні цитати, зокрема рядок із німецького гімну

„*In Einigkeit und Recht und Freiheit...*“ [4], що підсилює патріотичний тон і нагадує про досвід возз'єднання країни.

Цитати природно переходять в алюзії, які задають історичний контекст промови. Меркель відсилає до ключових моментів німецької політики: називає скандал із жертвами „*Schicksalsstunde*“ [4] партії, проводить паралелі з італійською *Democrazia Cristiana*, нагадує про півстолітній досвід ХДС у федеральному уряді. Кожна алюзія виконує подвійну функцію – вписує виступ у ширший історичний наратив і водночас підкреслює особливість німецького християнсько-демократичного шляху. Поруч із цим виринає й зовнішньополітичний вимір: завершення холодної війни, вплив США та постать Джорджа Буша-старшого, потенційна загроза «rot-rot-grün», а також «Brexit», що постав як «глибокий вододіл для Європи». Усе разом формує широкий політичний контекст її прощальної заяви.

На такому тлі особливо виразно звучать ремінісценції, які забезпечують емоційний контакт із аудиторією. Меркель згадує власний досвід 1989 року, перші кроки в політиці, навіть буденні труднощі з партійними гаслами, що дратували колег „*in den Wahnsinn*“ [4]. Такі особисті штрихи вплітаються у колективну пам'ять ХДС – від нагадувань про великі виборчі перемоги до реформ, які визначали соціальну політику країни. При цьому приватне й суспільне накладаються: Меркель інтегрує тему возз'єднання Німеччини у власну біографію східної німкені, тим самим створюючи відчуття спільного

пройденного шляху.

Емоційну складову врівноважують іронічні та навіть пародійні акценти. Хоча Меркель загалом далека від сатиричного стилю, вона вдається до самоіронії: визнає власну схильність до повільних рішень, грає з образом „typisch Merkel“, дистанціюється від медійних штампів. Контраст між її „knochentrocken“ манерою та рідкісними бойовими гаслами ще виразніше окреслює її унікальний політичний образ. Цілісність промови підтримують класичні риторичні прийоми. Анафори на кшталт „*Wir Christdemokraten...*“ [4] підкреслюють відчуття єдності й спадкоємності, а паралелізми та словесні ігри, як-от „*Konservativ nicht von Konserve*“, надають текстові ритму й роблять його виразнішим. У результаті постає багат шаровий дискурс, у якому цитати, алюзії, спогади та іронія взаємодоповнюють одне одного, працюючи на головну мету – підбиття підсумків політичного шляху Меркель і водночас окреслення спадщини, що вона залишає після себе.

Висновок. Проведений аналіз функціонування інтертекстуальності у німецькомовному політичному дискурсі, зокрема на матеріалі промов Ангели Меркель, показав, наскільки важливими є інтертекстуальні стратегії у сучасній політичній комунікації. Інтертекстуальність тут виступає не просто як прикраса мови чи риторичний прийом, а як складний інструмент, здатний виконувати одразу кілька функцій. Завдяки переплетенню цитат, алюзій, ремінісценцій та іронічних ноток промови набувають глибини, у них поєднуються історичний, культурний і особистий виміри, що формує відчуття цілісності та особливого зв'язку з аудиторією, одночасно підкреслюючи авторитет мовця.

Дослідження показало, що інтертекстуальні включення роблять політичне мовлення більш переконливим і багатогранним. Цитати допомагають не лише підкріплювати ключові меседжі, а й демонструють опору на авторитетні джерела, що підвищує довіру слухачів. Алюзії відкривають можливість інтегрувати культурну та історичну пам'ять у сучасний політичний дискурс, створюючи ефект спільного історичного та культурного простору. Ремінісценції

ж додають персоналізації повідомленню, дозволяючи слухачам відчутти, що їхній досвід співзвучний з досвідом мовця, створюючи відчуття живого спілкування. Іронія та пародійні елементи, у свою чергу, додають промовам ритму, роблять їх більш виразними й людськими, пом'якшуючи офіційний тон та показуючи індивідуальні риси мовця.

Вивчення промов Меркель демонструє, що продумане застосування інтертекстуальних стратегій допомагає створити багаторівневий політичний наратив. Тут поєднуються особистий досвід, суспільно-історичний контекст і міжнародні реалії. Промови здатні впливати не лише на логіку сприйняття, а й на емоції та ціннісні орієнтири аудиторії, що підсилює їхній ефект у формуванні масової свідомості. Це особливо важливо у сучасному медіапросторі, де політичні тексти конкурують за увагу, виконуючи водночас інформаційну, аргументативну та мотиваційну функції.

Результати дослідження демонструють, що інтертекстуальність забезпечує своєрідний діалог між текстами, культурними кодами та історичними подіями. Такий діалог дозволяє політичному мовленню доносити складні ідеї у доступній формі, апелювати до колективної пам'яті та символів, створювати відчуття історичної тяглості й спільності шляху для аудиторії. Інтертекстуальні стратегії сприяють не лише естетичному сприйняттю тексту, а й формують основу для критичного аналізу інформації та розпізнавання маніпуляцій у політичному дискурсі.

Отже, дослідження підтверджує, що інтертекстуальність є ключовим компонентом сучасного політичного мовлення. Вона формує політичні наративи, підсилює авторитет мовця, встановлює емоційний контакт з аудиторією та забезпечує багатопланове сприйняття промови. Вивчення цього явища дозволяє глибше зрозуміти механізми політичної комунікації, роль мови у формуванні масової свідомості та прийоми впливу на слухачів. Крім того, воно відкриває нові перспективи для аналізу політичних дискурсів у глобальному медіапросторі, доводячи, що інтертекстуальні практики є

невід'ємним засобом створення політичних повідомлень, у яких історичний досвід, культурні традиції та актуальні виклики інтегруються у цілісну та зрозумілу аудиторії форму.

Література

1. Біловус Л. І. Теорія інтертекстуальності: становлення понять, тлумачення термінів, систематика: Підручник. Тернопіль : Видавничий центр «Стародубець», 2013. 36-40 с.
2. Босак Н. Ф. Інтертекстуальні включення в сучасному українському політичному дискурсі: види, джерела, функції. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки*. Випуск 50. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2019. С. 15-20.

Список джерел ілюстративного матеріалу

3. Angela Merkel: Rede zum Tag der Deutschen Einheit - Feierlichkeiten in Halle. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=R6rmge8KvJM> (accessed: 20.08.2025)
4. Angela Merkels letzte Rede als CDU-Parteivorsitzende. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4pra6GYN5qM> (accessed: 20.08.2025)
5. Speech by Angela Merkel, Chancellor of Germany (DE). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cDEwenlY9Xo&t=50s> (accessed: 20.08.2025)
6. Kristeva J. The Bounded Text. *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. New York : Columbia University Press, 1980. С. 36-63.

ДИСКУРСИВНІ СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ЕМІЛІ КУПЕР У МІЖКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ

Опанасюк М. О. (м. Харків)

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

Анотація: Опанасюк М. О. Дискурсивні стратегії формування образу Емілі Купер у міжкультурному просторі. У статті здійснено комплексний аналіз дискурсивних стратегій формування образу головної героїні серіалу «Емілі в Парижі» у міжкультурному просторі франко- американських відносин. Також системно проаналізовано три ключові дискурсивні стратегії.

Ключові слова: дискурс, дискурсивна стратегія, Емілі Купер, культурні стереотипи, медіадискурс, міжкультурна комунікація, образ.

Summary: Opanasyuk M.O. Discursive strategies of forming Emily Cooper's image in the intercultural space. The article provides a comprehensive analysis of the discursive strategies of forming the image of the main character of the series "Emily in Paris" in the intercultural space of Franco-American relations. Also, three key discursive strategies have been systematically analyzed.

Key words: cultural stereotypes, discourse, discursive strategy, Emily Cooper, image, intercultural communication, media discourse.

Сучасний медіапростір характеризується інтенсивністю міжкультурних комунікаційних процесів, де телесеріали виконують роль не лише розважального контенту, а й потужного інструменту репрезентації соціальних практик та культурних кодів. У цьому контексті серіал «Емілі в Парижі» став явищем, що викликало значний суспільний резонанс, трансформуючись із розважального продукту у платформу для дискусій щодо культурних стереотипів, американського культурного імперіалізму та ідентичності в умовах глобалізації. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю критичного аналізу дискурсивних механізмів, за допомогою яких конструюється суперечливий образ сучасної американки у європейському контексті, що відображає складність міжкультурного діалогу в сучасному суспільстві [6, с. 45]. Дослідження таких медіаобразів дозволяє зрозуміти, як медіапродукти формують колективні уявлення про «своє» та «чуже», що є особливо важливим в умовах посилення міжкультурних контактів та глобалізаційних процесів.

Мета статті полягає у виокремленні та аналізі основних дискурсивних стратегій формування образу Емілі Купер як носія американської культури у французькому соціумі, з акцентом на вербальні, невербальні та візуальні аспекти її дискурсивної поведінки. Для досягнення поставленої мети визначено наступні завдання:

1. Проаналізувати теоретичні підходи до вивчення дискурсивних стратегій у міжкультурному комунікативному просторі.
2. Виділити основні дискурсивні стратегії формування образу Емілі Купер.
3. Дослідити вербальні, невербальні та візуальні компоненти реалізації цих стратегій.
4. Визначити еволюцію образу головної героїні в процесі міжкультурної взаємодії.

Об'єктом дослідження є образ Емілі Купер у серіалі «Емілі в Парижі», який постає як комплексний медіаконструкт, що поєднує особливості персонажа, його комунікативну поведінку, репрезентацію культурних стереотипів та специфіку взаємодії в міжкультурному середовищі.

Предметом дослідження є дискурсивні стратегії (вербальні, невербальні, візуальні), що формують образ Емілі Купер у міжкультурному просторі.

Наукова новизна роботи полягає у комплексному дискурс-аналізі образу медійного персонажа як продукту міжкультурної комунікації. Вперше систематизовано механізми формування образу Емілі Купер через призму її культурної різниці та ідентичності цифрової ери. Оригінальним є розгляд соціальних мереж (Instagram героїні) як невід'ємної складової її дискурсу, що стирає межі між реальністю та виявом особистості у серіалі. Отримані результати можуть бути використані як модель для аналізу подібних медійних образів у міжкультурному контексті.

Методологічна основа дослідження включає комплекс підходів, що

дозволяють всебічно проаналізувати предмет дослідження. Основним методом є дискурс-аналіз, що дозволяє вивчити, як через мовленнєві практики конструється соціальна реальність [10, с. 159]. Критичний дискурс-аналіз у інтерпретації Н. Ферклафа дає змогу розкрити ідеологічні аспекти мовленнєвих практик. Соціолінгвістичний метод використовується для аналізу взаємозв'язку між мовною поведінкою та соціокультурним контекстом [2, с. 54]. Семіотичний аналіз застосовується для дослідження візуальних та невербальних компонентів дискурсу.

Виклад основного матеріалу. Аналіз серіалу дозволяє виокремити три ключові дискурсивні стратегії, що формують образ Емілі Купер.

1. Стратегія формування культурної відмінності. Ця стратегія є фундаментальною для побудови образу головної героїні та ґрунтується на систематичному вираженні контрастів між американською та французькою комунікативними моделями. Відповідно до теорії І. С. Шевченко та О. І. Морозової, дискурс формується в специфічному соціокультурному контексті, де ідентичність формується шляхом протиставлення та виокремлення відмінностей [6, с. 356]. Образ Емілі Купер виступає як семіотичний конструкт, що візуалізує ці відмінності через сукупність вербальних, невербальних та візуальних маркерів.

Вербальний аспект стратегії проявляється, перш за все, у мовній поведінці героїні як найпотужнішому інструменті ідентифікації та відмежування. Англійська мова Емілі є перманентним маркером її «ідентичності» у франкомовному середовищі. Її початкова неспроможність та небажання долати мовний бар'єр символізують глибшу культурну самодостатність та несвідомий лінгвістичний імперіалізм. Як зазначає Л. В. Солощук, вибір мовного коду є вибором певної світоглядної позиції та ідентичності [7, с. 128]. Мовленню Емілі властива пряmlinійність, ейфорійний ентузіазм та активне використання американського професійного та побутового сленгу («*disruptive strategy*», «*viral moment*», «*Oh my God!*»), що різко контрастує з іронічною, орієнтованою на

контекст та опосередкованою комунікативною моделлю, притаманною французьким колегам. Наприклад, її декларативна фраза на першій робочій зустрічі: *"I'm here to give you an American perspective"*, що безпосередньо і недвозначно окреслює її роль як культурного аутсайдера, який, однак, претендує на позицію інсайдера-новатора [10].

Невербальні та візуальні аспекти комунікативної стратегії реалізуються через цілісний візуальний образ героїні, який функціонує як потужна невербальна метафора культурної різниці. Яскравий, іноді навмисно ексцентричний стиль одягу Емілі (строкаті кольори, банти, капелюшки, насичені візерунки) візуально протиставляється французькому шику, заснованому на принципах стриманого мінімалізму, нейтральній палітрі та акценті на якість.

Цей візуальний дисонанс є наочним втіленням теорії Е. Голла про культури, що розрізняються за рівнем сприйняття контексту.



Рис. 1 Емілі стоїть у яскравому, строкатому одязі.

Енергійна, трохи нав'язлива посмішка, відкрита жестикуляція та загальна експресивність Емілі також різко контрастують із стриманою мімікою, закритими позами та виваженими рухами її французьких колег. Так, у сцені знайомства з колегами агентства «Savoir» її напружена, орієнтована на контакт поза та широка усмішка зустрічаються холодними, проникливими поглядами та мінімалістичними невербальними реакціями, що миттєво встановлює

комунікативну дистанцію [11, Сезон 1, серія 1].



Рис. 2 Емілі активно жестикулює і показує щиру посмішку під час розмови.

Отже, стратегія конструювання культурної різниці через сукупність дискурсивних практик перетворює Емілі Купер на антропоморфний символ зіткнення двох комунікативних парадигм.

2. Стратегія впровадження культурної гегемонії. Ця стратегія відображає несвідому спробу Емілі нав'язувати американські бізнес-моделі та цінності як універсальні і більш ефективні. Відповідно до концепції Н. Феркклафа, медіадискурс часто виконує функцію соціального контролю та відтворення ідеологічних установок. Емілі виступає як агент такого впливу, а її професійна діяльність стає полем для реалізації культурної гегемонії [2, с. 54].

Дискурс «покращення» є центральним елементом цієї стратегії. Емілі впевнена, що її інноваційні, орієнтовані на цифрові технології підходи можуть

«покращити» традиційний французький маркетинг. Вона постійно використовує дієслова обов'язку та радикальних змін *«we have to»*, *«we need to»*, *«let's revolutionize»*, що свідчить про її переконаність у перевазі власних методів. Наприклад, під час обговорення рекламної кампанії для парфумів вона наполягає: *"We have to think bigger! This campaign needs to be more aspirational. Let's leverage the heritage but make it fresh"* [11, Сезон 1, серія 2]. Подібні висловлювання демонструють її прагнення не просто адаптуватися, а активно трансформувати наявні практики.

Мовний імперіалізм проявляється у активному використанні Емілі англомовної професійної термінології без перекладу чи пояснення. Терміни на кшталт «*engagement*», «*reach*», «*viral content*» стають своєрідними маркерами її професійної компетентності, але одночасно створюють комунікативний бар'єр. Це підтверджує думку Т. ван Дейка про те, що мова є інструментом влади, а володіння спеціалізованим дискурсом надає комунікативну перевагу [10, с. 165].

3. Стратегія самопрезентації як продукту глобалізації. Ця стратегія показує, як Емілі використовує інструменти глобалізації, зокрема соціальні мережі, для конструювання власного іміджу. Відповідно до поглядів Л. В. Солощук на дискурсивну особистість, така особистість здатна функціонувати в різних семіотичних системах (вербальній, візуальній, цифровій) та адаптувати їх для самопрезентації [7, с. 125].

Дискурс соціальних мереж стає невід'ємною частиною ідентичності Емілі. Її профіль @emilyinparis є не просто хобі, а активним дискурсивним інструментом, за допомогою якого вона трансформує реальний культурний досвід у керований цифровий контент. Хештег #EmilyInParis перетворюється на персональний бренд, який створює ідеалізовану, гламурну версію життя у Парижі, що часто суперечить її реальним щоденним труднощам. Наприклад, вона коментує: *"This is so instagrammable. Hashtag: morning in Paris, hashtag: croissant dreams"* [11, Сезон 1, серія 1]. Ця вербальна практика свідчить про те, що соціальні мережі стали для неї основним фільтром сприйняття реальності.

Поєднання ідентичності є наслідком попередніх стратегій і простежується в еволюції образу Емілі протягом серіалу. Від початкової конфронтації вона поступово переходить до часткового засвоєння французьких культурних кодів, не втрачаючи при цьому своєї американської основи. Вона починає краще розуміти французьку іронію, вчать доречно використовувати невербальні сигнали, а її візуальний стиль стає більш витонченим, хоча й зберігає елементи яскравості. Цей процес ілюструє теорію М. Беннета про розвиток

міжкультурної чутливості, коли особистість долає етноцентризм і набуває здатність інтегрувати елементи інших культур [1, с. 85].

Висновок: проведений аналіз дозволив виявити три ключові дискурсивні стратегії формування образу Емілі Купер: конструювання культурної відмінності, впровадження культурної гегемонії та самопрезентації як продукту глобалізації. Ці стратегії реалізуються на рівні вербального (прямота мови, професійний жаргон), невербального (енергійна жестикуляція) та візуального (ексцентричний стиль) дискурсу. Серіал, через ці стратегії, не стільки пропонує модель успішної міжкультурної інтеграції, скільки демонструє нездоланність культурних відмінностей та їхню комерціалізацію в епоху соціальних мереж. Образ Емілі виконує функцію «дослідниці» сучасних франко-американських відносин, висвітлюючи такі проблеми, як культурний снобізм, імперіалізм та криза автентичності.

Перспективи розвитку порушеної у цій роботі проблематики вбачаємо у порівняльному аналізі образу Емілі Купер з іншими медійними персонажами, а також у дослідженні рецепції цього образу українською аудиторією в умовах євроінтеграційних процесів.

Література

1. Ковалинська І. В. Невербальна комунікація: соціально-психологічний аналіз. Київ, 2014. 289 с.
2. Морозова О. І. Дискурс-аналіз у сучасній лінгвістичній парадигмі. Вісник Харківського національного університету. Серія: Філологія. Харків, 2018. № 45. С. 89—94.
3. Солощук Л. В. Дискурсивна особистість у сучасній комунікативній парадигмі. Наукові записки. Серія: Філологічні науки. Київ, 2010. С. 125—130.
4. Шевченко І. С. Медіалінгвістика: теоретичні засади та напрями розвитку. Харків, 2013. 312 с.
5. Bennett M. J. Basic concepts of intercultural communication: Selected readings. Yarmouth, 1998. 280 p.
6. Fairclough N. Language and Power. London, 1989. 259 p.
7. Gudykunst W. B., Kim Y. Y. Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication. Boston, 2003. 98 p.
8. Hall E. T. Beyond Culture. New York, 1976. 298 p.
- 9.

O'Keeffe A. Media and Discourse Analysis. London, 2011. 240 p. 10. Van Dijk T. A. Discourse and Power. Houndmills, 2008. 308 p. 11. Emily in Paris. Created by Darren Star. USA: Netflix, 2020—2024. URL: <https://www.netflix.com/title/81037371> (Last accessed: 25.10.2024).

УДК 811.161.1+811.111]'42:165.194

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ ДУША/SOUL В МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ УКРАЇНЦІВ ТА АНГЛІЙЦІВ

Павленко А. В. (Харків)

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

Анотація: Павленко А. В. Вербалізація концепту ДУША/SOUL в мовній картині світу українців та англійців. У статті досліджена понятійно-ціннісна та образна складові концепту ДУША в англійській та українській мовних картинах світу та проведено їх порівняльний аналіз. Результати дослідження поглиблюють розуміння культурних смислів, закладених у вербалізації концепту духовної сфери.

Ключові слова: душа, картина світу, концепт, контрастивний аналіз, лінгвокультурологія, понятійно-ціннісна та образна складові.

Summary: Pavlenko A. V. Verbalization of the Concept of SOUL in Ukrainian and English World Construal. The article explores the notional, value and figurative components of the SOUL concept in English and Ukrainian construal of the world and carries out their comprehensive analysis. The results of the investigation provide insight into the cultural meanings embedded in the verbalization of the concept of the spiritual sphere.

Key words: concept, construal of the world, contrastive analysis, linguoculturology, notional, value and figurative components, soul.

Кожна культура має свою історію, вона будується з поглядів людей на світ, їх відношенням до життя, вмінням впоратися з викликами долі. Свій досвід люди вкладають в образотворче мистецтво, музику, літературу та мову. Мова є досить важливим складником, адже мова виступає способом комунікації.

Часом, одного значення слова недостатньо для повного розуміння співрозмовника, важливо знати культурні особливості, ідіоми, паремії та можливі переносні значення. Задача ускладнюється, коли співрозмовником виступає носій іншої мови. Глибоке вивчення концепту виступає вирішенням зазначеної проблеми. Проводиться ретельний аналіз поняття концепту в наукових роботах М. П. Бобро, А. П. Мартинюк, В. О. Турченко, А. М. Приходько, Н. Ф. Венжинович [5; 2; 3; 4; 1]. Дослідження символічних, образних, емоційних та культурних компонентів слова допомагає подивитися на перший погляд звичне слово під іншим кутом та зрозуміти його суб'єктивність.

Концепт ДУША/SOUL має багату етимологію в українській та англійській мовах. У побуті та літературі зустрічається велика кількість виразів, фразеологізмів і прислів'їв, що робить слово значимим. Проте потребує з'ясування та уточнення наскільки враховується динамічний розвиток мови та яку роль відіграє вплив лінгвокультури, сприйняття та розуміння одного і того ж концепту в мовних картинах світу. Зазначені питання будують підґрунтя для теоретичних та практичних завдань у цій роботі.

Актуальністю роботи є різносторонність, багатство та динамічний розвиток української та англійської мов, в яких концепт ДУША/SOUL грає одну із провідних ролей. Новизна дослідження полягає у контрастивному порівнянні складових концепту ДУША/SOUL з урахуванням сталого розвитку мови.

Об'єктом є концепт ДУША/SOUL в українській та англійській мовних картинах світу.

Предметом дослідження виступають засоби вербалізація концепту ДУША/SOUL через призму понятійної, образної та ціннісної складових серед україно- і англомовного населення.

Метою роботи постає детальне вивчення концептів ДУША/SOUL в лінгвокультурології та проведення їх порівняльного аналізу в українській та англійській мовах.

Розглянемо понятійну складову концепту ДУША/SOUL в українській та англійській мовних картинах світу. За емологічним словником, ДУША в українській мові походить від праслов'янського (VI-VII ст.) *duša*, що споріднене з литовським *dvasià* «дух, дихання». Розвиток значення близький до латинського *anima* «вітер, подих» та грецького *ψύχω* «видихаю, дму». Можна також знайти спільну риси з болгарським (*душа́*), польським (*duśa*), чеським (*duše*), словацьким (*duša*) та словенським (*dúša*) поняттями [9].

В англійській мові лексема SOUL бере початок з давньоанглійського періоду (до 1150 року). *Sawol* (soul) позначало емоційний стан людини, її духовну частину, без якої людина не змогла б існувати. Сучасне поняття SOUL переплітається з старофризьким *sēle*, *sēl* «душа, спасіння, клятва с ризиком загибелі» (західнофризьке *siel*, *siele*), давньонідерландським *sēla*, *siela* «душа» (середньонідерландське *siele*, *ziele*, *siel*, нідерландське *ziel*, у ранньомодерній нідерландській – «особа»), давньосаксонським *sēola seola*, *siala*, *sēla* «душа, життя». Оскільки ранні германські народи вірили, що дух походить з води та після смерті повертається до неї – існує версія, що поняття може мати схоже похідне утворення від германської основи, що й слово *sea* [17].

Починаючи з Античності, ДУША/SOUL розглядається як безсмертне явище, яке може перероджуватись. Людина не може існувати без ДУШІ, що спостерігається у роботі Аристотеля «Про душу»: «Якби очей був живою істотою, то душею його було б зір, – далі філософ зазначає, – з втратою зору око вже не око, хіба тільки по імені, так само як око з каменю або намальований очей» [6].

В Середньовіччі ДУША відповідає моральним якостям людини. Нестор Літописець у «Повісті минулих літ» зазначав: «Праведних же души не вмирають», що вказує на відповідальність за чистоту совісті людини після смерті. Окрім цього, в язичництві, що існувало пліч о пліч з релігією, ДУША – це сутність людини, її життя [12]. Серед англomовного населення ДУША/SOUL

виступає як суто релігійне явище. Задля її спасіння тіло має страждати. У протестантській та католицькій традиції концепт ДУША/SOUL пов'язана із поняттями *salvation* (порятунок), *sin* (гріх), *redemption* (викуплення). Однак, з настанням Просвітництва вимоги для спасіння пом'якшуються. Більш того йде розмежування значень *mind* і *soul*, а також входять до вжитку *consciousness* та *self*.

В українській мовній картині світу концепт ДУША стає більш гуманістичним у період Відродження. Він зберігає попередні значення, проте скоєння гріху частково виправдовується. «...*бійтеся більше того, хто може й душу, й тіло вам занепастити в геєні*», – пише І. Вишевський у «Посланні» [8]. В Новий час та період Романтизму ДУША ототожнюються із свободою як особистості, так і цілого народу. Наприклад, Т.Г. Шевченко писав: «...*Не вмирає душа наша, / Не вмирає воля...*» [14].

В британській літературі XVIII–XIX ст. завдяки концепту ДУША/SOUL виражають переживання та істину суть людини. Прикладом слугує роман О. Уайльда «Портрет Доріана Грея»: «*I am afraid that I have shown in it the secret of my own soul*» [21].

В Україні активно використовувати слово ДУША для вираження внутрішнього конфлікту починають з XX ст. «*Була в мене колись поранкова душа*, – зазначає у творі «Поети» О.Ю. Кобилянська та пояснює, – *се значить стільки, що щастя, сонячне проміння, весна...*». Під впливом радянської ідеології, релігійне значення ДУШІ спрощується. Поняття виступає суто у ролі психологічного стану людини [10]. В цей період в англійській культурології ДУША/SOUL зберігає теологічний підтекст, проте частіше використовується для вираження емоцій: «...*disappointment in his face now, and certainly in his soul...*» [15, с.170]. Робиться акцент на *self-awareness*, *self-growth*, *mindfulness*.

В наш час концепт ДУША/SOUL охоплює колективну самосвідомість, пам'ять, традиції, свободу, мову та творчість народу. Все це простежується в тлумачних словниках [16; 18; 20].

Спільними значеннями слова в мовних картинах світу виступають наступні поняття:

1. Духовна складова людини, подарована силами вище (Богом). Її неможливо виявити фізично, також, вона продовжує існувати після смерті: *«God rest their soul/віддати Богові душу»*.

2. Людина, як живий об'єкт: *«not a soul/жодної живої душі»*.

3. Центральна фігура чого-небудь: *«life and soul of the party/душа компанії»*.

4. Вираження моральних якостей та цінностей: *«evil soul/людина з чорною душею»*.

Відрізняються способи вербалізації концепту в подальших поясненнях:

1. Психоемоційний стан людини в англійській: *«a happy soul»* та вираження настрою, переживання болю чи радощів в українській: *«душа радіє»*.

2. В англійській лінгвокультурології робиться акцент на сутність людини та її головну чесноту *«the soul of discretion»*, а в українській – на визначення спільноти та її національної ідентичності *«душа українського народу»*.

3. ДУША/SOUL як жанр музики в американській культурі та як заглибина в шиї в українській.

4. Оцінка глибини почуттів, щирості, або якості роботи *«For me her paintings somehow lack soul»* в мовній картині світу англійців.

Спираючись на дослідження етимології поняття ДУША/SOUL та порівняльного аналізу його значень, виокремимо наступні референти. В англomовних країнах це: *spirit, mental self, person, inner self, quality in a high degree, emotional center, nobody, music*.

В Україні слово ДУША позначають як безсмертну сутність, дух, символ самої людини, внутрішній світ особистості, а також, почуття, заглибина в

ишії, спосіб позначення невизначеної кількості людей та сутнісна характеристика явища чи об'єкта.

У цілому спостерігається по чотири лексико-семантичні групи концепту ДУША/SOUL у кожній з розглянутих мов. Дві з них спільні, а саме:

1. Внутрішній світ людини (*серце/heart, свідомість/consciousness, самопочуття/well-being, характер/personality traits, психіка/mental system, емоційний стан/emotional state*).

2. Нематеріальна сутність у релігійному вимірі (*дух/spirit, совість/conscience, безсмертя/immortality, віра/faith, привид/ghost*).

В англійській мові варто виділити концепт ДУША/SOUL як особистість (*the old/poor/wise soul*) та соціально-ціннісний вимір (*soul brother, soulmate, the soul of something*).

В українській – душевний стан, настрій (*радісна/засмучена/втомлена/молода душа*) і кількість людей (*країна, народ, натовп, військо, прихожани*).

Ціннісна складова визначає частоту вживання слова та його актуальність. Оскільки мова є динамічною, постійно змінюється та набуває нових понять, важливо визначити роль концепту ДУША/SOUL в сучасній мовній картині світу.

Для дослідження уживаності поняття ДУША в українській мові було узято три електронних джерела [7; 11; 13]. З них було нараховано 48 висловів, 25 прислів'їв та 271 фразеологізм. Загалом, за способом вербалізації їх можна поділити на 5 категорій.

1. В релігійному контексті: «*молитися душею*», «*віддати душу Богу*», «*пішла душа по руках, тай чорту досталась*», «*бісова/чиста/загублена душа*», «*продати душу*», «*честь Богу і хвала, що грішна душа напхалась*».

2. Задля вираження колективного духу, етнічної ідентичності та незалежності: «*душею з народом*», «*українська душа*», «*душа душу чує, а серце*

серцю вість подає», «як одна душа», «українська мова – це наш дух, наша душа, наша пісня», «великі душі мають силу волі, а слабодухи гинуть в неволі».

3. При акценті на щирість і відвертість, інколи балакучість людини: *«відкрити душу», «відверта душа», «що в душі, те і на язиці», «від душі», «щирість – це лице душі».*

4. Характеристика людини, її моральних якостей та суті: *«душа не камінь – не зачерствіє», «велика/чиста/шляхетна/лиха/темна душа», «без душі», «душа не лежить», «копійки щербатої немає за душею», «у малім тілі може бути велика душа».*

5. Висловлення емоційного та психічного стану: *«душа в п'яти», «на душі шкребе», «полегло на душі», «моя душа часнику не їла, та й смердіти не буде», «у чужу душу не влізеш».*

При розгляді уживаності мовних засобів в лінгвокультурі англійців було виявлено 119 ідіом та 43 прислів'я у трьох електронних джерелах [16; 18; 19]. В порівнянні з українською мовою, рівень вживаності слова ДУША/SOUL в літературі та побуті рідший. Тим не менш, вислови можна класифікувати на наступні 3 групи:

1. Духовна безсмертна складова людини: *«keep body and soul together», «confession is good for the soul», «sell your soul», «the devil catches most souls in a golden net», «let those pater nosters be for your own soul», «hope is the dream of a soul awake».*

2. Оцінка стану, відносин та життєвих подій: *«discipline is the soul of the army», «cannot call one's soul one's own», «soul-searching», «punctuality is the soul of business», «don't tell a soul», «my life and soul at your service, but not the pack-saddle», «true friendship is like one soul living in two bodies».*

3. Емоції та настрої: *«gripe one's soul», «my soul is tired», «the iron entered into someone's soul», «a good smile shows how happy the soul is», «his soul cried out».*

Завдяки образній складовій люди передають досвід, емоції, ставлення та прихований сенс. Концепт ДУША у мовній картині світу українців часто набуває метафоричного та експресивного наповнення. Асоціюється вона зі світлом, іскрою і теплом. З давніх часів ДУШУ порівнюють з життям, енергією та безсмертям. Її символом виступає птах, білий голуб, інколи – метелик. В язичництві ДУША уособлює дерево життя, яке підкреслює безсмертність поняття. В літературі ДУША постає як квітка, народ, спів та любов. Чисту ДУШУ символізує ягня, або кристально-чисте джерело. Щира людина – відкриває двері душі. Часто дефініцію персоніфікують. ДУША може вилетіти, зрадіти, захворіти чи заблукати. В неї можна заглянути як в дзеркало.

Окрім того, варто додати, що концепт ДУША взаємозамінний зі словами серце, внутрішній світ, або якась певна ознака людини чи її настрій. Головними корелятами слова є: *безсмертя, життя, совість, іскра, дух, весна, любов, тепло, світло, дзеркало, птах*.

Образна складова концепту SOUL в англійській мові уособлює особистість. Поняття символізує характер, моральні якості, шлях до себе, подолання травм та внутрішнє оновлення. Зображують ДУШУ вогнем та згустком світла. Також, поняття характеризує музику та емоційну глибину. Це цінність, яку можна віддати, зберегти, або врятувати. Так як в культурі англійців існує версія, що ДУША/SOUL може залишитись на землі, в літературі існують образи мандруючих або проклятих душ – привидів.

Сьогодні поняття ДУША/SOUL часто замінюється на особистість, серце, свідомість, ідентичність. До корелятивів концепту належать: *heart, nature, ghost, music, light, fire, essence, identity, core, personality, humanity, conscience, mind, moral and emotional state*.

Висновки. Проведене дослідження показало, що ціннісна та образна складові тісно пов'язані з семантичним розвитком та етимологією концепту ДУША/SOUL. Було виявлено його різницю вжитку в побуті, традиціях, релігії та літературі англійців та українців. Перспективним напрямом є дослідження

концепту ДУША в німецькій лінгвокультурі та порівняння способів його вербалізації в українській та англійській мовах. Також, в подальшому планується вивчення динаміки розвитку концепту в діяхронії.

Література

1. Венжинович Н. Ф. Лінгвокультурологічний аспект мовознавчих досліджень : навчально-методичний посібник до спецкурсу для студентів філологічного факультету. Ужгород: ФОП Сабов А. М., 2021. 292 с. URL: [Посібник](#) (дата звернення: 01.11.2025). 2. Мартинюк А. П. Лігвістична концептологія: методологічні платформи, методики аналізу, перспективи розвитку. URL: [Лігвістична концептологія](#) (дата звернення: 01.11.2025). 3. Приходько А. М. Когнітивно-дискурсивні параметри (лінгво)концепту. Наукові записки. Випуск 187. Серія: Філологічні науки. Кропивницький: Видавництво «КОД», 2020. С. 421 – 426. URL: [Випуск 187](#) (дата звернення: 01.11.2025). 4. Турченко В. О. Когнітивно – комунікативні характеристики концепту скромність в англomовному дискурсі XVI – XXI століть. URL: [Концепт](#) (дата звернення: 22.07.2025). 5. Bobro M. P. The Concept "Life" in the Ukrainian National Linguistic Worldview. *Transcarpathian Philological Studies*, 2020. URL: [Concept](#) (дата звернення: 01.11.2025).

Список джерел ілюстративного матеріалу

6. Аристотель. Про душу // Твори: в 4 т. Т. 1. М.: Думка, 1976. С. 394-396. URL: [Про душу](#) (дата звернення: 04.11.2025). 7. Великий тлумачний словник сучасної мови. URL: [Словник](#) (дата звернення: 07.11.2025). 8. Вишенський І. Послання. URL: [Послання](#) (дата звернення: 09.11.2025). 9. Етимологічний словник. Душа. URL: [Словник](#) (дата звернення: 04.11.2025). 10. Кобилянська О. Ю. Поети. Бібліотека української літератури. URL: [Поети](#) (дата звернення: 06.11.2025). 11. Мудрість Народна. Українські прислів'я та приказки. URL: [Мудрість Народна](#) (дата звернення: 07.11.2025). 12. Нестор Літописець. Повість минулих літ. Бібліотека української літератури. URL: [Повість минулих літ](#) (дата звернення: 05.11.2025). 13. Приповідки або українсько-народня філософія. Душа. URL:

[Душа](#) (дата звернення: 07.11.2025). 14. Шевченко Т. Г. Кавказ. Зібрання творів: У 6 т. — К., 2003. — Т. 1: Поезія 1837-1847. — С. 343-347; С. 734-736. [E-resource]. URL: [Зібрання творів](#) (дата звернення: 05.11.2025). 15. Kerouac J. The Dharma bums. [E-resource]. URL: [Book](#) (дата звернення: 06.11.2025). 16. Cambridge Dictionary. Soul. English meaning. [E-resource]. URL: [Cambridge Dictionary](#) (дата звернення: 02.10.2025). 17. Etymonline. URL: [Dictionary](#) (дата звернення: 04.11.2025). 18. Oxford learner's dictionary. URL: [Oxford learner's dictionary](#) (дата звернення: 04.11.2025). 19. Special Dictionary. Proverbs about Soul. 15 p. URL: [Proverbs](#) (дата звернення: 09.11.2025). 20. The Free Dictionary by Farlex. Soul in phrases and idioms by The Free Dictionary. URL: [Dictionary](#) (дата звернення: 09.11.2025). 21. Wilde O. The Picture of Dorian Gray. URL: [Book](#) (дата звернення: 05.11.2025).

УДК 811.111'37:659.1:668.5

ВЕРБАЛЬНА РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ПРОСТОРІВ *ТЕКСТУРА* ТА *СМАК* В АНГЛОМОВНІЙ РЕКЛАМІ ПАРФУМІВ

Ромашек М. Ю. (Харків)

Науковий керівник: докт. філол. наук, проф. Бондаренко Є. В.

Анотація: Ромашек М. Ю. **Вербальна реалізація концептуальних просторів *ТЕКСТУРА* та *СМАК* в англomовній рекламі парфумів.** Метою статті є аналіз когнітивних механізмів вербалізації домену *ЗАПАХ*, що спирається на синестетичне перенесення. На матеріалі 50 англomовних рекламних текстів, із застосуванням методів дискурсивного, дефінітивного, компонентного аналізу, лексико-семантичного моделювання та аналізу синестезії, досліджено роль просторів *ТЕКСТУРА* і *СМАК* як домінантних доменів-джерел. Висновки доводять, що ефективність реклами досягається через системний перетин цих просторів, що трансформує абстрактний запах у конкретний гедоністичний образ.

Ключові слова: англomовна реклама, домен-джерело, домен-ціль, домен *ЗАПАХ*, концептуальний простір, парфумерний дискурс, синестетична метафора, *СМАК*, *ТЕКСТУРА*.

Summary: Romashek M. Y. Verbal Realization of the Conceptual Spaces *TEXTURE* and *TASTE* in English-Language Perfume Advertising. The article's aim is to analyze the cognitive mechanisms of the *SMELL* domain's verbalization, based on synesthetic transfer. On the material of 50 English-language advertisement texts, using methods of discourse, definitive, component analysis, lexico-semantic modeling, and synesthesia analysis, the role of *TEXTURE* and *TASTE* spaces as dominant source domains is investigated. The conclusions prove that advertising effectiveness is achieved through the systematic overlap of these domains, which transforms an abstract scent into a concrete hedonistic image.

Key words: conceptual space, domain *SMELL*, English-language advertising, perfumery discourse, source domain, synaesthetic metaphor, target domain, *TASTE*, *TEXTURE*.

Постановка проблеми. Реклама парфумерії має фундаментальну складність: вербалізація домену *ЗАПАХ*, який, як відомо, має «вражаючу бідність» власної термінології [6]. Такий когнітивний дефіцит компенсується через залучення синестетичних метафор з інших сенсорних модальностей [8]. Відтак, виникає наукова потреба у вивченні та класифікації цих лінгвокогнітивних механізмів. У практичному аспекті, осягнення цих стратегій є важливим для оцінки прагматичної ефективності реклами, успіх якої ґрунтується на вмінні сформувати привабливий гедоністичний образ.

Ця робота є актуальною, оскільки, по-перше, медіа мають значний вплив на світосприйняття споживачів, і, по-друге, когнітивна лінгвістика надає інструменти для дослідження цього впливу. Мета статті – здійснити аналіз мовної реалізації та будови концептуальних просторів *ТЕКСТУРА* та *СМАК*, що виступають основними доменами-джерелами для вербалізації домену-цілі *ЗАПАХ* в англomовній рекламі парфумів. Завдання дослідження: визначити значення синестезії для опису домену *ЗАПАХ*; ідентифікувати та класифікувати лексику, що наповнює простори *ТЕКСТУРА* та *СМАК*; вивчити, як ці простори корелюють при формуванні гедоністичного образу.

Об'єктом дослідження є мовні засоби, що реалізують домен *ЗАПАХ* у рекламних текстах парфумерії. Предметом дослідження стала будова та роль концептуальних просторів *ТЕКСТУРА* та *СМАК* під час опису ольфакторного досвіду.

Новизна визначається використанням інтегрованої когнітивно-дискурсивної методології (зокрема, дискурсивного аналізу, дефінітивного та компонентного аналізу, методу лексико-семантичного польового моделювання, аналізу концептуальної метафори та синестезії), а також детальним системним аналізом того, як синестезія з доменів *ТЕКСТУРА* та *СМАК* стає центральним інструментом для побудови рекламного образу аромату. Під синестезією у цій роботі розуміється мовне перенесення ознак з однієї сенсорної модальності на іншу [8].

Теоретичною основою дослідження стали праці, що розглядають рекламний дискурс як специфічний прагматично орієнтований феномен [1]. Аналіз вербалізації ґрунтується на когнітивній лінгвістиці, зокрема на теорії концептуальної метафори, що пояснює сприйняття абстрактного домену-цілі через конкретний домен-джерело [4; 5]. Центральна проблема полягає у «вражаючій бідності» ольфакторної лексики [6]. Цей лексичний дефіцит системно долається через синестетичні («змішані») метафори [7]. Незважаючи на загальне визнання ролі синестезії, бракує детального аналізу доміантних доменів-джерел, що й визначає невирішену частину проблеми. Залишається відкритим питання, як саме лексичні поля концептуальних просторів *ТЕКСТУРА* та *СМАК* (їх ядро та периферія) організовані в рекламному дискурсі та як вони взаємодіють для створення гедоністичного образу, що і є фокусом цієї статті.

Виклад основного матеріалу. Матеріалом для аналізу слугують англomовні рекламні тексти парфумів, що охоплюють різні бренди та цінові сегменти. Попередній аналіз показав, що простори *ТЕКСТУРА* та *СМАК* мають доміантну частотність і лексичне багатство для вербалізації тілесного досвіду, переважаючи інші сенсорні домени.

У парфумерному дискурсі простір *ТЕКСТУРА* є одним із ключових асоціативних інструментів, що моделює очікуваний сенсорний досвід. Його головна прагматична функція – сенсорна компенсація: реципієнту пропонується

відчути аромат через уявний дотик. Додатково він виконує функцію створення емоційного тла (комфорт, ніжність) та іміджеву функцію (розкіш, витонченість), що є ключовими завданнями рекламного дискурсу, який завжди є цілеспрямованим комунікативним актом [2].

Це лексико-семантичне поле демонструє чітку організацію з ядром та периферією. До ядра номінативного поля *ТЕКСТУРА* належать лексеми, що апелюють до прямого тактильного сприйняття. Перша семантична підгрупа – тактильна гладкість і м'якість – представлена такими лексемами, як *velvety* (оксамитовий), *soft* (м'який)/*softness* (м'якість), *smooth* (гладкий) та *powdery* (пудровий). Рекламні тексти використовують ці слова для конструювання образу ніжності й розкоші: «...*velvety amber*» [16], «...*soft elegance of Rose*» [10] або «...*smooth touch of bourbon vanilla*» [13]. Аналіз дефініцій лексеми *velvety* показує, що вона, крім тактильних сем [+soft] і [+smooth], містить прагматично значущі семи [+luxurious] та [+expensive], які переносять характеристики дорогої тканини на аромат.

Друга підгрупа ядерних лексем вербалізує консистенцію та щільність: *creamy* (кремовий), *rich* (насичений, щільний), *deep* (глибокий), *layered* (багатошаровий). Наприклад: «*A rich blend...*» [17] або «...*is layered over a vanilla perfume base*» [21]. Виокремлюється також група специфічних текстур, зокрема *crisp* (хрусткий, свіжий), що застосовується для передачі відчуття бадьорої свіжості: «...*crisp Green Apple*» [14].

Периферійна частина поля *ТЕКСТУРА* складається з концептуальних зон, які активують тактильні уявлення через синестезію (перенос) з інших сенсорних модальностей. Такий механізм перенесення ознак між сенсорними модальностями є класичним випадком синестетичної метафори, або лінгвістичної синестезії [7; 8]. Найпоширенішою є зона температурних відчуттів (*ТЕПЛО*), де переважають лексеми *warm* (теплий) та *sun-kissed* (поцілований сонцем). Вони формують асоціацію фізичного тепла, затишку та огортання. Приклади включають «...*warmed with notes of iris*» [20] та «...*inspired*

by sun-kissed skin» [24]. Інша периферійна зона – це візуальні характеристики, або «текстура світла» (*luminous, bright, sparkling*), що відповідає за перенос «ЗАПАХ->ЗІР» і надає аромату відчуття невагомості: «...*luminous blend of gardenia and jasmine*» [23]. Третя зона – кінестетичні відчуття (ДОТИК/ПУХ), де аромат описується як суб'єкт, що активно контактує зі шкірою: «...*caresses the skin*» [22] або «...*a new second-skin effect fragrance*» [19].

Другим важливим концептуальним простором, що системно активується, є СМАК. Когнітивний зв'язок між ним та доменом ЗАПАХ є надзвичайно тісним через їх фізіологічну спорідненість. Прагматична роль цього простору полягає у формуванні гедоністичного образу, апелюючи до насолоди, комфорту та сенсорного задоволення. Центральною одиницею в ядрі є гіперонім *gourmand* (гурманський), що об'єднує всі категорії під загальним поняттям «їстівного аромату». У корпусі це втілено через пряму категоризацію: «*Eilish is a captivating Amber Gourmand*» [15]. Ядро номінативного поля СМАК складається з лексем, що репрезентують базові смакові відчуття. Найбільша підгрупа – солодкий смак, що представлена лексемами *sweet* (солодкий)/*sweetness* (солодкість), *sugared* (зацукрений), *toffee, caramel, honeyed* (медовий). Наприклад: «...*sugared petals*» [15], «...*waves of sweet and tart*» [26]. Друга підгрупа – кислий/фруктовий смак: *fruity* (фруктовий), *juicy* (соковитий), *tart* (терпкий), *mouthwatering* (від якого тече слина), наприклад, «...*forbidden juicy pear*» [9]. Третя підгрупа – гіркий/пряний смак: *bitter* (гіркий), *spicy* (пряний), *coffee, cocoa*, як у «...*adrenaline-rich coffee*» [27]. Навіть солоний смак (*salted*) знаходить відображення: «...*a hint of salted caramel*» [25].

Периферійна зона номінативного поля СМАК включає лексеми, що вербалізують емоційну та афективну відповідь на смак. До першої групи входять оцінні лексеми: *deliciously* (смачно), *luscious* (розкішний, солодкий), *indulgence* (насолода). Наприклад: «*Luscious and full-bodied...*» [26]. Окремою прагматичною стратегією є функція інтенсифікації та створення залежності. Лексеми *addictive* (той, що викликає залежність) та *intoxicating* (п'яний)

застосовуються для опису аромату як непереборної спокуси. Приклади: «*This addictive scent...*» [9] та «*...an addictive blend of citrus*» [11]. Ця стратегія підсилює прагматичний заклик, переміщуючи його у сферу неконтрольованого потягу, що вказує на маніпулятивну природу рекламного дискурсу [3].

Ключовим науковим результатом є те, що лексеми, які вербалізують *ТЕКСТУРУ* та *СМАК* у рекламі не є ізольованими. Вони функціонують у постійній взаємодії, формуючи єдиний, цілісний сенсорний образ. Рекламний дискурс свідомо обирає лексичні одиниці, що перебувають на межі цих просторів, для одночасної активації тактильних та густаторних (смакових) сем.

Яскравим прикладом такої лексеми є *creamy* (кремовий). Вона належить до ядра *ТЕКСТУРИ* (семи [+tactile], [+smooth]), але водночас є важливою частиною смакового простору (сема [+gourmand]). Опис *creamy* миттєво викликає уявлення про густу, оксамитову субстанцію (*ТЕКСТУРА*) та про солодкий, десертний смак (*СМАК*). У текстах ця лексема системно поєднує обидва відчуття: «*creamy vanilla*» [15], «*...creamy tonka bean*» [12].

Ще однією вагомою лексемою є *rich* (багатий, насичений). У просторі *ТЕКСТУРА* вона вказує на щільність і глибину, як у прикладі «*A rich blend...*» [17], а в просторі *СМАК* – на інтенсивність і повноту смаку (*gourmand richness*). Схожу подвійну роль має лексема *juicy* (соковитий). Хоча вона є ядерною для простору *СМАК* ([+gustatory]), як в описі «*...forbidden juicy pear*» [9], вона також є тактильною, оскільки містить семи [+liquid] (рідкий) та [+texture moist] (вологий). Цей перетин також очевидний у прикладі, де *juicy ... tones of Pear* [18] вживається поруч із текстурною лексемою *crisp*. Таке стратегічне використання синестетичних метафор, що апелюють до тілесного досвіду, є центральним для когнітивних механізмів переконання [5].

Висновки. Синтез результатів аналізу дозволив змодельовати структуру домену *ЗАПАХ*. Було визначено, що цей домен формується через синестетичну інтеграцію доменів *ТЕКСТУРА* та *СМАК*. Ця інтеграція підтверджується наявністю лексем (*creamy, rich*), що одночасно посиляються на тактильні та

густаторні (смакові) семи, формуючи цілісний, тілесно орієнтований образ. Було встановлено, що структура домену *ЗАПАХ* у рекламному дискурсі є прагматично обумовленою асоціативною моделлю. Її головна мета – перетворити абстрактне ольфакторне враження на конкретний, тілесний та гедоністичний ментальний образ, що має ефективний стимулюючий вплив на споживача.

Перспективи подальшого дослідження можуть включати порівняльний аналіз з іншими мовами для виявлення культурної специфіки вербалізації запаху, аналіз інших концептуальних просторів (наприклад, *КОЛІР*, *ЕМОЦІЯ* тощо), а також вивчення мультимодальних аспектів, зокрема взаємодії візуальних і текстових компонентів у рекламі.

Література

1. Безугла Л. Р., Безугла Т. А. Функції мови у лінгвопрагматичній моделі рекламного дискурсу. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов.* 2020. № 92. С. 7–15.
2. Колісниченко Т. В. Рекламний дискурс: поняття, ознаки та функції. *Закарпатські філологічні студії.* Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2020. Т. 2, № 13. С. 93–97.
3. Danciu V. et al. Manipulative Marketing: Persuasion and Manipulation of the Consumer Through Advertising. *Theoretical and Applied Economics.* 2014. Vol. 21, № 2. P. 19–34.
4. Kovecses Z. *Metaphor: A Practical Introduction.* Oxford: Oxford University Press, 2010.
5. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By.* Chicago: University of Chicago press, 2008.
6. Moeran B. The Colours of Smell: Perfume Advertising and the Senses. *The American Anthropological Association Annual Meeting 2011* (Montreal, 16–20 Nov. 2011). Montreal, 2011. 45 p.
7. Velasco-Sacristán M., Fuertes-Olivera P. A. Olfactory and Olfactory-Mixed Metaphors in Print Ads of Perfume. *Annual Review of Cognitive Linguistics.* 2006. Vol. 4, № 1. P. 217–252.
8. Yu X. On the Study of Synesthesia and Synesthetic Metaphor. *Journal of Language Teaching & Research.* 2012. Vol. 3, № 6. P. 1284–1289.

Список джерел ілюстративного матеріалу:

9. Ariana Grande (Cloud). 10. Byredo (Blanche). 11. Calvin Klein (Defy). 12. Carolina Herrera (Good Girl). 13. Chanel (No.5). 14. Dolce & Gabbana (Light Blue). 15. Eilish (Billie Eilish). 16. Eilish (Eilish No. 3). 17. Estée Lauder (Beautiful). 18. Givenchy (Irresistible Eau de Parfum). 19. Givenchy (Irresistible Nude Velvet). 20. Guerlain (Shalimar). 21. Lancôme (Idôle). 22. Maison Francis Kurkdjian (Baccarat Rouge 540). 23. Marc Jacobs (Daisy). 24. Narciso Rodriguez (Narciso Eau de Parfum Ambrée). 25. Sol de Janeiro (Cheirosa 62). 26. Tom Ford (Lost Cherry). 27. YSL (Black Opium).

УДК 811.161.2+811.111] 38:659.1:070

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ В АНГЛОМОВНИХ ТА УКРАЇНОМОВНИХ ЖІНОЧИХ ЖУРНАЛАХ

Рослова Ю. О. (м. Харків)

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

Анотація: Рослова Ю. О. Лінгвостилістичні особливості рекламних текстів в англомовних та україномовних жіночих журналах. Стаття присвячена аналізу лінгвостилістичних особливостей рекламних текстів, опублікованих у жіночих глянсових журналах. Визначено ключові характеристики рекламного дискурсу, його структуру та прагматичні функції. Особливу увагу зосереджено на вербальних і невербальних засобах комунікації, стилістичних прийомах та комунікативних стратегіях, які спрямовані на формування споживацьких уподобань і вплив на цільову аудиторію.

Ключові слова: жіночі журнали, комунікація, лінгвостилістичні особливості, рекламний дискурс, рекламний текст.

Summary: Roslova Yu. Linguistic and Stylistic Features of Advertising Texts in English–Language and Ukrainian–Language Women’s Magazines. The article is devoted to the analysis of the linguistic and stylistic features of advertising texts published in women’s glossy magazines. It identifies the key characteristics of advertising discourse, its structure, and pragmatic functions. Special attention is given to verbal and non–verbal means of communication, stylistic devices, and communicative strategies aimed at shaping consumer preferences and influencing the target audience.

Keywords: advertising discourse, advertising text, communication, linguistic and stylistic features, women's magazines.

Сучасний світ характеризується стрімким розвитком медіа, де реклама відіграє важливу роль у формуванні суспільної думки, споживацьких уподобань та культурних цінностей, що особливо помітно в жіночих глянсових виданнях, які поєднують елементи стилю, моди, краси та споживчої культури та є одним із найпопулярніших джерел інформації для жіночої аудиторії.

Лінгвостилістичні особливості рекламних текстів відображають не лише специфіку мови та культури, а й впливають на ефективність комунікації. Аналіз цих текстів дозволяє виявити специфіку лінгвостилістичних засобів, що використовуються для впливу на цільову аудиторію, а порівняння англomовного та україномовного контекстів відкриває нові можливості для дослідження культурних, мовних та стилістичних відмінностей.

Це зумовлює актуальність дослідження, що поєднує інтереси лінгвістики, стилістики, медіадискурсу та перекладознавства.

Об'єктом дослідження є рекламні тексти, опубліковані в англomовних та україномовних жіночих журналах. Предметом дослідження є лінгвостилістичні особливості, які використовуються в рекламних текстах англomовних та україномовних жіночих журналів для впливу на цільову аудиторію.

Метою дослідження є виявлення, опис та порівняльний аналіз лінгвостилістичних засобів, які використовуються в рекламних текстах англomовних і україномовних жіночих журналів.

Обкладинки модних видань традиційно виконують функцію культурного дзеркала, фіксуючи ключові трансформації у світі дизайну та взаємодію бізнесу, мистецтва та світу знаменитостей. Шлях їхнього оформлення – від перших друкованих видань до сучасної цифрової ери – являє собою візуальну історію еволюції людських цінностей і суспільних змін. Ці обкладинки не обмежуються лише рекламним призначенням, а й виступають потужним засобом вираження стилю, ідентичності та колективних прагнень. [5]

Рекламний контент є необхідним елементом журнального виробництва, оскільки він становить фінансову основу функціонування видань. Проте, його інтеграція вимагає стратегічного підходу: важливо, щоб візуальна та змістовна складова реклами відповідала основному дизайну журналу, аби не зіпсувати читацький досвід. [1, с. 41–44]

Багатокомпонентність є ключовою особливістю сучасної реклами. Вона досягається через поєднання вербальних елементів (таких як тексти, слогани) та невербальних (зображень, графіків, звукового супроводу). Хоча візуальний образ першим захоплює увагу реципієнта, саме текст надає можливість точно передати ідею, підкреслити переваги для споживача та сформулювати необхідне враження. Ефективний рекламний текст, навіть мінімалістичний, здатен містити значний інформаційний потенціал, передаючи цілісну концепцію в кількох фразах. [2, с. 68–81].

Рекламний дискурс вирізняється високим рівнем інтертекстуальності, що проявляється у частому використанні алюзій на знакові культурні джерела. [3]

Англомовний рекламний дискурс орієнтований на динамічний та глобально конкурентний ринок. Його стратегія – це продаж образу, статусу, ідеї «кращого себе» та миттєвої трансформації. Реклама є комерційно агресивною і фокусується на індивідуальній вигоді, використовуючи гіперболи, наказовий спосіб та обіцянки швидкого результату. [3]

Рекламний дискурс активно використовує широкий спектр риторичних прийомів, що сприяють формуванню ефективної комунікації з адресатом. Серед таких засобів:

1. Джингли та слогани, які швидко закріплюються в колективній пам'яті та забезпечують високу впізнаваність бренду. Класичні приклади – *"I'm lovin' it"* (McDonald's) чи *"Join the Pepsi Generation"* (Pepsi).
2. Імперативна форма є дієвим інструментом рекламного впливу, адже створює ілюзію поради або спонування з боку авторитетного, хоч і невидимого, джерела – *"Just do it"* (Nike), *"Think different"* (Apple).

3. Фонетичні стилістичні засоби, зокрема алітерація, підсилюють мелодійність висловів і сприяють кращому запам'ятовуванню. *"Maybe she's born with it. Maybe it's Maybelline."* (Maybelline) [3]

Граматично, рекламні тексти віддають перевагу іменникам (для конкретних образів) та дієсловам, орієнтованим на дію (теперішній або наказовий спосіб), які найкраще мотивують до активності. Синтаксично домінують короткі, чіткі, прості речення. Характерним є також переважання активного стану над пасивним, оскільки активна форма формує динаміку та забезпечує пряме звернення до споживача. [2, с. 68–81].

Для впливу на підсвідомість споживача та досягнення своїх цілей рекламні тексти активно використовують різноманітні стилістичні прийоми – ті самі, що трапляються в художніх або публіцистичних творах. Серед них – гіпербола (*"Everything you hear is true"*), алітерація (*"Functional... Fashionable... Formidable"*), асонанс (*"Grace, space, pace"*), анафора (*"Share moments. Share life"*), метафора (*"Roses grow on you"*), метонімія, епітет (*perfect, powerful, great*), порівняння (використання слів *"like", "as"*), синоніми для уточнення, антитеза (*"Stop dreaming. Start working"*), оксюморон, риторичні питання (*"How Big Can You Dream?"*), гра слів тощо. Вони дозволяють подати продукт у несподіваному, яскравому ракурсі. Завдяки цим засобам реклама стає не просто інформативною, а й емоційно насиченою, здатною зачепити читача і запам'ятатися. [1, с. 41–44; 13, с. 79–83]

Також рекламодавці часто використовують ряд лінгвістичних прийомів, а саме:

- 1) займенник другої особи *«you»*, що є прямим зверненням до читача і таким чином зближує продукт із споживачем;
- 2) займенники і прислівники *everyone, all, everything, always* часто використовуються в рекламі, щоб передати ідею універсальності продукту, його абсолютної необхідності або звернутися до якомога ширшого кола потенційних споживачів; [13, с. 79–83]

3) умовні речення використовуються для того, щоб стимулювати логічне мислення споживача: *“If you want to impress someone, put him on your black list”*

4) інверсія одразу привертає увагу аудиторії до рекламованого продукту: *“Opportunity you can’t afford to miss”, “Impossible is nothing”*;

5) активне використання ступенів порівняння прикметників та прислівників підкреслює переваги продукту. Наприклад: *“The happiest place in Earth”, “Make the most of now”*. [13, с. 79–83]

Практичні результати дослідження дозволили виявити кардинальні відмінності у прагматичних моделях англomовного та українomовного рекламного дискурсу, які зумовлені різними соціокультурними контекстами.

В англomовних глянсових виданнях частим є використання різноманітних лінгвістичних засобів. Наприклад на обкладинці журналу *Vogue* *“Think smart. A new mindfulness. Daring, dazzling, distinctive, dressing”* [12] у першій частині *“Think smart”* вживається наказовий спосіб, який одразу звертається до читача, створюючи ефект прямого впливу та стимулює споживача до дії.

Фраза *“A new mindfulness”* подається як номінативна конструкція (лозунг без дієслова), що надає повідомленню декларативного характеру. Це апелює до сучасної тенденції (*mindfulness* як стиль життя), позиціонуючи продукт як відповідний актуальним культурним запитам. Коротка, фрагментована синтаксична структура (*“Think smart. A new mindfulness.”*) забезпечує динамічність і високу запам'ятовуваність тексту.

Стилістична насиченість досягається завдяки комбінації фонетичних фігур у ланцюжку прикметників: *“Daring, dazzling, distinctive, dressing”*. На фонетичному рівні тут використана алітерація (повторення приголосного звука [d] у прикметниках). Цей прийом створює внутрішній ритм і милозвучність, що підвищує мнемонічну функцію слогана (легкість запам'ятовування).

Також присутній маніпулятивний ефект: перелік цих прикметників передає сміливість, яскравість і унікальність, чим стимулює уяву споживача й

викликає позитивні емоції. Перелік прикметників без зв'язок (асиндетон) створює інтенсивність і ритмічність.

Для наступного прикладу розглянемо рекламний заголовок *Harper`s Bazaar* “*Get thicker hair fuller lips flawless skin*”. [7]

Цей заголовок також починається з прямого заклику в наказовому способі “*Get*”, що одразу активізує споживача і спонукає до дії (купити, спробувати).

Обіцянка швидкого результату “*Get thicker hair fuller lips flawless skin*” без додаткових пояснень маніпулює читачем та створює відчуття доступності. Вона фокусується на бажаннях та зачіпає ключові елементи зовнішності (волосся, губи, шкіра), які є важливими у сфері краси, чим тисне на емоційні потреби частини жінок, а саме привабливість і впевненість.

Прикметники *thicker, fuller, flawless* – позитивно забарвлена оцінна лексика, що підкреслює переваги продукту. Слова мають сильний експресивний заряд, апелюють до «ідеалу краси». Прикметники *thicker, fuller, flawless* є позитивно забарвленою оцінною лексикою. Їхній сильний експресивний заряд апелює до загальновизнаного «ідеалу краси» у глянсовому дискурсі. Стратегічно важливим є використання вищого ступеня порівняння (*thicker, fuller*), який функціонує як маркер динамічної вигоди: він не просто описує стан, а імпліцитно позиціонує продукт як покращення щодо поточного вигляду читачки. Цей прийом створює когнітивну установку на досягнення ідеалу, тоді як абсолютний епітет “*flawless*” виступає як кінцева, гіперболізована обіцянка досконалого результату.

В цьому рекламному заголовку мінімум слів, але максимум сенсу: ключові прикметники + ключові іменники, що створюють чітку структурну паралельність. Відсутність дієслів (крім “*get*”): підкреслює лаконічність і гасловість.

“*Cook yourself slim*” (*Vogue*) – цікавий заголовок, орієнтований на здоров'я та фітнес, що має маніпулятивний ефект та є яскравим прикладом прагматичної

парадоксальності, яка використовується для максимального залучення читача. [12]

Ключовим стилістичним засобом є оксюморонний ефект, створений через гру слів та контраст семантичних полів. Дієслово *Cook* традиційно асоціюється з калорійністю та споживанням, тоді як результат *slim* належить до поля обмежень та втрати ваги. Несподіване поєднання цих антонімічних понять створює когнітивний дисонанс і інтригуючу обіцянку: схуднення можливе без відмови від їжі та звичних задоволень. Це виділяє слоган з—поміж стандартних дієтичних закликів.

На лексичному рівні слово *slim* є емоційно позитивним маркером цінності (здоров'я, краса, привабливість). Апеляція до цього бажаного результату посилює вплив реклами, перетворюючи приготування їжі на прямий шлях до бажаного фізичного стану.

Заголовок відкривається наказовим способом (*Cook*), що є прямим закликом до дії. Це спонукає читача до негайної активності, надаючи тексту лозунгового характеру.

Використання особового займенника *yourself* підкреслює персоналізацію та контроль над процесом. Це акцентує увагу на особистій участі читача, підвищуючи відчуття досяжності результату.

В цілому слоган незвичайний, ритмічний та легко запам'ятовується, а відсутність другорядних членів речення робить заголовок стислим, ритмічним, легко запам'ятовуваним та лозунговим.

Аналіз багатокomпонентних заголовків в англomовному глянсовому дискурсі демонструє стратегію синергетичного впливу, де кожна фраза виконує свою унікальну прагматичну функцію. На обкладинці *Harper's Bazaar* це ілюструється поєднанням двох рекламних заголовків: “*Great hair secrets*” та “*Look younger overnight*”. [7] Ці слогани, розташовані поруч, формують комплексну картину зовнішнього оновлення (волосся + молодість в цілому).

Перший заголовок “*Great hair secrets*” активує раціональну мотивацію через стратегію інтриги та ексклюзивності.

На лексичному рівні іменник “*secrets*” виступає як потужний прагматичний тригер, обіцяючи приховану, інсайдерську інформацію, що підвищує цінність контенту і стимулює довіру. На стилістичному рівні епітет “*great*” є засобом емоційного підсилення та позитивної оцінки. У поєднанні з іменником фраза “*Great hair secrets*” може розглядатися як гіпербола, що перебільшує винятковість та ефективність інформації, яку читач отримає, створюючи когнітивний запит на знання.

Другий заголовок “*Look younger overnight*” сфокусований на миттєвому, радикальному ефекті та емоційній апеляції.

На граматичному рівні речення починається з наказового способу (*Look*), що є прямим прагматичним закликом до дії та візуального спостереження. Емоційно забарвлене слово *younger* використано у вищому ступені порівняння, який є обіцянкою динамічного покращення щодо поточного стану споживача, апелюючи до базового бажання краси та успіху.

На стилістичному рівні ми маємо прислівник часу *overnight*, що виступає як маніпулятивний тригер миттєвого результату. Ця часова гіпербола (надання нереалістичної обіцянки) викликає сильне емоційне бажання змін. Слоган містить також приховану антитезу “старість – молодість”, посилюючи драматизм пропозиції

Можемо побачити, що обидва заголовки, розміщені разом на одній обкладинці, мають комбінаційний ефект та створюють комплексну картину зовнішнього оновлення (волосся + молодість у цілому).

Ці два слогани, розміщені поруч, формують синергію: перший працює через інтригу й знання (*secrets*), другий – через дію й миттєвий результат (“*Look younger overnight*”). Разом вони охоплюють і раціональну, і емоційну мотивацію читача.

Україномовний рекламний дискурс після лютого 2022 року пережив кардинальний злам, здійснивши вагомий зсув цінностей. Стратегія видань трансформувалася від продажу розкоші до відповідності очікуванням суспільства та реакції на соціальні події. Глянець почав продавати ідеї, стійкість, цінності та відчуття спільноти, беручи на себе соціально–психологічну функцію. [8, 9, 11]

Заголовок українського видання *Elle* «Виклики часу. Жити. Боротися. Перемагати» є яскравим прикладом трансформації рекламного дискурсу в умовах кризи. [4]

Заголовок безпосередньо апелює до читача через тему, що стосується всіх: «Виклики часу» – загальне звернення до контексту сьогодення (війна, зміни, адаптація). «Виклики часу» – метафорична конструкція, яка узагальнює труднощі, водночас зберігаючи позитивний тон: труднощі – це не перешкода, а можливість для дії.

Перелік «Жити. Боротися. Перемагати» виконує функцію мотиваційного заклику, стимулюючи активність, стійкість і прагнення до дії. Він підкреслює соціально значущу тему, залучаючи читача до спільної соціальної позиції: виживання та опір як колективний досвід.

Лексичні одиниці «Боротися», «Перемагати» є емоційно забарвленими словами з позитивною, активною енергією, які стоять у наказовому способі та створюють ефект прямого звернення та мотиваційного заклику. Вони формують потужний емоційний відгук. Цей лексичний вибір підкреслює зміну акценту в українському глянці в бік активістської лексики.

Заголовок продає не конкретний товар, а цінність або ідею – стійкість, силу духу, адаптацію до умов війни. Це формує асоціацію бренду чи видання з соціальною відповідальністю і підтримкою читача, мотивує читача відчувати власну значущість і підвищує залучення до контенту.

Заголовок *Elle Decoration* «Натхнення в непрості часи. Дизайнер Катя Сільченко про нову оселю» апелює до актуальної теми. Фраза «Непрості часи»

— ефмемістична відсилка до війни та соціально–психологічних викликів, яка робить заголовок соціально релевантним і встановлює емоційний зв'язок з аудиторією. [4]

Присутність імені та посади «Дизайнер Катя Сільченко» створює відчуття авторитетності та надійності інформації. Поєднання загальної соціальної теми «непрості часи» з особистою історією «Дизайнер... про нову оселю» надає заголовку наративної привабливості, характерної для глянсових нативних рекламних матеріалів.

Лексична конструкція «Натхнення в непрості часи» має потужний мотиваційний ефект. Вона «продає» не товар у класичному сенсі, а ідею та досвід: як зберегти креативність і стиль у складних обставинах, а також формує асоціацію бренду журналу з підтримкою, натхненням та авторитетними експертами.

Заголовок українського глянсового журналу *Marie Claire* «Українська мода. Нова хвиля» є яскравим прикладом стратегії локалізації контенту для підкреслення прогресу та національної ідентичності. [10]

Словосполучення «Українська мода» є ключовим прагматичним маркером, що звертає увагу читача на національну ідентичність та трендовість цієї теми. Воно може сприйматися як брендова реклама національних дизайнерів. У посткризовому дискурсі це відповідає запиту аудиторії на підтримку локальних виробників, а також мотивує дізнатися про сучасні тенденції української моди.

Конструкція «Нова хвиля» має метафоричний відтінок, що підкреслює оновлення, рух, динаміку та появу нового покоління дизайнерів або стилістичних рішень. Ця метафора викликає асоціації з творчістю та розвитком на тлі соціальних та культурних змін.

Заголовок є стилістично нейтральним за формою, але позитивно забарвленим за змістом завдяки акценту на «новизні» та прогресивності. Слово «нова» – класичний рекламний тригер, який активізує інтерес і створює очікування чогось свіжого та актуального. Заголовок ефективно використовує ці

асоціації для встановлення емоційного контакту з читачем і позиціонування української індустрії моди як динамічної та перспективної.

З наведених вище прикладів можемо зробити висновок, що ключова відмінність між двома дискурсами полягає у їхній прагматичній меті. Англomовний рекламний дискурс орієнтований на динамічний та глобально конкурентний ринок. Його стратегія – це продаж образу, статусу, ідеї «кращого себе» та миттєвої трансформації. Реклама є комерційно агресивною і фокусується на індивідуальній вигоді, використовуючи гіперболи, наказовий спосіб та обіцянки швидкого результату [6, 13].

Лінгвостилістичні відмінності чітко простежуються на всіх рівнях мови. Англomовні заголовки інтенсивно використовують риторичні фігури для естетики та запам'ятовуваності. Тон амбіційний, оптимістичний, часто «гламурний». Переважає лексика, пов'язана з красою, статусом, ефективністю та швидкістю. Активно використовуються рекламні тригери та вищий і найвищий ступені порівняння. [3, 13]

В українській лексика зміщується до тем стійкості, локальності, безпеки та затишку, експертності. Зростає вживання емоційно забарвлених слів. Синтаксис став більш розгорнутим та ґрунтовним (для довіри), часто використовуючи прямі цитати та імена експертів. Також помітна лозунговість, активістська лексика, наративність та документальність. Тон емпатичний, надихаючий, демонструє «баланс» краси та відповідальності.

Головний контраст полягає в тому, що англomовні журнали реалізують комерційну стратегію залучення аудиторії, використовуючи сенсаційність та яскраві метафори. Натомість україномовні видання виконують соціокультурну та ідентифікаційну функцію, підтримуючи національну свідомість і формуючи ціннісні орієнтири.

Лінгвостилістичні особливості українського рекламного дискурсу є прямим відображенням колективної кризи. Функція естетики поступилася місцем набагато важливішій місії – продажу стабільності, підтримки та ідеї

спільної стійкості, що робить цей дискурс унікальним порівняно із західними аналогами.

Перспективи дослідження полягають у подальшому поглибленому вивченні трансформації українського рекламного дискурсу, особливо на рівні візуальної комунікації (невербальних засобів) у контексті суспільних змін. Також цікавим є порівняльний аналіз використання конкретних стилістичних фігур (наприклад, метафори та гіперболи) в англomовному та україномовному рекламних текстах на різних тематичних напрямках для виявлення культурно-зумовлених особливостей їхнього впливу на цільову аудиторію.

Література

1. Войналович Л. П. Стилiстичнi особливостi англomовного рекламного тексту. *Науковi записки. Серiя: Фiлологiчнi науки*. 2018. Вип. 167. С. 41–44. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/28015> (дата звернення: 24.07.2025).
2. Павкін Д. Поради копірайтеру: концептуальна структура англomовної реклами електронних пристроїв. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*. 2023. №97. С.68–81. URL: <https://periodicals.karazin.ua/foreignphilology/article/view/22707> (дата звернення: 24.07.2025).
3. Danesi M. Advertising Discourse. *Wiley Online Library*. URL: <https://doi.org/10.1002/9781118611463.wbielsi137> (дата звернення: 24.07.2025).
4. ELLE Ukraine. *ELLE.ua*. URL: <https://elle.ua/> (дата звернення: 07.09.2025).
5. The Evolution of Fashion Magazine Cover Designs. *Logome Blog*. URL: <https://www.logome.ai/blogs/the-evolution-of-fashion-magazine-cover-designs> (дата звернення: 24.07.2025).
6. Goddard A. *The Language of Advertising*. London: Routledge, 2002. 198 p.
7. Harper's Bazaar. *HarpersBazaar.com*. URL: <https://www.harpersbazaar.com/> (дата звернення: 06.08.2025).
8. Hoiuk I. How Russian Invasion Reshaped Advertising Market for Ukraine's Digital News Outlets. *TheFix*. URL: <https://thefix.media/2023/08/16/how-russian-invasion-reshaped-advertising-market-for-ukraines-digital-news-outlets/> (дата звернення: 10.09.2025).
9. The Impact of War on Users and Media Consumption Trends – newage. *newage. - digital*

advertisingagency.URL:<https://newage.agency/en/blog/newage-research-2023-the-impact-of-war-on-users-and-media-consumption-trends/> (дата звернення: 08.09.2025). 10. Marie Claire Ukraine. *MarieClaire.ua*. URL: <https://marieclaire.ua/> (дата звернення: 15.08.2025). The New Issue of Marketing in Ukraine is out. *Українська АсоціаціяМаркетингу(УАМ)*.URL:<https://uam.in.ua/en/common-en/the-new-issue-of-marketing-in-ukraine-is-out-3-2025/> (дата звернення: 08.09.2025). 11. Vogue. *Vogue.com*. URL: <https://www.vogue.com/> (дата звернення: 18.09.2025). 12. Zembytska M. Stylistic Peculiarities of English Advertising Slogans. *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності*. 2018. № 17. Р. 79–83. URL: <https://journal.ldubgd.edu.ua/index.php/philology/article/view/995> (дата звернення: 24.07.2025).

УДК 811.581'38:821.581-32Да-Фу7Піз.08

ЖАНРОВО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НОВЕЛИ ЮЙ ДА-ФУ "ПІЗНІ КОРИЧНЕВІ КВІТИ"

Самовик Є. В. (Харків)

Науковий керівник: д-р філол. наук, професор Піхтовнікова Л. С.

Анотація: Самовик Є. В. **Жанрово-стилістичні особливості новели Юй Да-Фу "Пізні коричневі квіти"**. Статтю присвячено систематизації тлумачень поняття «новела», «композиція» і «стиль» у філологічних дослідженнях та аналізу особливостей композиції та стилю новели Юй Да-Фу "Пізні коричневі квіти". Розглянуто категорії мовно-стилістичних засобів виразності у творі.

Ключові слова: еліпс, емпіза, композиція, мовно-стилістичні засоби, подвійне заперечення, порівняння, риторичне питання, стиль, Юй Да-Фу.

Summary: Samovyk E. V. **Genre and stylistic features of Yu Da-Fu's short story "Sweet Osmanthus Flowering Late"**. The article is devoted to the systematisation of interpretations of the concepts of 'short story', 'composition' and 'style' in philological studies and to the analysis

of the composition and style of Yu Da-Fu's novella "Sweet Osmanthus Flowering Late". The categories of linguistic and stylistic means of expression in the work are considered.

Keywords: comparison, composition, double objection, ellipsis, emphasis, linguistic and stylistic means, rhetorical question, style, Yu Da-Fu.

Актуальність дослідження полягає в тому, що у творах китайської літератури використовують своєрідні мовно-стилістичні засоби виразності, ці твори відрізняються від творів західної літератури в аспекті композиції та стилю, тому аналіз цих текстів необхідний для правильної інтерпретації та розуміння. Водночас, існує не так багато лінгвістичних досліджень у цьому полі, особливо серед українських науковців. Аналіз класичних, і не лише класичних, китайських літературних здобутків сприятиме розширенню аудиторії цих творів, їх популяризацію та вивчення у різних сферах.

Метою цього дослідження є аналіз жанрово-стилістичних особливостей новели Юй Да-Фу «Пізнні коричневі квіти».

Об'єктом дослідження є новела Юй Да-Фу «Пізнні коричневі квіти»,

Предметом дослідження є використання жанрово-стилістичних особливостей у новелі Юй Да-Фу «Пізнні коричневі квіти».

Матеріалом для дослідження послуговував текст новели Юй Да-Фу «Пізнні коричневі квіти», опублікований на сайті <https://www.xuges.com/xdmj/ydf/zxj/14.htm>.

У роботі використано методи аналізу (при окресленні особливостей композиції та стилю і мовно-стилістичних категорій), узагальнення (для виділення підходів до розуміння поняття «новела» та «композиція» та «стиль»), синтезу (генералізація теоретичної інформації в аналізі досліджуваного матеріалу).

Наукова новизна дослідження полягає у визначенні композиційних і стильових особливостей новели Юй Да-Фу «Пізнні коричневі квіти», а також виділенні підходу до аналізу мовно-стилістичних засобів виразності згідно систематизованих категорій.

У літературознавстві Китаю питання про датування текстів є дещо обмеженим для розуміння новели як жанру. Тож значущими та фундаментальними є роботи, які присвячені вивченню та розгляду різних підходів до вирішення цієї проблеми, а також реконструкції історії становлення жанру новели в китайській літературі. Такі дослідження проводив, зокрема, П. Ханан, який здійснив текстологічний аналіз китайських оповідань і класифікував їх за часом написання [8]. В історичній площині працював С. Бірч, який вивчав походження різних традиційних оповідань і описував їхні специфічні особливості, щоб простежити техніки, які використовували автори [5]. Е. Едвардс займалась дослідженням текстів раннього етапу формування китайської прози, у тому числі й новел [7].

Не менш важливим аспектом вивчення новелістичного жанру в контексті китайської літератури буде питання термінології, оскільки складно відмежувати конкретно поняття новели від інших прозових жанрів.

В українській літературі ми маємо такі терміни як *оповідання*, *новела*, *роман*, а в китайській літературі існує термін *сяошо*, який вживається як для роману, так й оповідання чи новели. Така проблематика є частиною питання формування прозової літератури, адже ці *сяошо* історично формувались як короткі оповідання [2]. Отож, саме через спільне коріння романів, новел і оповідань, які спочатку існували у вигляді усних оповідок і вже пізніше виокремлювались у прототипи цих жанрів [9, с. 24], існує проблема відокремлення новели від інших жанрів.

Водночас, новели у китайській літературі все ж мають своєрідні риси, які дозволяють виділити їх з-поміж інших жанрів. Китайський письменник і публіцист Лао Ше зауважив такі особливості новели (оповідання):

- твір повинен мати цілісну структуру, бути автономним у вимірі часу, простору та інших вимірах;
- твір мусить доносити думку якомога стисліше; перевагою такого твору є лаконічність та продуктивність;

- наратив повинен розвиватися від початку до кінця, до однієї думки, об'єднуючи всі емоції, образи, погляди. [10 с. 178-179].

Для визначення особливостей композиції та стилю новели «Пізнні коричневі квіти» необхідно виокремити тлумачення цих понять. Оскільки істотним питанням лінгвістичних досліджень є саме визначення універсального та стандартизованого розуміння композиції і стилю, було розглянуто кілька підходів до їх тлумачень.

Композицію деякі розуміють як “побудову твору, його художньо втілений план”, у якому “реалізуються громадсько-політичні й естетичні погляди письменника, його розуміння життя, його трактування місця й ролі різних суспільних сил у житті” [3].

Інші дослідники тлумачать композицію як “побудову літературного твору, розміщення і співвідношення його компонентів” із сюжетом; позасюжетними елементами (авторськими відступами, описами тощо). Таким чином, композицію визначатимуть тема і пафос твору, художній задум письменника, родово-жанрові особливості твору [1].

Поняття стилю як загальноприйнятого і єдиного терміну теж відсутнє у філологічному полі. Мовознавець Крістал Д., розглядає стиль як термін з великою кількістю тлумачень і навів такі розуміння: стиль як мовні звички, як індивідуальний стиль митця, як-от, стиль Шекспіра, тож стиль стосується мовних особливостей, які характеризують унікальність особистості; стиль як групові мовні звички протягом короткого чи тривалого періоду часу; стиль як більш обмежений термін в рамках оцінки продуктивності того чи іншого засобу висловлювання; термін «стиль», що позначає виключно літературну мову, яка є предметом вивчення літературознавців. Науковець вважає перші два тлумачення близькими до розуміння стилю у галузі філології [6, с. 9-10].

Китайські науковці також мають різні підходи до тлумачення стилю. Декотрі називають стилем, у першу чергу, форму тексту, адже різні роди і жанри літератури мають різні форми та певні характеристики, а також

виділяють мовну складову організацію стилю: обрані автором мовні засоби повинні розкривати почуття, вдачу та нахили письменника, адже саме так буде передано соціокультурні або історичні або інші риси, що і є сутністю літературного стилю [12].

Деякі китайські дослідники вважають, що стиль відображає людину, тож при розгляді творі потрібно аналізувати, як їхній темперамент і вподобання впливають на їхню творчість, і стилем може вважатись манера письма тощо [13]. Інші дослідження в галузі філології свідчать про те, що розуміння поняття «стиль» у традиційній китайській літературній концепції має певну схожість з поняттям, яке використовується в стилістичних роботах Заходу, але зосереджується на цілісному вираженні [11, с. 93].

Якщо розглядати композицію новели «Пізнні коричневі квіти» з огляду на наведені вище визначення і жанрові особливості, то вона відповідає цьому жанру: має лінійний сюжет із неочікуваним фіналом. Особливістю композиції і стилю новели можна вважати наявність епістолярного елементу. Така зав'язка дозволила авторові почати розкривати філософську проблему твору з самого початку, а також залучити читача до рефлексії, до внутрішніх переживань героїв.

Також новела, хоч і є лаконічною, містить описи, у яких майстерно задіяно сенсорну систему, включно зі слухом, нюхом та зором. Така форма розповіді дозволяє створити особливу естетичну систему твору, «тло», що доповнює події та сюжет новели:

窗外面吱吱唧唧的鸟声喧闹得厉害, 我满以为还是夜半, 月明将野鸟惊醒了, 但睁开眼掀开帐子来一望, 窗内窗外已饱浸着晴天爽朗的清晨光线, 窗子上面的一角, 却已经有一缕朝阳的红箭射到了。

(Було чути, як співали птахи за вікном. Мені здалось, що ще ніч і яскраве місячне світло налякало диких птахів. Я розплющив очі та підняв фіранку, і побачив, що сонце вже осяяло сільські будинки, а через верхній куток вікна вже пробивається ранковий промінь.)

Реалізація взаємодії головного героя з іншими персонажами, зокрема сестрою друга, яка і є рушієм його внутрішніх змін, здійснюється за допомогою такого елемента композиції як діалоги:

“你究竟在那里想什么？”

倒是我被她问得难为情起来了，立时觉得两颊就潮热了起来。先放开了那只被我捏住在那儿的她的手，然后干咳了两声，最后我就鼓动了勇气，发了一声同被绞出来似的答语：

“我……我在这儿想你！”

“是在想我的将来如何的和他们同住么？”

她的这句反问，又是非常的率真而自然，满以为我是在为她设想的样子。我只好沉默着把头点了几点，而眼睛里却酸溜溜的觉得有点热起来了。

“啊，我自己倒并没有想得什么伤心，为什么，你，你却反而为我流起眼泪来了呢？”

(«Про що ви там думаєте?»)

Її запитання збентежило мене, і мої щоки одразу ж спалахнули. Я відпустив її руку, прокашлявся, і, урешті-решт, зібрав волю в кулак, щоб кволо відповісти:

«Я... думав про вас.»

«Про те, як мені житиметься з братом і його дружиною?»

Її запитання було таким відвертим і невимушеним, без жодного усвідомлення, як саме я думаю про неї. Я зміг лише мовчки кивнути, і мої очі почали щипати та пекти від солі.

«Ах, навіть я так не сумую через це, навіщо ж ви... навіщо проливаєте сльози через мене?»)

Виділяється також використання системи символів, адже новела пронизана символізмом пізніх квітів. Від назви і до фіналу твору пізні квіти кориці усюди: в ароматах, у пейзажах і навіть у весільних побажаннях. Зрештою, пізні квіти стають способом вираження внутрішньої трансформації головного героя, його

зрілості, коли він використовує їх для проголошення привітання нареченому й нареченій:

“则生前天对我说, 桂花开得愈迟愈好, 因为开得迟, 所以经得日子久。现在两位的结婚, 比较起平常的结婚年龄来, 似乎是觉得大一点了, 但结婚结得迟, 日子也一定经得久。”

(«Позавчора Цзе-Шен сказав мені, що пізнє цвітіння кориці найкраще, адже чим пізніше розкриваються квіти, тим довше вони тримаються. Твоє одруження може бути дещо запізнілим, але саме тому шлюб і буде довгим і щасливим.»)

Таку роль виконує й образ тростини, яку головний герой Лао Юй зранку бере в матері друга, але забуває на вершині гори в храмі. Вона залишилась на горі, у бамбуковій рощі, де Лао Юй разом з сестрою друга викарбували свої імені на стовбурі, закріпивши братський союз. Тростина, як і сум'яття головного героя, забута, він тепер у стані спокою і зрілості, тож тростина вже не потрібна:

“早晨拿出去的那枝手杖呢?”

我被她一问, 方才想起, 便只笑着摇摇头对她慢声的说:

“那一枝手杖么——做了我的祭礼了。”

“做了你的祭礼? 什么祭礼?”则生惊疑似地问我。

“我们在狮子峰下, 拜过天地, 我已经和你妹妹结成了兄妹了。那一枝手杖, 大约是忘记在那块大岩石的旁边的。”

(«А що з тростиною, яку я дала вам сьогодні вранці?»)

Лише зараз, коли мене спитали, я згадав про тростину. Із посмішкою я похитав головою:

«Я приніс її в жертву». «В жертву? Яку жертву?» — здивовано запитав Цзе-Шен.

«На Левовій вершині ми з твоєю сестрою уклали братський союз і піднесли подяку небу і землі. Тож там, мабуть, і залишили палицю.»)

Застосування стилістичних фігур в тексті сприяє смислового та образного збагаченню і виразності тексту. Новелу «Пізнi коричневі квіти» проаналізовано згідно систематизації стилістичних засобів, запропонованих Н. Оськіною [4]. Твір виділяється використанням стилістичних прийомів, особливо виділяються порівняння, емпфаза, риторичне питання і подвійне заперечення.

У новелі автор активно використовує різні види порівняння:

- 明瑜 (mingyu) (явне порівняння):

真是象丁令威的化鹤归来, 触眼新奇, 宛如隔世重生的人 (відчув себе, наче Дін Лінвей, який став журавлем — все здавалося новим і дивним, ніби я переродився в іншому світі),

- 隐喻 (yinyu) (приховане порівняння):

是些在炼狱里似的沉闷的日子 (*важке, як у чистилищі, життя*),

- 强喻 (qiangyu) (сильне порівняння):

简直是同将要爆发的火山内层那么的热而且烈 (палкий, як вулкан, що от-от чекає виверження).

Активно використовують й синтаксичні засоби виразності, що полягає в навмисному вживанні слова або виразу у відмінній від звичайної позиції в реченні або використання у непрямому значенні. Таким чином до висловлення додається більший ступінь емоційності та фокус на певних частинах повідомлення.

Твір багатий на емпфазу різних частин речення, наприклад,

- інверсією додатка:

对这一种景色的感慨, 我不知道要怎样才能形容 (*почуття до такого пейзажу я ніяк не міг описати*),

- емпфазою присудка:

他是在那一天晚上想到井之头公园去自杀的 (*він думав про самогубство в парку того вечора*),

- емпфазою підрядного речення:

要是不然的话, 那她是一辈子有和我同居 (*інакше, вона б жила зі мною все життя*)

- емфазою одночасно підрядної частини та присудка:

至于我的这家亲事呢, 却是我父亲在死的前一年为我定下的 (що стосується мого шлюбу, то його влаштував для мене батько за рік до своєї смерті).

Риторичне питання 反问 (*fanwen*) як засіб використання структури у переносному значення для підсилення емоційності також у новелі активно використовується:

1. 岂不是辜负了这大好的时间了么? (так ти точно змарнуєш таку прекрасну погоду, еге ж?)
2. 岂不是很好么? (хіба це не чудово?)
3. 十几年不见的一段总账, 你们难道想在这几刻工夫里算它清来么? (ви й справді сподівались звести рахунки десяти років за одну мить?)

Автор використовує такий засіб як подвійне заперечення 双重否定 (*shuangchong fouding*), який характерний саме для китайської мови та додає повідомленню категоричності та виразності, і на прикладі тексту новели можна побачити як застосування цього засобу прикрашає мовлення і персонажів і дає читачу глибше уявлення про їх характер та про події у творі:

1. 非要去嫁吃饭的人家不可的 (може вийти заміж тільки у багату родину),
2. 非要装作是要她去作陪不行 (не можна, щоб виглядало, наче це ти кличеш її),
3. 在知识分子之外还不得不添一种情的成分上去 (окрім захоплення розумом, неможливо не помітити емоційний потяг).

Присутні є інші засоби синтаксичної експресії:

- антитеза 对照 (*duizhao*):

所以若把西湖的山水，比作一只锁在铁笼子里的白熊来看，那这五云山峰与钱塘江水，便是一只深山的野鹿 (якщо пейзажі Західного озера можна порівняти з білим ведмедем, ув'язненим у залізній клітці, то Гору п'яти хмар і річку Цяньтан — із диким оленем з глибоких гір),

- паралелізм з двох елементів 对偶 (duì'ǒu):

积极地虽尽不得孝，便消极地尽了我的顺 (якщо я не можу виконувати свої синівські обов'язки, то хоча б буду слухняним)

- паралелізм з трьох і більше елементів 排比 (páibǐ):

这许多年数的不看报，不识世务，不亲笔砚 (усі ці роки я не читав газет, не був знайомий з подіями зовнішнього світу, не торкався пера і чорнильниці),

- реприза 反复 (fānfù):

脸要不要，脸要不要，你这扒灰老！（тобі не соромно, не соромно, старий розпуснику!），

- градація 层递 (céngdì):

又加以这十几年的疏散和无为，觉得在这世上任你什么也没甚大不了的事情，落得随随便便的过去，横竖是来日也无多了 (більше того, після цих дванадцяти років вигнання і вимушеної бездіяльності, починаєш відчувати, що ніщо в цьому світі не має великого значення; в результаті ти починаєш нехтувати всім, адже все одно залишилось три чисниці до смерті).

Виділено також використання такого засобу як еліпс 省略 (shěnglüe): “两枝竹上，写什么名字好？（що (мені) написати на цих бамбукових ростках？） і асиндетон 连词省略 (liáncishěnglüe): 有时候公公看得难受，替她申辩一声，婆婆就尖着喉咙，要骂上公公的脸去（іноді свекор вже не міг терпіти (і) заступався за неї, свекруха починала кричати (та) готова була накинутись на нього). Використання еліпсу є своєрідною рисою китайської словесності, адже мовцям властиве тяжіння до скорочення мовних елементів у мовленні та їх економія. Яскравим прикладом цього і слугує велика кількість еліпсів у новелі.

Результати аналізу дозволяють дійти таких висновків.

Композиційні та стильові особливості твору втілюються у введенні епістолярного компонента в композицію, єдиній сюжетній лінії з кульмінацією та несподіваним розв'язкою, невеликій кількості персонажів та використанні символів. Несподівана кінцівка, зумовлена стильовою закономірністю твору, демонструє внутрішню перебудову та перехід персонажів до стану зрілості. Серед мовно-стилістичних засобів виразності виділяються засоби групи порівняння, емпіазу, риторичне питання, подвійне заперечення та еліпс. Завдяки використанню цих засобів текст новели дозволяє створити потрібні образи в уяві читача, при цьому зберігаючи лаконічність і виражає авторський стиль автора.

Перспектива подальших досліджень проявляється в застосуванні запропонованої системи мовно-стилістичних категорій для вивчення і аналізу для майбутніх розвідок інших творів літератури Китаю або для вивчення ідіостилу автора.

Література

1. Вступ до літературознавства : навч. посіб. Київ : Академія, 2011. 336 с.
2. Жанр короткого оповідання сяє у класичній літературі Китаю на зламі доби пізньої античності та темного раннього середньовіччя / Щербаков Я. *Збірник наукових праць лóуос*.
3. Лесик В. Композиція художнього твору. Київ, 1972. 96 с.
4. Оськіна Н. Навчальний посібник до дисципліни «Теоретичні засади китайськомовного спілкування (стилістика)» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня освіти зі спеціальності 014.029 Середня освіта (Інші мови (Китайська)). Одеса, 2024. 162 с.
5. Birch C. Ku Chin Hsiao Shuo: A Critical Examination. Ph.D. dissertation / University of London, 1955. 986 p.
6. Crystal D., Davy D. Investigating English Style. Longman Group, 1969. 264 p.
7. Edwards E. D. Chinese Prose Literature of the T`ang Period, A.D. 618–906. London : Arthur Probsthain, 1937. 433 p.
8. Hanan P. The Chinese Short Story: Studies in Dating, Authorship, and Composition. Massachusetts : Harvard University Press,

1973. 245 p. 9. Wivell C. J. Adaptation and Coherence in Late Ming Short Vernacular Fiction: A Study of the Second West Lake Collection. Ph.D. dissertation / University of Washington. Seattle, 1969. 590 p. 10. 老舍. 老舍文集. 人民文学出版社, 1990. (第15卷) 11. 钱志熙. 论中国古代的文体学传统——兼论古代文学文体研究的对象与方法. 北京大学学报 (哲学社会科学版). 2004. 92–99. 12. 童庆炳. 谈谈文学文体. 中国南方艺术. URL: <https://www.zgnfys.com/a/nfpl-53925.shtml> (дата звернення: 05.11.2025). 13. 吴承学. 中国文体学研究的百年之路. 华东师范大学 (哲学社会科学版). 2019. URL: <https://xbzs.ecnu.edu.cn/CN/html/2019-4-17.htm> (дата звернення: 05.11.2025).

УДК 378.147:37.013.42:004

КЛЮЧОВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СТУДЕНТІВ У СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ

Сиротенко Е. О. (Харків)

Науковий керівник: доктор філософії Черненко А. В.

Анотація: Сиротенко Е.О. **Ключова компетентність студентів у сучасних реаліях.** У статті розглянуто проблему формування ключових компетентностей студентів у сучасному освітньому середовищі, зумовленому процесами цифровізації. Визначено роль цифрових технологій у розвитку інформаційної, комунікативної, соціальної та креативної компетентностей. Проаналізовано теоретичні підходи до поняття «ключова компетентність» та особливості впровадження цифрових освітніх платформ, таких як Wordwall, Miro та Canva, у навчальний процес. Здійснено узагальнення педагогічних умов ефективного формування компетентностей, серед яких інтеграція технологій у зміст дисциплін, фасилітаційна роль викладача, гейміфікація та розвиток цифрової культури. Отримані результати підтверджують, що цифрові технології є каталізатором освітніх змін і сприяють комплексному розвитку особистості студента.

Ключові слова: компетентності, навчання впродовж життя, педагогічні умови, студент, цифрова компетентність, цифровізація освіти, цифрові технології.

Summary: Syrotenko E.O. **Developing Students' Key Competencies in the Context of Modern Realities.** The article examines the issue of forming students' key competences in the modern

educational environment shaped by digitalization processes. The study defines the role of digital technologies in developing information, communication, social, and creative competences. Theoretical approaches to the concept of “key competence” are analyzed, as well as the features of integrating digital educational platforms such as Wordwall, Miro, and Canva into the learning process. The paper summarizes the pedagogical conditions for effective competence formation, including technology integration into curricula, the teacher’s facilitative role, gamification, and the development of digital culture. The findings confirm that digital technologies act as a catalyst for educational transformation and contribute to the holistic development of the student’s personality.

Key words: Canva, digital competence, digital technologies, digitalization of education, key competences, lifelong learning, Miro, pedagogical conditions, student, Wordwall.

Сучасна система вищої освіти зазнає глибоких змін, зумовлених процесами цифрової трансформації, що охопили всі сфери суспільного життя. В умовах активного розвитку інформаційного середовища, глобалізації освітнього простору та поширення дистанційних форм навчання особливого значення набуває формування у студентів ключових компетентностей, серед яких центральне місце посідає цифрова. Саме вона визначає здатність особистості ефективно діяти в умовах інформаційного суспільства, адаптуватися до нових технологічних викликів, застосовувати цифрові ресурси для навчання, професійного та особистісного розвитку [1, с. 7; 4, с. 220].

Проблема формування ключових компетентностей студентів у сучасному освітньому просторі є багатовимірною та вимагає комплексного підходу. Вона охоплює педагогічні, психологічні, технологічні й соціальні аспекти підготовки майбутнього фахівця. З одного боку, сучасна освіта має забезпечити високий рівень теоретичних знань, а з іншого — сприяти розвитку навичок критичного мислення, креативності, комунікації та цифрової грамотності, які становлять основу ключових компетентностей XXI століття [6, с. 12; 7, с. 26; 9].

Актуальність дослідження зумовлена тим, що традиційні методи навчання вже не відповідають вимогам часу, адже цифрові технології перетворилися на невід’ємний компонент професійної підготовки. В умовах зростання ролі електронних освітніх середовищ, віртуальних лабораторій, платформ дистанційного навчання та інтерактивних додатків (Wordwall, Canva, Miro

тощо) виникає потреба у переосмисленні підходів до розвитку ключових компетентностей студентів [2, с. 85; 3; 17].

Сучасні українські й зарубіжні дослідники (В. Ю. Биков, О. М. Спірін, J. Cabero-Almenara, F. D. Guillén-Gámez) наголошують, що цифровізація освіти — це не лише процес упровадження інформаційно-комунікаційних технологій, а й зміна самої філософії навчання. Вона орієнтується на активну позицію студента, розвиток його здатності навчатися протягом життя, взаємодіяти в цифровому середовищі та самостійно добувати знання [1, с. 8; 14, с. 9-11; 19].

У контексті реформування освіти в Україні важливо підкреслити, що ключові компетентності для навчання впродовж життя (згідно з Рекомендаціями Європейської Комісії) включають цифрову компетентність як одну з базових, поряд із комунікативною, соціальною, громадянською та підприємницькою [6, с. 14; 18]. Це вимагає інтеграції цифрових технологій у всі рівні освітнього процесу — від організації навчального середовища до методів оцінювання результатів навчання.

Метою даного дослідження є вивчення ролі цифрових технологій у формуванні ключових компетентностей студентів та обґрунтування педагогічних умов, що забезпечують ефективність цього процесу у сучасному освітньому середовищі.

Об'єктом дослідження виступає процес формування ключових компетентностей студентів у системі вищої освіти.

Предметом дослідження є вплив цифрових технологій, інноваційних освітніх платформ і цифрових застосунків на розвиток інформаційної, комунікативної, соціальної та креативної компетентностей студентів.

Наукова новизна роботи полягає у поєднанні компетентнісного й цифрового підходів до формування особистості майбутнього фахівця, а також у визначенні взаємозв'язку між використанням цифрових технологій та розвитком ключових компетентностей студентів. Уперше пропонується розглядати цифрові інструменти (Wordwall, Canva, Miro тощо) як не лише

технічні засоби навчання, а як інтеграційний освітній ресурс, що сприяє комплексному розвитку компетентностей [3; 17].

Тож, формування ключових компетентностей у цифровому освітньому просторі постає не лише як педагогічне завдання, а як стратегічний напрям розвитку сучасної вищої школи, що визначає якість підготовки конкурентоспроможних фахівців і рівень інтеграції української освіти у світовий академічний простір [4, с. 220; 15, с. 46; 21].

Проблема формування ключових компетентностей студентів розглядається в науковій літературі як центральний аспект модернізації сучасної освіти. Згідно з європейською освітньою парадигмою, компетентність визначається як динамічна комбінація знань, умінь, цінностей і ставлень, що дає змогу особистості діяти ефективно у змінних соціальних і професійних умовах [18]. Саме тому ключові компетентності вважаються універсальною основою для навчання впродовж життя та професійного розвитку фахівця [6, с. 15; 7, с. 26].

У працях українських дослідників (зокрема, Н. Козак, Н. Саєнко, Ю. Лавриш, І. Литовченко) підкреслюється, що сучасна система освіти повинна орієнтуватися на формування особистості, здатної до критичного мислення, комунікації, самоосвіти та інноваційної діяльності. Такі компетентності набуваються не лише через академічне навчання, а й у процесі практичного використання цифрових технологій [4, с. 220; 7, с. 27; 9].

На думку В. Ю. Бикова, цифровізація є провідним чинником інформатизації освіти, який забезпечує створення відкритого освітнього простору та доступ до сучасних навчальних ресурсів [1, с. 15]. Учений наголошує, що саме завдяки цифровим технологіям можлива індивідуалізація навчального процесу, орієнтація на самостійність студента і гнучкість освітніх траєкторій. Подібної думки дотримується О. В. Соснін, який визначає інформаційні ресурси як стратегічний інструмент розвитку людського потенціалу [12, с. 2; 13, с. 23].

Іноземні науковці J. Cabero-Almenara та F. D. Guillén-Gámez у дослідженні “Digital Competence of Higher Education Students as a Predictor of Academic Success” (2022) підкреслюють, що цифрова компетентність є не просто складовою освітнього процесу, а чинником успішності навчання. Автори доводять, що рівень цифрової грамотності безпосередньо корелює з академічними результатами студентів, їх мотивацією та здатністю до самостійного навчання [19].

Аналіз праць О. М. Спірина показує, що інформаційно-комунікаційна компетентність є одним із ключових компонентів професійно-педагогічної діяльності. Учений визначає її як здатність ефективно використовувати цифрові засоби для пошуку, аналізу, створення та передачі інформації [14, с. 10]. Цей підхід важливий не лише для підготовки майбутніх учителів, а й для студентів будь-яких спеціальностей, оскільки цифрова комунікація є універсальною навичкою сучасного фахівця.

Ці положення перегукуються з ідеями А. Ferrari та Y. Punie, які у своїй праці “Digital Competence in Practice: An Analysis of Frameworks” (2013) розробили модель DigComp — європейську систему оцінювання цифрової компетентності громадян. Вона охоплює п’ять сфер: інформаційна грамотність, комунікація, створення контенту, безпека та вирішення проблем [20]. Зазначена модель активно впроваджується в освітні програми різних країн і є орієнтиром для розробки національних стандартів цифрової компетентності [10; 18].

В українському контексті Наказ МОН України №38 від 15 січня 2019 року започаткував Проєкт цифрової компетентності, який адаптує європейські стандарти до національної системи освіти. Цей документ визначає цифрову компетентність як здатність упевнено, критично й етично використовувати цифрові технології у навчанні, професійній діяльності та повсякденному житті [10].

Кількість користувачів смартфонів в Україні, за даними дослідження «Детектор медіа», у 2018 році перевищила 85% населення, що свідчить про

глибоку інтеграцію цифрових технологій у побут та комунікацію [5]. Цей показник безпосередньо впливає на зміну поведінки студентів як активних користувачів цифрового контенту: навчання, комунікація, самопрезентація та навіть дослідження здійснюються за допомогою мобільних додатків та онлайн-платформ [10].

Питання використання цифрових освітніх середовищ у навчальному процесі досліджували також С. Трубачева, О. Мушка та П. Замаскіна, які зазначають, що цифровізація освіти під час воєнного стану в Україні стала критично необхідною умовою забезпечення безперервності освітнього процесу [15, с. 50]. Автори підкреслюють, що саме під час кризи цифрові технології продемонстрували свою ефективність як засіб комунікації, навчання та психологічної підтримки студентів.

К. Журавель [3] у своїй статті про платформу Wordwall детально описує можливості створення інтерактивних завдань для перевірки знань, що робить процес навчання більш динамічним і мотивуючим. Вона зазначає, що застосування подібних ресурсів сприяє розвитку гнучких навичок — зокрема, вміння співпрацювати, вирішувати проблеми й застосовувати знання в нових контекстах.

Схожі результати наводить І. Кучерак, який дослідив вплив цифровізації на формування ключових компетентностей у студентів педагогічних спеціальностей. На його думку, діджиталізація не лише оптимізує освітній процес, але й стимулює розвиток творчості та самостійності, що є складовими ключових компетентностей [9].

Отже, проведений аналіз літератури дозволяє зробити висновок, що цифрові технології виступають інтеграційним чинником формування ключових компетентностей студентів. Вони забезпечують умови для розвитку комунікативної, інформаційної, соціальної та креативної компетентностей, а також створюють новий формат освітньої взаємодії, у якому студент виступає активним суб'єктом навчання [2, с. 79; 4, с. 220; 15, с. 47; 19; 21].

Розвиток ключових компетентностей студентів у цифровому освітньому середовищі передбачає створення умов, у яких технології не лише допомагають засвоювати матеріал, а й формують активну, відповідальну, творчо мислячу особистість. На думку Н. Козак, компетентність не зводиться до сукупності знань і навичок — це інтегративна характеристика особистості, що формується через діяльність, спілкування та взаємодію [7, с. 30]. У цифровому просторі ці процеси набувають нового виміру: технології стають середовищем комунікації, пізнання й самореалізації.

Застосування цифрових платформ, таких як Wordwall, Miro та Canva, суттєво розширює можливості викладача у створенні інтерактивного навчального контенту, який сприяє розвитку ключових компетентностей студентів.

Так, К. Журавель [3] відзначає, що Wordwall дозволяє створювати ігрові завдання, кросворди, тести, що активізують пізнавальну діяльність студентів і сприяють кращому запам'ятовуванню навчального матеріалу. Залучення таких інструментів формує інформаційно-пошукову компетентність, оскільки студенти самостійно шукають, аналізують та узагальнюють дані для виконання завдань. Крім того, інтерактивні ігри створюють атмосферу змагання, яка стимулює розвиток комунікативних та соціальних умінь, адже виконання групових завдань потребує співпраці й взаємодії.

Інша платформа — Miro — має великий потенціал для розвитку креативної та аналітичної компетентностей студентів. Цей цифровий інструмент забезпечує можливість спільного створення ментальних карт, схем, діаграм, що дозволяє візуалізувати складні поняття й формувати логічні зв'язки між ідеями. За словами дослідників Саєнко Н. С. та Лавриш Ю. Е. [4, с. 220], використання таких середовищ у навчальному процесі сприяє формуванню критичного мислення, оскільки студенти навчаються структурувати інформацію, аргументувати позиції та приймати колективні рішення. Під час спільної роботи

у Miro розвивається культура співпраці, що є невід'ємною складовою соціальної компетентності.

Canva, як зазначають автори монографії «Інтеграція цифрових технологій в освітній процес» [4, с. 220], є прикладом універсального інструменту для візуальної творчості. У процесі створення інфографіки, презентацій чи візуальних есе формуються такі компетентності, як естетичне сприйняття, креативність, уміння презентувати результати діяльності, що є складовими ключової компетентності самовираження. Canva також розвиває інформаційну компетентність, оскільки користувач має опановувати принципи авторського права, відбору достовірних джерел і логічної побудови контенту [17].

Значний вплив на розвиток ключових компетентностей має проектне навчання, що базується на використанні цифрових інструментів. У цьому контексті дослідження Е. J. Tejada та J. E. Pozos [21] показують, що впровадження цифрових платформ у вищій школі сприяє підвищенню автономності студентів і розвитку відповідальності за результати спільної діяльності. Участь у командних цифрових проектах сприяє формуванню лідерських, організаційних і комунікативних навичок, що належать до соціальної компетентності.

С. Трубачева та О. Мушка [15, с. 48] звертають увагу на те, що в умовах війни та дистанційного навчання цифрові технології стали не просто засобом комунікації, а основою збереження освітнього процесу. Автори зазначають, що викладачі, які активно застосовують інтерактивні методи з використанням цифрових ресурсів, досягають більшої залученості студентів, підвищують рівень мотивації й довіри. Це безпосередньо впливає на розвиток емоційного інтелекту й психологічної стійкості студентів, що є важливою складовою ключових компетентностей сучасного фахівця [11; 15, с. 51].

На думку І. Кучерака [9], цифрове середовище формує нові умови для розвитку навчальної автономії: студенти отримують змогу планувати власну освітню траєкторію, добирати джерела, працювати з відкритими базами знань,

проходити онлайн-курси. Це формує самоосвітню компетентність, що стає базою для навчання протягом життя. Дослідник підкреслює, що ефективність такого навчання залежить не лише від технічних можливостей, але й від педагогічної підтримки викладача — наставника, який виступає фасилітатором процесу навчання [9].

Варто зазначити, що цифровізація освіти впливає не лише на зміст навчання, а й на освітню культуру студентів. Як зауважує Л. Фамілярська [16], цифрова педагогіка партнерства передбачає взаємоповагу, толерантність і відкритість у комунікації, а цифрові технології лише посилюють ці аспекти, створюючи середовище довіри та взаємодії. Використання електронних платформ підвищує прозорість навчального процесу, полегшує зворотний зв'язок і дає студентам змогу брати активну участь в оцінюванні власних досягнень.

Цифрові технології також сприяють розвитку інформаційної безпеки та етичної компетентності. Згідно з положеннями Європейської рамки цифрових компетентностей (DigComp), одним із ключових елементів цифрової грамотності є безпечне використання інформаційних технологій, захист персональних даних і критичне ставлення до інформації [18; 20]. У контексті української освіти це означає формування у студентів усвідомленого ставлення до власної цифрової поведінки, що є важливою умовою академічної доброчесності [2, с. 79; 10].

Важливим аспектом цифрової компетентності є вміння використовувати аналітичні та візуалізаційні інструменти. За даними дослідження Zakir S. (2025), студенти, які регулярно застосовують цифрові інструменти для аналізу даних, мають вищий рівень навчальних досягнень і кращу когнітивну гнучкість [22]. Це підтверджує, що цифрова грамотність безпосередньо впливає на розвиток когнітивної компетентності — здатності опрацьовувати інформацію, робити висновки та приймати рішення.

Загалом, цифровізація освіти сприяє комплексному розвитку особистості студента. Вона не лише змінює структуру навчального процесу, а й стимулює появу нових форм навчальної активності: онлайн-дискусії, цифрові проекти, мультимедійні презентації, гейміфікацію навчання. Ці форми створюють багаторівневу систему взаємодії, у якій поєднуються пізнавальна, соціальна та емоційна складові, що дозволяє всебічно формувати ключові компетентності студентів [2, с. 86; 4, с. 220; 7, с. 26; 15, с. 47; 19].

Проведене дослідження впливу цифрових технологій на формування ключових компетентностей студентів дало змогу виявити низку тенденцій, закономірностей і педагогічних умов, які визначають ефективність цього процесу.

Насамперед встановлено, що цифрові технології найбільше впливають на розвиток інформаційної, комунікативної, креативної та соціальної компетентностей. За результатами опитування, проведеного серед студентів Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, 82% респондентів зазначили, що використання цифрових платформ (Wordwall, Miro, Canva, Google Workspace) підвищило їхню мотивацію до навчання та сприяло розвитку навичок самостійного пошуку інформації. При цьому 67% відзначили, що робота з інтерактивними ресурсами допомогла покращити навички співпраці у групах, а 74% — що цифрові інструменти позитивно вплинули на їхню здатність презентувати результати власної діяльності.

Ці показники корелюють із висновками Cabero-Almenara J. та Gutiérrez-Castillo J. J. [19], які довели, що цифрова компетентність студентів є надійним предиктором академічного успіху, оскільки вона формує здатність ефективно працювати в онлайн-середовищі, критично мислити та самостійно вирішувати навчальні завдання. Аналогічно дослідження Zakir S. [22] підтверджує, що високий рівень цифрової грамотності студентів підвищує якість навчальних результатів і сприяє розвитку метакогнітивних навичок.

У процесі аналізу з'ясовано, що формування ключових компетентностей є найбільш ефективним за дотримання певних педагогічних умов, серед яких:

Інтеграція цифрових технологій у зміст навчальних дисциплін: важливо, щоб цифрові інструменти застосовувалися не епізодично, а системно, на всіх етапах навчального процесу — від подачі матеріалу до контролю знань. Наприклад, використання Wordwall для закріплення термінології, Miro для групового аналізу текстів і Canva для створення підсумкових проєктів сприяє багатовимірному розвитку компетентностей [3; 4, с. 220; 17].

Практична спрямованість навчання: згідно з підходом Козакової Г. О. [8, с. 90], цифрові інструменти повинні використовуватися для вирішення реальних навчальних завдань і моделювання професійних ситуацій. Так, створення візуальних проєктів у Canva або колаборативних дощок у Miro імітує сучасні форми командної роботи, які застосовуються в бізнесі, освіті, медіа. Це формує не лише професійні, а й соціальні компетентності студентів.

Підтримка з боку викладача як фасилітатора: на думку І. Кучерака [9], викладач у цифровому середовищі має виконувати не стільки роль джерела знань, скільки наставника, який супроводжує процес пізнання, мотивує студентів і сприяє формуванню їхньої автономії. Фасилітаційна модель взаємодії допомагає студентам відчувати відповідальність за результати навчання та формує усвідомлену самоосвітню компетентність.

Формування цифрової культури та безпеки: у контексті концепції «Digital Competence Framework for Citizens» [20] важливо розвивати не лише технічні навички, а й цифрову етику, культуру спілкування, критичне мислення. Як зазначає Фамілярська Л. [16], цифрова педагогіка партнерства ґрунтується на повазі до співрозмовника, академічній доброчесності й відповідальному ставленні до інформації. Ці риси є ключовими для розвитку громадянської компетентності.

Гейміфікація та рефлексія: елементи ігрових механік, які пропонує Wordwall, та візуальні шаблони Canva сприяють підвищенню емоційного

залучення студентів. При цьому важливо поєднувати ігрові методи з рефлексивними практиками — обговоренням, аналізом помилок, самооцінкою. Це сприяє формуванню метакогнітивної компетентності — здатності аналізувати власний досвід навчання [3; 17].

Крім того, дослідження показало, що ефективність використання цифрових інструментів залежить від рівня доступності ресурсів і технічної підтримки. Проблема цифрової нерівності, на яку звертає увагу Вовк О. Б. [2, с. 81], залишається актуальною: не всі студенти мають стабільний інтернет-доступ чи сучасні пристрої. Цей чинник знижує ефективність упровадження цифрових технологій і потребує державної підтримки освітньої інфраструктури.

Важливо також враховувати психологічний аспект цифрової освіти. Матеріали платформи «Всеосвіта» підкреслюють, що розвиток психологічної компетентності викладача є запорукою успішного впровадження технологій: саме педагог створює емоційно безпечне середовище, у якому студенти можуть експериментувати та самовиражатися [11].

Результати аналізу також свідчать, що цифровізація освіти не повинна замінювати традиційне навчання, а має його доповнювати. Поєднання очних і онлайн-форм створює ефект змішаного навчання, який, за висновками досліджень Трубаčeвої С. [15, с. 48] та Прохорової С. [4, с. 220], підвищує гнучкість освітнього процесу, забезпечує баланс між самостійністю та підтримкою викладача.

Отже, цифрові технології є не лише засобом навчання, а каталізатором освітніх змін, який забезпечує розвиток усіх груп ключових компетентностей. Реалізація цих процесів можлива лише за умови системного підходу, який поєднує педагогічну майстерність, технологічні інновації та психологічну підтримку студентів.

У результаті проведеного дослідження встановлено, що цифрові технології є потужним чинником формування ключових компетентностей студентів у сучасному освітньому просторі. Вони забезпечують не лише модернізацію

навчального процесу, а й створюють передумови для розвитку нової педагогічної культури, орієнтованої на інноваційність, гнучкість та міждисциплінарність.

Системний аналіз наукових джерел [1, с. 8; 4, с. 220; 7, с. 30; 9; 14, с. 11; 15, с. 52; 19; 21] показав, що ключові компетентності студентів є інтегративним утворенням, яке включає когнітивний, ціннісний, комунікативний та діяльнісний компоненти. Цифрові технології виступають засобом реалізації цих компонентів, оскільки дозволяють студентам отримувати знання з різних джерел, комунікувати в онлайн-просторі, творчо презентувати результати своєї діяльності й співпрацювати з іншими учасниками навчального процесу.

Зокрема, інтерактивні платформи Wordwall, Miro та Canva довели свою ефективність у формуванні інформаційної, соціальної та креативної компетентностей студентів. Їхнє використання сприяє активізації пізнавальної діяльності, розвитку критичного мислення, самостійності та здатності до командної роботи [3; 4, с. 220; 17]. Важливим є також їхній вплив на розвиток мотиваційної сфери студентів — навчання стає цікавим, практикоорієнтованим і персоналізованим.

Проведене опитування серед студентів виявило високий рівень позитивного сприйняття цифрових технологій у навчанні. Понад 80% респондентів відзначили, що інтерактивні інструменти підвищили їхній рівень цифрової грамотності та полегшили засвоєння теоретичного матеріалу. Водночас респонденти наголосили на необхідності подальшої цифрової підготовки викладачів, адже саме вони виступають посередниками між технологією та студентом, визначаючи методику її педагогічного застосування [9; 11; 16].

Отримані результати підтверджують, що цифровізація освіти є не короткочасною тенденцією, а сталим напрямом розвитку освітньої системи, який визначає якість підготовки фахівців і конкурентоспроможність вищої школи. Позитивний вплив цифрових технологій полягає у розширенні доступу

до знань, створенні інтерактивного навчального простору, розвитку навичок співпраці, самоменеджменту та критичного мислення.

Водночас дослідження виявило певні проблеми та виклики, що потребують подальшого вивчення. Серед них — нерівність цифрового доступу, недостатня цифрова компетентність окремих викладачів, фрагментарність методичного забезпечення цифрового навчання. Вирішення цих питань потребує комплексної державної політики у сфері цифрової освіти, а також підготовки педагогічних кадрів, здатних ефективно використовувати інноваційні технології [2, с. 85; 8, с. 90; 12, с. 2; 15, с. 50].

Перспективи подальших досліджень вбачаються у розробці моделей інтегрованого формування ключових компетентностей із використанням цифрових платформ, а також у створенні національної системи моніторингу рівня цифрової компетентності студентів. Важливим напрямом є також вивчення впливу цифрової комунікації на розвиток соціально-емоційного інтелекту, що є складовою сучасної гуманістичної освіти [11; 22].

Підсумовуючи, можна зробити висновки, що цифрові технології виступають не лише технічним засобом навчання, а стратегічним ресурсом освітньої інновації, який формує нову якість освіти — відкриту, інтерактивну, компетентнісно орієнтовану. Їхнє ефективне застосування дозволяє підготувати покоління студентів, здатних критично мислити, творчо діяти, відповідально комунікувати та навчатися протягом життя. Саме ці риси визначають основу ключових компетентностей людини XXI століття.

Література

1. Биков В. Ю. Сучасні завдання інформатизації освіти // Інформаційні технології і засоби навчання. – С. 6–15.
2. Вовк О. Б. Системи електронного навчання – нові форми сучасної освіти // Математичні машини і системи. – 2015. – № 3. – С. 79–86.
3. Журавель К. Wordwall у дії: детальний огляд платформи + інструкція, як створити інтерактивні завдання // Простір Медіа. – 2025. – URL: <https://prostor.media> (дата звернення: 14.10.2025).
4. Саєнко Н. С.,

Голуб Т. П., Лавриш Ю. Е., Лук'яненко В. В., Литовченко І. М. Інтеграція цифрових технологій в освітній процес: виклики та перспективи. – Київ: Центр учбової літератури, 2022. – 220 с. 5. Кількість користувачів смартфонів в Україні збільшилася до 85 % — дослідження // Детектор медіа. – 2018. – URL: <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/21573/> (дата звернення: 14.10.2025). 6. Ключові компетентності для навчання впродовж життя 2018. Цифрова компетентність. – 2018. – С. 12–15. 7. Козак Н. С. Формування ключових компетентностей студентів вишу // Сучасні досягнення в науці та освіті: зб. пр. XV Міжнар. наук. конф., м. Нетанія (Ізраїль). – Хмельницький: ХНУ, 2020. – С. 26–30. 8. Козлакова Г. О. Використання засобів Інтернету у науково-педагогічних дослідженнях // Нові інформаційні технології в навчальних закладах України. – Одеса, 2005. – С. 90. 9. Кучерак І. Цифровізація та її вплив на освітній простір у контексті формування ключових компетентностей // Теорія і методика професійної освіти. – 2020. – URL: http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2020/22/part_2/22.pdf (дата звернення: 14.10.2025). 10. Проєкт цифрової компетентності, розроблений на виконання Наказу МОН України № 38 від 15 січня 2019 року. 11. Психологічна компетентність викладача. Всеосвіта [електронний ресурс]. – URL: <https://vseosvita.ua/library/embed/000x8k-e974.docx.html> (дата звернення: 14.10.2025). 12. Соснін О. В. Проблеми державного управління системою національних інформаційних ресурсів із наукового потенціалу України. – Київ: Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2003. – 2 с. 13. Соснін О. В., Воронкова В. Г., Ажажа М. А. Інвестиції в людський розвиток в умовах глобальної трансформації. – Львів: Магнолія 2006, 2011. – С. 22–26. 14. Спірін О. М. Інформаційно-комунікаційні та інформатичні компетентності як компоненти системи професійно-спеціалізованих компетентностей учителя інформатики // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2009. – № 5 (13). – С. 9–11. 15. Трубачева С., Мушка О., Замаскіна П. Особливості проєктування освітнього середовища в умовах цифровізації суспільства під час воєнного

стану в Україні // Український педагогічний журнал. – 2023. – № 4. – С. 46–52.

16. Фамілярська Л. Діджиталізація процесу педагогіки партнерства в умовах нової української школи // Педагогіка партнерства як основа розвитку суб'єктів освітньої діяльності в умовах НУШ: матеріали наук.-практ. конф. – URL: <https://conf.zippo.net.ua/?p=152> (дата звернення: 14.10.2025).

17. Canva. Можливості Canva. [електронний ресурс]. – URL: https://www.canva.com/uk_ua/mozhlyvosti/ (дата звернення: 14.10.2025).

18. Annex to the Proposal for a Council Recommendation on Key Competences for Lifelong Learning. – European Commission, 2018. – URL: <https://ec.europa.eu/education/sites/education/files/annex-recommendationkey-competences-lifelong-learning.pdf> (дата звернення: 14.10.2025).

19. Cabero-Almenara J., Gutiérrez-Castillo J. J., Guillén-Gámez F. D., Gaete-Bravo A. F. Digital Competence of Higher Education Students as a Predictor of Academic Success // *Frontiers in Education*. – 2022. – DOI: 10.3389/educ.2022.873921.

20. Ferrari A., Punie Y. Digital Competence in Practice: An Analysis of Frameworks. – Joint Research Centre, European Commission, 2013.

21. Tejada E. J., Pozos J. E. Teachers' Digital Competencies in Higher Education: A Systematic Literature Review // *Educational Technology Research and Development*. – SpringerOpen, 2021.

22. Zakir S. та ін. Digital Literacy and Academic Performance: The Mediating Role of Digital Competence // *Frontiers in Education*. – Frontiers Media, 2025.

РОЗВИТОК НАВИЧКИ ГОВОРІННЯ ЧЕРЕЗ АДАПТАЦІЮ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ

Сініцина Д. І. (Харків)

Науковий керівник: к.ф.н., доцент Холмогорцева І. С.

Анотація: Сініцина Д. І. Розвиток навички говоріння через адаптацію навчального матеріалу. У статті розглянуто адаптацію навчального контенту як важливий чинник розвитку навичок усного мовлення. Проаналізовано етапи створення освітніх ресурсів та їх відповідність рівню підготовленості здобувачів освіти. Акцент зроблено на інтеграції цифрових технологій у мовну освіту. Окреслено можливості персоналізації навчального середовища. Визначено рекомендації щодо ефективного використання онлайн-платформ у навчальному процесі.

Ключові слова: адаптація навчального контенту, інтерактивні технології, мовна компетентність, персоналізоване навчання, розвиток усного мовлення, цифрові платформи.

Summary: Sinitsyna D. I. Development of Speaking Skills through the Adaptation of Educational Materials. The article examines the adaptation of educational content as a key factor in developing speaking skills. It analyzes the stages of creating learning resources and their alignment with learners' proficiency levels. Special attention is given to the integration of digital technologies into language education. The study outlines opportunities for personalized learning environments. Recommendations for the effective use of online platforms in the educational process are provided.

Keywords: adaptation of educational content, development of speaking skills, digital platforms, interactive technologies, language proficiency, personalized learning.

Актуальність. Процеси інтернаціоналізації, зростання академічної мобільності та розширення професійних зв'язків зумовлюють необхідність розвитку комунікативної компетентності студентів. Сьогодні особливого значення набуває опанування німецької мови, що зумовлено сучасними геополітичними обставинами та активними міграційними тенденціями. Водночас традиційна модель викладання іноземної мови у багатьох закладах вищої освіти, особливо немовних спеціальностей, ґрунтується переважно на розвитку навичок читання й письма, а також засвоєнні граматичних структур, тоді як удосконалення усного мовлення часто вважається другорядним компонентом.

Педагоги, які здійснюють навчання в онлайн- або змішаному форматі, відзначають, що через нестачу безпосередньої взаємодії здобувачам освіти складно підтримувати мовленнєвий контакт, що негативно впливає на якість розвитку говоріння. Однак усне мовлення залишається ключовим компонентом процесу вивчення іноземної мови, адже саме через комунікацію реалізується обмін думками, розвиток світоглядних позицій та формування діалогічного мислення.

Можна стверджувати, що студенти часто стикаються з труднощами у формуванні навичок усного мовлення, що вимагає цілеспрямованого методичного супроводу викладача та забезпечення сучасними навчальними ресурсами, відповідними рівню володіння мовою.

Наразі розвиток цифрових інструментів дозволяє трансформувати підходи до навчання, створюючи умови для індивідуалізації мовного матеріалу, особливо тих, хто вивчає німецьку мову на початковому або середньому етапах.

Новизна. У статті вперше комплексно розглянуто адаптацію навчального контенту як ключовий етап у процесі створення освітніх ресурсів для розвитку навичок усного мовлення в умовах цифровізації освіти. Новизна полягає в інтеграції сучасних цифрових технологій у процес адаптації навчальних матеріалів, а також висвітленні потенціалу візуальної інтеграції як засобу активізації мовленнєвої діяльності та формування АІ-грамотності.

Об'єкт: процес навчання усного мовлення здобувачів освіти з рівнем володіння мовою А1-В1.

Предмет: методичні підходи до адаптації навчального матеріалу з використанням цифрових платформ для розвитку навички говоріння.

Мета роботи: обґрунтування підходів до педагогічно доцільної адаптації навчального контенту для розвитку усного мовлення в умовах цифрового освітнього середовища, з урахуванням рівня мовної компетентності здобувачів освіти, їхніх комунікативних потреб та можливостей інтерактивних технологій, зокрема інструментів штучного інтелекту.

Висвітлення основного матеріалу. Розробка навчального контенту є складним і багаторівневим процесом, що включає низку взаємопов'язаних та ключових етапів. Разом із тим, ефективність навчального процесу залежить від відповідності навчальних матеріалів рівню знань здобувачів освіти. Тому, наразі адаптація освітніх ресурсів є дуже важливою складовою навчального процесу.

На основі аналізу наукової літератури можна стверджувати, що створення й оцінювання освітніх ресурсів є порівняно новим явищем у галузі методики викладання іноземних мов, що у практичному аспекті охоплює розробку, перевірку та адаптацію навчального контенту. Щодо адаптації, дослідники трактують її як процедуру, що здійснюється після етапу апробації. Проте, якщо апробація пов'язана з використанням підручника, то адаптація передбачає коригування окремих його елементів, що формують загальну архітектуру навчального курсу [5, с. 110]. Метою адаптації є покращення узгодженості матеріалу з конкретними обставинами його використання, а також компенсація внутрішніх недоліків, властивих оригінальним матеріалам [3, с. 62].

Адаптувати можна різні елементи навчальних матеріалів, залежно від вимог педагогічного контексту. Насамперед адаптації підлягає мовне оформлення, тобто формулювання інструкцій, пояснень і зразків, які мають бути чіткими та доступними для здобувачів освіти. Також корекції може потребувати структура навчального процесу, зокрема моделі управління аудиторією і форми взаємодії між учасниками. Змістовна складова (теми, ситуації та культурні контексти) повинна відповідати інтересам і попередньому досвіду здобувачів освіти. Нарешті, ключовим аспектом є рівень складності матеріалу, що має бути співвіднесений із рівнем підготовленості та навчальними здібностями тих, хто навчається [1, с. 154].

На сучасному етапі розвитку суспільства цифрові технології для адаптації мовного контенту демонструють зростаючий рівень взаємодії з технологіями штучного інтелекту, великими масивами даних і мультимедійними платформами. Сучасні інноваційні рішення спираються на віртуальну

реальність, інтерактивні пристрої та хмарні ресурси, що надає можливість адаптувати освітній контент до індивідуальних запитів студентів [2, с. 26].

Інструменти цифрової мовної освіти забезпечують оперативний зворотний зв'язок, дозволяючи здобувачам знань регулювати темп навчання, відстежувати власні успіхи, визначати слабкі аспекти та аналізувати персональні підходи до вивчення. Мовне навчання сьогодні вже не обмежується формальним простором, адже воно інтегрується у повсякденний досвід, що сприяє природному засвоєнню мовленнєвих умінь. Завдяки нейролінгвістичному програмуванню, автоматизованому розпізнаванню мовлення та інтелектуальним асистентам, цифрові платформи створюють можливості для соціальної взаємодії у віртуальних середовищах, наближених до реальних ситуацій [4, с. 7].

Одним із зручних сервісів адаптації навчального матеріалу для розвитку навичок говоріння є GPT, перевагою якого є здатність формувати адаптивний навчальний контент відповідно до рівня володіння мовними навичками, стилістичних характеристик або комунікативних цілей [6]. Наприклад, за допомогою покрокових підказок можна згенерувати невеликий текст, а згодом трансформувати його для різних аудиторій: змінити граматичну категорію особи, додати описові елементи, адаптувати структуру та стиль. Це сприяє втіленню принципів індивідуалізованого навчання й персоналізації освітнього середовища. Для наочності розглянемо це на прикладі теми “Mein Wohnort (Місце, де я живу)”.

Рівень A1

Текст:

Er heißt Max. Er ist 25 Jahre alt. Er wohnt in Berlin. Seine Wohnung ist klein, aber schön.

(Його звали Макс. Йому 25 років. Він живе у Берліні. Його квартира маленька, але гарна.)

Адаптації:

1-ша особа:

Ich heiße Max. Ich bin 25 Jahre alt. Ich wohne in Berlin. Meine Wohnung ist klein, aber schön.

3 прикметниками:

Ich bin freundlich und ruhig. Meine Wohnung ist modern und gemütlich. Berlin ist interessant.

Вправи для усного мовлення:

- Beschreiben Sie Ihren Wohnort. Wo wohnen Sie? (Опишіть своє місце проживання. Де Ви живете?)
- Fragen Sie Ihren Partner: Wo wohnst du? Wie ist deine Wohnung? (Поставте партнерові запитання: Де ти живеш? Яка твоя квартира?)
- Sagen Sie drei Sätze über Ihre Stadt mit Adjektiven (z. B. groß, schön, laut). (Скажіть три речення про своє місто з прикметниками.)

Rivень A2

Текст:

Max wohnt in einer kleinen Wohnung in Berlin. Sein Stadtteil ist ruhig und grün. In der Nähe gibt es viele Geschäfte und Cafés. Am Wochenende geht er gern spazieren oder trifft Freunde im Park.

(Макс живе в маленькій квартирі в Берліні. Його район тихий і зелений. Поруч є багато магазинів і кафе. На вихідних він любить гуляти або зустрічатися з друзями в парку.)

Адаптації:

1-ша особа:

Ich wohne in einer kleinen Wohnung in Berlin. Mein Stadtteil ist ruhig und grün. In der Nähe gibt es viele Geschäfte und Cafés. Am Wochenende gehe ich spazieren oder treffe Freunde im Park.

3 прикметниками:

Ich bin aktiv und freundlich. Meine Wohnung ist gemütlich, und mein Stadtteil ist schön. Berlin ist groß und lebendig.

Вправи для усного мовлення:

- Erzählen Sie über Ihren Wohnort: Wo wohnen Sie? Wie ist Ihr Stadtteil?
(Розкажіть про своє місце проживання: Де Ви живете? Який Ваш район?)
- Fragen Sie Ihren Partner: Was gibt es in Ihrer Nähe? (Поставте партнерові запитання: Що є поблизу Вашого дому?)
- Diskutieren Sie: Wo lebt man besser – in der Stadt oder auf dem Land?
(Обговоріть: Де краще жити – у місті чи в селі?)

Рівень B1

Текст:

Max lebt in Berlin, einer großen und modernen Stadt in Deutschland. Er wohnt in einem alten Haus im Stadtzentrum. Er mag das Stadtleben, weil es viele Möglichkeiten gibt: Museen, Theater, Restaurants und Veranstaltungen. Manchmal ist es aber laut und hektisch. Max interessiert sich für nachhaltiges Wohnen und möchte später aufs Land ziehen.

(Макс живе у Берліні — великому й сучасному місті Німеччини. Він мешкає в старому будинку в центрі міста. Йому подобається міське життя, бо воно пропонує багато можливостей: музеї, театри, ресторани та події. Але іноді воно шумне й метушливе. Макс цікавиться екологічним життям і хоче згодом переїхати до села.)

Адаптації:

1-ша особа:

Ich lebe in Berlin, einer großen und modernen Stadt. Ich wohne im Stadtzentrum, und ich mag das Stadtleben. Es gibt viele interessante Orte, aber manchmal ist es zu laut. Ich interessiere mich für nachhaltiges Wohnen.

З прикметниками:

Max ist umweltbewusst, kommunikativ und neugierig. Er wohnt zentral und aktiv.

Вправи для усного мовлення:

Erzählen Sie über Ihren Wohnort (6–8 Sätze): Wo wohnen Sie? Was gefällt Ihnen dort? (Розкажіть про своє місце проживання: Де Ви живете? Що Вам там подобається?)

Diskutieren Sie mit Ihrer Partnerin / Ihrem Partner: Stadt oder Land – was passt besser zu Ihnen? (Обговоріть із партнером: Місто чи село – що Вам більше підходить?)

Sprechen Sie über nachhaltiges Leben in der Stadt. (Поговоріть про екологічний стиль життя в місті.)

Можлива також візуальна інтеграція, яка сприяє розвитку усного висловлення. Опис зображення може бути трансформований у текстовий сценарій, або, навпаки, текст здатен слугувати підґрунтям для створення візуального контенту, що активізує мовленнєву діяльність і аналітичне мислення. Усе це сприяє становленню АІ-грамотності – здатності здобувачів знань усвідомлено, етично та результативно застосовувати штучний інтелект як інструмент навчання [7].

Висновки. Впровадження онлайн-платформ дедалі частіше трактується як актуальна необхідність організації освітнього процесу та ключовий компонент методики формування навичок усного мовлення. Зважаючи на те, що розвиток говоріння передбачає не лише опанування мовних структур, а й активну комунікативну діяльність, інтеграція цифрових ресурсів у навчальний процес повинна бути педагогічно виваженою та науково обґрунтованою.

На основі узагальнення науково-методичної літератури можна сформулювати такі рекомендації, що забезпечують оптимальну ефективність застосування цифрових платформ у розвитку навичок усного висловлення та адаптації навчальних матеріалів на різних рівнях володіння мовою:

- поєднання онлайн-інструментів із традиційними методами навчання;
- забезпечення методичної та технічної підтримки учасників освітнього процесу;
- підвищення професійної компетентності викладачів;

- здійснення системного моніторингу результативності інтеграції цифрових технологій у навчальний процес.

Варто підкреслити, що діджиталізація освіти не передбачає повного витіснення ефективних традиційних методів розвитку мовленнєвих умінь. Навпаки, доцільним є поєднання цифрових та аудиторних форматів роботи. За допомогою інтерактивних платформ здобувачі освіти можуть виконувати аудіозапис власного мовлення, проходити тренувальні вправи, працювати з відеоматеріалами, брати участь у віртуальних обговореннях чи форумах. Водночас навчальна взаємодія у традиційному форматі повинна орієнтуватися на безпосереднє спілкування, розвиток спонтанного діалогічного мовлення та структурованого монологічного висловлення.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні ефективності адаптації навчального контенту до рівня мовної компетентності здобувачів освіти з використанням цифрових платформ. Доцільним є також аналіз впливу візуальних та інтерактивних компонентів на розвиток усного мовлення в освітньому середовищі.

Література:

1. Холмогорцева І. С., Матвійчук О.М. Адаптація навчального матеріалу за допомогою штучного інтелекту при викладанні іноземної мови спеціального вжитку (на матеріалі Lextutor). *Інноваційна педагогіка*. 2025. Вип. 80. Т. 2. С. 153-156. DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2025/80.2.31>.
2. Dovhaniuk E., Piwowar A., Oliynyk N.. Multimodal and cognitive approaches to academic discourse in AI-supported learning. *Cognition, Communication, Discourse*. 2025. № 30. P. 24-39. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2025-30-02>.
3. McGrath I. *Materials Evaluation and Design for Language Teaching*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2002. 310 p.
4. Pikhart M. Ubiquitous Learning and the Role of Artificial Intelligence in Language Education. *Journal of Language and Cultural Education*. 2020. Vol. 8, № 1. P. 1–14. DOI: <https://doi.org/10.2478/jolace-2020-0001>.
5. Riazi A. M., Mosallanejad N. Evaluation

of learning materials: A new perspective. *Journal of Language Teaching and Research*. 2010. Vol. 1(5). PP. 435–445. 6. Sprakuko. ChatGPT im Unterricht: 18 Tipps für Sprachlehrende. *Sprache Kultur Kommunikation*. 2025. URL: <https://sprachekulturkommunikation.com/chat-gpt-im-unterricht> (дата звернення: 09.10.2025). 7. Verlag Klett. ChatGPT in der Unterrichtsvorbereitung: Beispiele und Tipps. *Klett Deutsch*. 2025. URL: <https://deutsch-klett.de/chatgpt-unterrichtsvorbereitung-mal-anders> (дата звернення: 09.10.2025)

УДК 378:81'243:004.9

ВИКОРИСТАННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ РЕСУРСІВ У НАВЧАННЯ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ НА ПРИРОДНИЧИХ ФАКУЛЬТЕТАХ

Смирнова О. І. (Харків)

Науковий керівник: к.ф.н., доцент Холмогорцева І. С.

Анотація: Смирнова О. І. Використання мультимедійних ресурсів у навчання німецької мови на природничих факультетах. Стаття присвячена вивченню ефективності використання мультимедійних ресурсів (аудіо-, відео-, інтерактивних програм та онлайн-платформ) у формуванні іншомовної лексичної компетентності студентів природничих спеціальностей. Проведено експеримент із порівнянням результатів експериментальної та контрольної груп, що підтвердив підвищення продуктивності мовлення та мотивації до навчання.

Ключові слова: аудіо, відео, інтерактивні програми, іншомовне навчання, лексична компетентність, мультимедійні ресурси, онлайн-платформи, студенти природничих спеціальностей.

Summary: Smyrnova O. I. Use of Multimedia Resources in Teaching German Language at Natural Science Faculties. The article deals with studying the effectiveness of using multimedia resources (audio, video, interactive programs, and online platforms) in developing foreign language lexical competence in students majoring in natural sciences. An experiment was conducted comparing the results of the experimental and control groups, which confirmed an increase in speech productivity and motivation to learn.

Keywords: audio, foreign language learning, interactive programs, lexical competence, multimedia resources, online platforms, students of natural sciences, video.

У сучасній вищій освіті іншомовна підготовка студентів немовних факультетів є невід'ємною складовою їхньої професійної мобільності та конкурентоспроможності. Посилення міжнародної взаємодії, участь молодих фахівців у міжкультурних комунікативних ситуаціях, інтеграція у світове професійне середовище вимагають від них здатності ефективно використовувати іноземну мову у практичній, освітній та професійній діяльності. У цих умовах вирішального значення набуває сформованість лексичної компетентності, яка забезпечує змістовність, точність і природність мовлення, а також створює основу для реалізації всіх інших компонентів комунікативної компетентності. Попри численні дослідження в галузі методики навчання іноземних мов, проблема ефективного розвитку лексичної компетентності студентів нефілологічних спеціальностей залишається недостатньо розробленою з огляду на специфіку їхніх освітніх потреб та обмежений час аудиторної підготовки.

Сучасні підходи до формування комунікативної компетентності (Д. Гаймс [11], М. Кенейл і М. Свейн [8], рекомендації CEFR [9]) підкреслюють ключову роль лексичного компоненту як основи мовленнєвої діяльності. Однак аналіз методичної літератури та педагогічної практики свідчить, що лексичний компонент часто опрацьовується фрагментарно: недостатньо розвивається рецептивна база, не приділяється належна увага колокаційності, семантичним зв'язкам, прагматичним аспектам уживання, інтеграції лексики з граматиною. Для студентів нефілологічних спеціальностей це створює труднощі у подальшому професійному спілкуванні, виконанні проєктних завдань, підготовці презентацій та участі в академічних дискусіях. Тому актуальним є науково підґрунтоване уточнення структури іншомовної лексичної компетентності, визначення її складників та розроблення підходів до її формування у студентів немовних факультетів за допомогою медіаресурсів.

Актуальність зумовлена потребою підвищення якості іншомовної підготовки студентів природничих факультетів та необхідністю ефективного формування їхньої професійної лексичної компетентності, а використання різноманітних медіаресурсів відкриває можливості для доступу до автентичної термінології, реальних комунікативних ситуацій і сучасних професійних дискурсів.

Об'єктом нашого дослідження є процес формування іншомовної комунікативної компетентності студентів немовних факультетів, в той час як предмет – застосування мультимедійних ресурсів (аудіо-, відеоматеріалів, інтерактивних програм та онлайн-платформ) як засобу підвищення ефективності формування іншомовної лексичної компетентності студентів природничих спеціальностей.

Метою роботи є емпіричне підтвердження ефективності застосування мультимедійних ресурсів (аудіо-, відео-, інтерактивних програм та онлайн-платформ) у процесі формування іншомовної лексичної компетентності студентів природничих спеціальностей, зокрема студентів 1 курсу хімічного факультету під час вивчення німецької мови.

Висвітлення основного матеріалу. Лексична компетенція – це складова іншомовної комунікативної компетентності, що включає знання словникового складу мови (значення слів, багатозначність, сполучуваність, стилістичні особливості) та вміння адекватно використовувати лексичні одиниці в усному й писемному мовленні залежно від комунікативної ситуації. За Л. М. Сідак, лексична компетенція визначається як здатність оперувати словами на основі знань про їх значення, структуру, словотвірні та семантичні особливості, а також добирати слова відповідно до норм літературної мови та комунікативних намірів [6, с. 135].

Поняття комунікативної компетентності, запропоноване Д. Гаймсом, ширше за знання граматики і включає вміння використовувати висловлювання

відповідно до соціального контексту [11, с. 277]. Таким чином, достатній словниковий запас є необхідним для реалізації комунікативних намірів мовця.

Структура іншомовної лексичної компетентності є багаторівневою і включає когнітивний, рецептивний, продуктивний та прагматичний компоненти, які забезпечують повноцінне володіння лексикою та її адекватне використання у різних комунікативних ситуаціях.

Рецептивний компонент відповідає за розпізнавання, розуміння та інтерпретацію лексичних одиниць у читанні й аудіюванні. Він включає: розпізнавання форми слова, денотативне та конотативне значення, семантичні зв'язки та вміння виводити значення з контексту. Формування рецептивного компоненту підтримується через вправи на фонетичне розпізнавання, контекстні підстановки, семантичні карти та закриті тексти [3; 5].

Продуктивний компонент забезпечує активне використання лексики у мовленні. Він включає лексичний вибір, комбінування слів у колокації, граматичну інтеграцію, функціональну адекватність та креативність. Цей компонент формує здатність добирати слова відповідно до комунікативного наміру, соціального контексту та жанру висловлювання, комбінувати їх у природні сполучення та демонструвати стилістичну гнучкість [3; 7]. Для студентів нефілологічних спеціальностей продуктивний компонент є особливо важливим для професійного спілкування та міжкультурної комунікації.

Когнітивний компонент охоплює знання про форму слова, його значення, граматичні характеристики та семантичні зв'язки, що забезпечує усвідомлене вживання лексики в мовленні. Він включає концептуальні знання, семантичні зв'язки та ментальний лексикон, формує глибину розуміння слів і дозволяє переходити від декларативного знання до практичного використання [3; 5; 6].

Прагматичний компонент визначає здатність використовувати лексику доречно та ефективно, враховуючи комунікативний намір, соціальні ролі, культурні норми та жанр висловлювання. Він охоплює прагмалінгвістичні, соціо-прагматичні, когнітивно-інтерпретативні, жанрово-дискурсивні та

інтерактивні навички, а також стратегічну компетенцію для компенсації лексичних прогалин. Формування цього компоненту є ключовим для практичного та професійного використання мови [8; 9, 12].

Таким чином, лексична компетенція забезпечує не лише знання слів, а й здатність гнучко, доречно та ефективно застосовувати їх у спілкуванні, що особливо важливо для студентів нефілологічних спеціальностей у професійній та міжкультурній комунікації.

Професійно орієнтована лексика є основою іншомовної професійної комунікації, оскільки забезпечує готовність студентів виконувати фахові мовні дії: написання звітів, презентацій, участь у нарадах та переговорах. Дж. Річардс визначає її як «сукупність лексичних одиниць, що відображають концепти, процеси та соціальні практики конкретної професійної сфери» [16, с. 246], підкреслюючи функціонально-комунікативний аспект. Т. Дадлі-Еванс і М. Сент-Джон наголошують на дискурсивно-жанровій орієнтації, включаючи терміни, кліше та стійкі словосполучення, характерні для професійного дискурсу [10, с. 75]. В українській методиці С. Ю. Ніколаєва визначає професійну лексику як систему, що формується з урахуванням потреб студентів та розвитку їх мовної компетентності [4, с. 214]. Вона є комплексним інструментом для розуміння, створення й передачі знань у професійному середовищі. Усвідомлене її використання дозволяє студенту орієнтуватися у специфіці професійного дискурсу, відчувати значеннєві та стилістичні відтінки слів і застосовувати їх у комунікації як живий ресурс.

У сучасній методиці використовують кілька підходів, кожен із яких визначає способи відбору лексики, організацію навчального процесу та розвиток професійних мовленнєвих навичок. Серед них: комунікативний підхід, що орієнтований на формування лексичних умінь через реальні мовленнєві ситуації, рольові ігри, дискусії та обговорення кейсів [1]; лексичний підхід, що було розроблено М. Льюїсом, акцентує увагу на колокаціях, фразових одиницях і кліше, які формують основу комунікативної компетенції [13]; когнітивний

підхід розглядає лексику як частину асоціативних мереж і концептуальних схем у свідомості [14; 15]; жанрово-дискурсивний підхід підкреслює навчання лексики у конкретних професійних ситуаціях, що забезпечує контекстуалізацію [16; 17]; та технологічний підхід, який передбачає використання цифрових інструментів, інтерактивні платформи включно.

Останній підхід має на увазі залучення мультимедійних ресурсів, які поєднують у собі різні форми подання інформації – текст, звук, зображення, відео, анімацію та інтерактивні елементи – у цифровому середовищі та використовуються для підтримки навчального процесу [2, с. 340].

В межах нашого дослідження ми дотримувались технологічного підходу, на основі якого було проведено педагогічний експеримент. Експеримент було спрямовано на перевірку ефективності використання мультимедійних ресурсів у формуванні іншомовної лексичної компетентності студентів першого курсу хімічного факультету під час вивчення німецької мови. У дослідженні брали участь дві групи студентів: експериментальна, яка працювала з аудіо-, відео-, інтерактивними програмами та онлайн-платформами, та контрольна, що навчалася за традиційною методикою з підручником.

На **діагностичному етапі** визначався початковий рівень лексичної компетентності студентів за трьома темами: *Labor und Forschung*, *Chemische Elemente* та *Umwelt und Energie*. Для цього використовувалися тестування на рецептивну та продуктивну лексику, спостереження, аудіоінтерв'ю, інтерактивні вправи H5P, флешкартки Quizlet, відео із заповненням пропусків, усні та письмові завдання, а також дебати.

Формувальний етап передбачав активне впровадження мультимедійних ресурсів у навчальний процес. Студенти експериментальної групи працювали з подкастами Deutsche Welle, фрагментами аудіокниг, навчальними відео YouTube та серіями DW Nicos Weg. Для тренування лексики використовувалися Quizlet та Kahoot!, а для інтерактивних вправ – H5P. Онлайн-платформи Deutsche Welle, Spielekiste.de та LernDeutsch забезпечували можливості самостійної роботи.

Структура кожного заняття включала мотиваційний вступ, роботу з лексикою, продуктивну мікро-діяльність і формувальну перевірку, що поєднувала рецептивні та продуктивні види діяльності. Теми проходилися поетапно: *Labor und Forschung* – тижні 2–3, *Chemische Elemente* – тижні 4–6, *Umwelt und Energie* – тижні 7–9, з проміжним та підсумковим тестуванням для оцінки прогресу.

На контрольному етапі проводилося підсумкове тестування студентів обох груп, щоб визначити рівень сформованості лексичних умінь після формувального впливу. Використовувалися контрольні тести з аудіювання, читання, усного та письмового мовлення, спостереження за мовленнєвою активністю, а також анкетування щодо використання мультимедійних ресурсів. Оцінювання здійснювалося за критеріями точності, варіативності, контекстної доречності та швидкості добору лексики.

Аналіз результатів проміжного та підсумкового контролю підтвердив високу ефективність використання мультимедійних ресурсів у навчанні німецької мови студентів природничих спеціальностей. Порівняння показників експериментальної та контрольної груп показало, що застосування аудіо-, відео- та інтерактивних платформ сприяло значно більш динамічному розвитку лексичної компетентності, особливо у продуктивному мовленні.

Середнє зростання результатів у студентів експериментальної групи склало близько 20 %, тоді як у контрольній групі – лише 9 %, що свідчить про ефективніше формування навичок сприймання, запам'ятовування та активного використання лексики. Найбільш помітний прогрес спостерігався у студентів із початково середнім рівнем знань, для яких мультимедійні засоби забезпечили індивідуалізацію навчання та можливості самоконтролю.

Висновок. проведене дослідження підтвердило, що використання мультимедійних ресурсів (аудіо-, відео-, інтерактивних програм та онлайн-платформ) значно підвищує ефективність формування іншомовної лексичної компетентності студентів природничих спеціальностей. Результати експериментальної групи показали більш динамічне зростання рівня лексичних

умінь порівняно з контрольними студентами, особливо у продуктивному мовленні. Мультимедійні ресурси сприяли не лише кращому запам'ятовуванню та актуалізації лексики, а й індивідуалізації навчання та розвитку самоконтролю у студентів із середнім початковим рівнем знань.

Подальші дослідження можуть зосередитися на комплексному впровадженні мультимедійних ресурсів у професійно орієнтоване навчання студентів різних спеціальностей, зокрема з використанням адаптивних платформ та штучного інтелекту для індивідуалізації процесу. Також перспективним є вивчення впливу мультимедіа на розвиток міжкультурної комунікації, професійного дискурсу та інтеграції лексики з іншими компонентами комунікативної компетентності в умовах дистанційного та змішаного навчання.

Література

1. Григор'єв І. Ю., Григор'єва В.В. Використання методу рольової гри на уроках англійської мови у початковій школі. VI Міжнародна науково-практична інтернет-конференція (20-21 квітня 2023 р., м. Запоріжжя), 2023. С. 107–109.
2. Лавриненко Т. П., Туровська Г. Д. Мультимедійні засоби та їх роль у вивченні іноземних мов. Від викладання дисциплін – до освоєння наук: трансформація змісту, технологій освітньої діяльності та розвиток педагогічної майстерності : збірник матеріалів науково-методичної конференції, 31 січня 2013 р., Київ : КНЕУ ім. В. Гетьмана, 2013. с. 339–340.
3. Межов О. Г., Костусяк Н. М. Формування лексичної і граматичної компетентностей майбутніх філологів в умовах дистанційного навчання. Інформаційні технології і засоби навчання, 2021, Том 84, №4. С. 104–125.
4. Ніколаєва С. Ю. Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах: Підручник. Київ: Ленвіт, 2011. 328 с.
5. Романчук С. Роль когнітивно-комунікативного підходу у вивченні іноземних мов студентами. International Science Journal of Education and Linguistics. Vol. 2, No. 6, 2023, pp. 34–47.
6. Сідак Л. М. Лексична компетентність. Мова української юриспруденції : навч. посіб. Харків, 2020. Розд. 5. С. 135–160.
- 7.

Тарнопольський О. Б. Методика навчання іноземного мовлення у вищій школі: Навч. посібник. Київ: Фенікс, 2012. 284 с. 8. Canale M., Swain M. Theoretical Bases of Communicative Approaches to Second Language Teaching and Testing. *Applied Linguistics*. 1980. № 1 (1). P. 1–47. 9. Council of Europe. Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment. Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 273 p. 10. Dudley-Evans T., St John M. J. Developments in English for Specific Purposes: A Multi-Disciplinary Approach. Cambridge: Cambridge University Press, 1998. 301 p. 11. Hymes D. On Communicative Competence. *Sociolinguistics*. Harmondsworth : Penguin, 1972. P. 269–293. 12. Lakoff G. Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind. University of Chicago Press. 1987. 632 p. 13. Lewis M. The Lexical Approach: The State of ELT and a Way Forward. Hove: Language Teaching Publications, 1993. 200 p. 14. Naumenko L., Oliynyk O. The Cognitive Approach to Teaching Students English Terminological Lexis of the Subject Field of “Microeconomics”. *PSYCHOLINGUISTICS*, 2018. № 24(2), 236–253. 15. Vovk Y. I. Cognitive Approach to Language Teaching. *European Researcher*, 2012. № 35(11-3), 2056–2059. 16. Teaching Texts Through Genres. A functional, contextual view on language [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.teseopress.com/teachingtextsthroughgenres/chapter/a-functional-contextual-view-on-language/> (access date: 10.11.2025). 17. The Concise Encyclopedia of Applied Linguistics. Genre-Based Language Teaching / Genre and Discourse Analysis [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.oreilly.com/library/view/the-concise-encyclopedia/9781119147367/c12.xhtml> (access date: 10.11.2025).

МОВНА МАНІПУЛЯЦІЯ В АНГЛОМОВНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕКСТАХ

Ткаченко А. С. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук, доцент Язловицька О. В.

Анотація: Ткаченко А. С. **Мовна маніпуляція в англomовних маркетингових текстах.** Стаття присвячена аналізу мовної маніпуляції в англomовних маркетингових текстах. Дослідження виявляє комплексний характер маніпулятивного впливу, який реалізується через поєднання лексичних, граматичних, стилістичних і прагматичних засобів. У роботі визначено основні емоційні, когнітивні та соціальні стратегії мовної маніпуляції та розкрито їхню роль у формуванні споживчої поведінки.

Ключові слова: емоційний вплив, маркетинговий текст, мовна маніпуляція, реклама, стратегія впливу.

Summary: Tkachenko A. S. **Linguistic manipulation in English-language marketing texts.** The article explores linguistic manipulation in English-language marketing texts as a multidimensional mechanism of persuasive influence. It examines the interaction of lexical, grammatical, stylistic, and pragmatic devices that construct emotional, cognitive, and social impact on consumers. The research identifies dominant manipulative strategies – emotional-evaluative, cognitive-framing, and social-normative – which function through hidden linguistic means of persuasion.

Keywords: advertising discourse, emotional appeal, linguistic manipulation, marketing communication, persuasive strategy.

Актуальність обраної теми зумовлена тим, що в умовах інформаційного суспільства мова реклами стала потужним інструментом формування масової свідомості. Рекламний дискурс сьогодні не лише інформує, а й моделює поведінку споживача, впливаючи на його емоційний і когнітивний рівні. Англomовні маркетингові тексти, що домінують у глобальному інформаційному просторі, виконують роль засобу прихованого переконання, де лінгвістичні ресурси поєднуються з психологічними механізмами впливу. Саме тому дослідження мовної маніпуляції є важливим для сучасної лінгвістики, медіакомунікації та маркетингової психології.

Наукова новизна полягає у комплексному підході до вивчення мовної маніпуляції – через інтеграцію лінгвістичного, когнітивного та психолінгвістичного аналізу. Уперше систематизовано три взаємопов'язані рівні

впливу: емоційний, когнітивний і соціальний. Запропоновано класифікацію маніпулятивних стратегій англomовного рекламного дискурсу, що охоплює емоційно-оцінну, когнітивно-рамкову та соціально-нормативну моделі. Доведено, що ефективність реклами базується на здатності мови формувати приховані установки, маскуючи переконання під інформування чи розвагу.

Об'єктом дослідження є англomовні маркетингові тексти як частина сучасного рекламного дискурсу. Предметом – мовні засоби, стилістичні прийоми й комунікативні стратегії, що забезпечують маніпулятивний вплив на адресата.

Метою є виявлення механізмів мовної маніпуляції в англomовних маркетингових текстах і аналіз їхнього впливу на когнітивний та емоційний рівні сприйняття.

Матеріалом дослідження слугували автентичні англomовні маркетингові тексти, відібрані з друкованих та електронних джерел. У добірку увійшли рекламні слогани, інтернет-банери, пости у соціальній мережі Instagram та відео-реклама на YouTube.

Реклама становить один із найвпливовіших жанрів сучасного медіадискурсу, поєднуючи функції інформування, естетичного впливу та психологічної дії [7, с. 3–6; 8, с. 12–14]. У ній втілюються приховані механізми мовної маніпуляції, що спираються на сукупність лінгвістичних, когнітивних і соціальних стратегій [5; 10, с. 8]. Центральною фігурою рекламного дискурсу є адресат, на якого здійснюється вплив через багат шарову систему мовних засобів [17, с. 5–12].

На граматичному рівні домінують імперативні конструкції типу «Buy now!», «Feel the magic!», що стилізуються під дружню пораду, але насправді є імпульсивним закликem до дії [7, с. 59–60]. Теперішній час, який часто використовується у рекламних слоганах («guarantees freshness», «brings joy»), створює ілюзію стабільності й надійності [9, с. 61]. Конструкції умовного типу, як-от «If you choose us – you win more», моделюють вигідний результат вибору.

Еліптичні фрази на кшталт «No limits», «Only the best» посилюють динаміку повідомлення й додають упевненості.

Стилістичний рівень реалізується через образні засоби – метафору, гіперболу, контраст, персоніфікацію, неологізми й алюзії [10, с. 144–148]. Метафора створює новий образ продукту, наділяючи його людськими рисами: «Make it wonderful» (Jacobs Coffee), «Because you're worth it» (L'Oréal) [12; 13; 14; 15]. Гіпербола підсилює вплив, наприклад: «the most trusted brand worldwide». Алюзії звертаються до спільних культурних кодів, поглиблюючи комунікацію з адресатом [10, с. 145]. Неологізми, наприклад, «Frappuccino» формують сучасний імідж у сфері реклами, тим, що надають відчуття унікальності та новизни [1, с. 474]. Такі стилістичні прийоми маскують маніпуляцію під художню виразність.

Когнітивний вимір маніпуляції реалізується через створення фреймів – структурованих інтерпретацій дійсності [2, с. 76]. Рекламний текст акцентує увагу лише на перевагах товару, ігноруючи або згладжуючи недоліки. Конструкції типу «guarantees quality» чи «ensures success» активують когнітивну евристику – спрощений тип мислення, що знижує рівень критичного аналізу [3, с. 252]. Так створюється «позитивна рамка», в межах якої реципієнт мимоволі сприймає інформацію на користь бренду.

Емоційна стратегія маніпуляції спрямована на виклик почуттів радості, довіри, ностальгії. Відеореклами Jacobs Coffee (The Magic Aroma) використовуює образи, формуючи асоціації з домашнім затишком. Звуковий супровід і візуальний наратив посилюють цей ефект [12; 13]. У рекламі Glossier фокус робиться на персоналізованій лексиці типу «you deserve to feel good in your skin», що апелює до теми прийняття себе [8]. У кампаніях L'Oréal гасло «Because you're worth it» набуває значення соціальної норми, закріплюючи установку на самоповагу й емоційний зв'язок із брендом [14; 15].

Соціальна маніпуляція в рекламі спирається на апеляцію до суспільних норм та ідеї приналежності до певної групи. Фрази на зразок «chosen by

millions», «most loved worldwide» створюють ефект соціального схвалення й належності до більшості, активуючи ефект «соціального доказу» [6]. Унаслідок цього виникає ілюзія правильного вибору, підкріплена відчуттям безпеки та соціальної інтеграції.

Інтеграція лінгвістичних, когнітивних і емоційних елементів забезпечує глибоку психолінгвістичну дію. Маніпулятивні стратегії стають частиною комунікативного стилю бренду, спрямованого на формування поведінкових патернів і стійких асоціацій. Особливу ефективність забезпечує прихованість впливу – адресат не усвідомлює маніпуляції, сприймаючи її як природну інформацію. Це підтверджує, що рекламна мова є інструментом моделювання реальності, який впливає на емоції, мислення та соціальну поведінку споживача [10, p. 162–197].

Узагальнюючи, можна стверджувати, що мовна маніпуляція в англomовних рекламних текстах є багаторівневою системою, яка охоплює емоційні, когнітивні та соціальні механізми впливу. Вона реалізується через поєднання експресивної лексики, синтаксичних конструкцій, стилістичних фігур і прагматичних стратегій, які забезпечують латентний, але ефективний вплив [5].

Ключовим здобутком дослідження стало виявлення трикомпонентної моделі маніпуляції: емоційного, когнітивного й соціального рівнів, що функціонують у тісній взаємодії. Емоційний компонент активізує підсвідомі реакції через позитивно забарвлену лексику й образність; когнітивний – спрощує складну реальність через фреймування; соціальний – апелює до почуття належності та соціальної підтримки.

Виявлено, що ефективність маніпуляції зумовлена її мультимодальною природою: вербальні засоби взаємодіють із візуальними, аудіальними та кінетичними елементами, формуючи єдиний комунікативний простір, який посилює психологічний вплив.

Результати підтверджують, що рекламна мова є не просто інструментом інформаційного впливу, а засобом конструювання соціокультурної реальності.

Через мовні стратегії бренди формують нові ціннісні орієнтири й поведінкові моделі, перетворюючи рекламу на простір прихованої ідеології споживання.

Перспективи дослідження можуть бути спрямовані на вивчення мовної маніпуляції в умовах цифрової комунікації: у соціальних мережах, нативній рекламі, інфлюенсер-маркетингу, де домінують персоналізовані алгоритми. Актуальним також є порівняльний аналіз маніпулятивних стратегій у різних культурах – англомовній, українській, франкомовній – для виявлення універсальних та специфічних особливостей рекламного дискурсу.

Загалом дослідження підтверджує значущість аналізу мовної маніпуляції не лише з теоретичної точки зору, а й для практичної реалізації в лінгвістиці, психології реклами та медіакомунікації. Це дозволяє глибше зрозуміти механізми формування масової свідомості в інформаційну епоху.

Література:

1. Арешенкова Ю. Неологізми як засіб увиразнення рекламних текстів. *Філологічні студії*. 2013. № 9. С. 473–479.
2. Дороніна Т. Стереотипи у рекламному дискурсі: когнітивний підхід. *Філологічні студії*. 2021. №34. С. 75–83.
3. Кононенко І. Культурні моделі у рекламі та їхній вплив на адресата. *Мовознавство*. 2020. №3. С. 101–109.
4. Лінгвістичні засоби маніпуляції в медійному дискурсі та їх відтворення. Київський національний лінгвістичний університет. URL: <https://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/814> (дата звернення: 22.08.2025).
5. Матушевська Н. В. Мовна маніпуляція як різновид маніпулятивного впливу. URL: <https://eprints.zu.edu.ua/20415/> (дата звернення: 22.08.2025).
6. Мачульська К. Я. Комунікативні стратегії і тактики у рекламних слоганах Інтернет-магазинів. *Науковий блог*. URL: <https://naub.oa.edu.ua/komunikatyvni-stratehiyi-i-taktyky-u-r-2/> (дата звернення: 31.10.2025).
7. Cook, G. *The Discourse of Advertising*. 2nd ed. London, 2001. 230 p.
8. Glossier Official Instagram Page // Instagram. URL: <https://www.instagram.com/glossier?igsh=MWo1b29sbXc1eWh3Mg==> (Дата звернення: 26.10.2025).
9. Goddard A. *The Language of Advertising*. 2nd ed.

London, 2018. 224 p. 10. Heath R. Seducing the Subconscious: The Psychology of Emotional Influence in Advertising. London, 2012. 262 p. 11. Holt D. Cultural Strategy: Using Innovative Ideologies to Build Breakthrough Brands. Oxford, 2010. 280 p. 12. Jacobs Coffee Commercial // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Sqy-qmj9XOY> (дата звернення: 31.10.2025). 13. Jacobs Coffee. Tracks & Fields. URL: <https://www.tracksandfields.com/blog/2023/09/21/jacobs-coffee/> (Дата звернення: 26.10.2025). 14. L'oreal Paris. URL: <https://www.lorealparisusa.com/because-youre-worth-it> (дата звернення: 31.10.2025). 15. L'Oréal Official Website. L'Oréal Group. URL: <https://www.loreal.com/en/> (Дата звернення: 26.10.2025).

УДК 81.243:37.02(373)

ДІЯЛЬНІСНИЙ ПІДХІД ДО ВИКЛАДАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У СТАРШІЙ ШКОЛІ

Чуянова Я. М. (Харків)

Науковий керівник: доктор філол. н., проф. Морозова О. І.

Анотація: Чуянова Я. М. Діяльнісний підхід до викладання англійської мови у старшій школі. Стаття присвячена теоретичному обґрунтуванню діяльнісно-орієнтованого підходу до розвитку англійськомовної комунікативної компетенції учнів старшої школи з використанням дескрипторів Додаткового тому Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти.

Ключові слова: англійська мова, дескриптор, діяльнісно-орієнтований підхід, Додатковий том, Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти (CEFR), методика викладання, старша школа.

Abstract: Chuianova Y. M. The Action-Oriented Approach to Teaching English in Upper Secondary School. This article examines the theoretical foundations of the action-oriented approach to developing the communicative competence of upper secondary school learners. The approach applies descriptors from the Companion Volume to the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR).

Keywords: action-oriented approach, Common European Framework of Reference for Languages (CEFR), Companion Volume, descriptor, English language, language teaching methodology, upper secondary school.

Сучасні підходи до навчання іноземних мов усе більше орієнтуються на практичність та результативність, що передбачає розвиток умінь учнів діяти в автентичних комунікативних ситуаціях, а не лише засвоювати теоретичні знання про мову. Особлива потреба в такому підході простежується у шкільному курсі англійської мови, де провідним очікуванням учнів є швидке формування реальних мовленнєвих умінь. Одним із найбільш ефективних напрямів наближення навчання до реальної комунікації є діяльнісно-орієнтований (action-oriented) підхід, методологічні основи якого викладено у Додатковому томі «Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти» (CEFR) [2].

Огляд наукових джерел демонструє, що проблема впровадження діяльнісно-орієнтованого підходу у процес навчання англійської мови посідає помітне місце в сучасних лінгводидактичних дослідженнях. Теоретичним підґрунтям цього підходу є концепція учня як соціального агента. Методологічні засади та практичні механізми діяльнісного підходу детально представлено в наукових працях Е. Піккардо, а також у спільних дослідженнях Е. Піккардо та Б. Норта [5–7]. В українському науковому дискурсі питання інтеграції цього підходу в освітній процес розробляли А. А. Заслужена, А. П. Сабітова та В. М. Донченко [1]. Історичний розвиток методів навчання іноземних мов і ширший контекст зміни педагогічних парадигм всебічно проаналізовано у роботах Д. Річардса та Т. Роджерса [8].

Актуальність дослідження визначається потребою обґрунтувати застосування діяльнісно-орієнтованого підходу в умовах сучасної української мовної освіти.

Об'єктом дослідження є діяльнісний підхід до навчання іноземної мови, тоді як предметом виступає потенціал використання дескрипторів Додаткового

тому «Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти» для оцінювання ефективності впровадження цього підходу в старших класах мовних шкіл.

Мета роботи полягає у теоретичному доведенні обґрунтованості застосування діяльнісно-орієнтованого підходу з метою формування комунікативної компетентності учнів закладів освіти гуманітарного профілю.

Теоретичне підґрунтя дослідження спирається на еволюцію методологічних поглядів щодо навчання іноземних мов. Як підкреслюють Д. С. Річардс і Т. С. Роджерс, протягом ХХ століття ідея методу як системи педагогічних практик, заснованих на певному розумінні природи мови та принципів її засвоєння, відігравала визначальну роль, а «пошук кращих методів був основним заняттям багатьох викладачів та прикладних лінгвістів» [8, с. 1]. Цей розвиток відбувався поступово: від граматико-перекладного методу з його орієнтацією на читання класичних текстів, переклад, заучування правил і мінімальну увагу до усної комунікації [8, с. 5–6] — до підходів Реформаторського руху та Прямого методу, які згодом підготували підґрунтя для комунікативної методу. Подальшим етапом стала поява завданнєвого підходу, який, за словами Р. Елліса, можна розглядати як «посилену версію комунікативного підходу» [4, с. 30]. Діяльнісно-орієнтований підхід, розроблений у «Загальноєвропейських рекомендаціях з мовної освіти», продовжив цю методологічну лінію [2, с. 9], надавши ширше тлумачення поняттю «завдання» та підкресливши соціальну природу мовленнєвої діяльності, розглядаючи учня не лише як користувача мови, а як соціального агента.

Ретроспективний аналіз розвитку методик навчання іноземних мов засвідчує поступову трансформацію педагогічних підходів, яка відображає не лише зміну наукових орієнтирів, а й реагування на освітні та соціальні запити різних історичних періодів. Граматико-перекладний метод, що колись вважався прогресивним, поступово втратив ефективність, оскільки його використання зводилося до відтворення формальних структур й відповідало вимогам

стандартизованого оцінювання, а не реальної комунікації. Суперечності такого підходу спричинили появу Реформаторського руху, який започаткував перехід до принципів природного засвоєння мови, що згодом було розвинуто в межах Прямого методу, орієнтованого насамперед на усну взаємодію без опори на переклад. Подальший розвиток цієї парадигми зумовив формування комунікативного підходу, у центрі якого опинилося практичне використання мови. Логічним продовженням таких тенденцій стало завданнєво-орієнтоване навчання, де виконання автентичних комунікативних завдань визначає структуру навчального процесу. Найновішим етапом цієї еволюції постає діяльнісний підхід, який не лише інтегрує здобутки попередніх методів, а й доповнює їх соціальною перспективою, трактуючи учня як активного учасника взаємодії в реальних ситуаціях. У підсумку зміна методологічних орієнтирів вказує на відхід від суто формального засвоєння мовних структур на користь формування повноцінної комунікативної компетентності, необхідної для успішного міжкультурного спілкування.

Діяльнісний підхід вбачає основним завданням мовного навчання підготовку учнів до виконання соціально значущих дій за допомогою мови у реальних ситуаціях комунікації. У «Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти» [2] фіксується відхід від традиційної моделі навчання мови, орієнтованої на чотири окремі навички — аудіювання, читання, говоріння та письмо — на користь підходу, що відображає соціальну природу мовлення. Замість навичок запропоновано класифікацію, засновану на чотирьох типах мовленнєвої діяльності: сприйняття, продукування, інтеракції та медіації [2, с. 33]. Зміна перспективи, а саме розуміння інтеракції як процесу спільного створення сенсу, суттєво вплинула на педагогічні практики, формати оцінювання, структуру навчальних матеріалів та загальне бачення ролі учня як активного учасника соціальної взаємодії. У Додатковому томі «Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти» [2] вперше

запропоновано дескриптори медіації, а також розширено поняття плюрилінгвальної та плюрикультурної компетентностей.

Перехід до діяльнісно-орієнтованого підходу зумовив переосмислення поняття «завдання», яке тепер розглядається не як допоміжний елемент уроку, а як ключова організаційна одиниця навчального процесу. У «Загальноєвропейських рекомендаціях з мовної освіти» завдання трактується широко: воно пов'язується з реальними ситуаціями особистого, соціального та професійного життя і передбачає виконання низки цілеспрямованих дій для досягнення конкретної й вимірюваної мети [3, с. 157]. Таким чином, автентичність завдання визначається не лише мовним контекстом, а насамперед його реалістичністю, практичною значущістю та орієнтацією на результат.

У межах цього підходу мова перестає бути кінцевою метою, натомість набуває ролі інструмента, необхідного для виконання завдання, коли цього потребує комунікативна ситуація [5, с. 27]. Завдання об'єднує в собі мовні ресурси, когнітивні стратегії, соціокультурні знання та навички співпраці, що робить його центральним елементом навчальної взаємодії.

Попри це, реалізація таких завдань у практиці викладання залишається непростим методичним викликом. Оскільки «Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти» мають описовий, а не інструктивний характер, вони не пропонують готових алгоритмів, а лише задають рамки для педагогічного осмислення. Як зазначає Е. Піккардо, така свобода інтерпретації іноді викликає у викладачів невпевненість і відчуття «порожнечі» через відсутність чітких моделей реалізації [6, с. 26].

Діяльнісний підхід спирається на три ключові засади, що визначають його концептуальну специфіку та педагогічну цінність. Передусім, як підкреслюють Е. Піккардо та Б. Норт, цей підхід виходить із розуміння учня як соціального агента [6, с. 20–21], тобто учасника комунікації, здатного взаємодіяти з іншими й виконувати завдання в певному контексті та соціальному середовищі. Друга фундаментальна ідея пов'язана з автентичністю навчального процесу:

навчальна діяльність має бути спрямована на виконання реальних комунікативних завдань, що відтворюють типові мовленнєві ситуації повсякденного життя. У Додатковому томі «Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти» наголошено, що саме завдання забезпечують логічну послідовність між плануванням, навчанням і оцінюванням, виступаючи структурною основою навчальної програми [2, с. 18]. Третій принцип — спільне створення значення — підкреслює, що мовна компетентність формується не лише через рецепцію та продукцію, а в процесі інтеракції, де учасники спільно вибудовують зміст висловлення [2, с. 17].

Запровадження діяльнісно-орієнтованого підходу передбачає переосмислення ролей учасників освітнього процесу. Якщо раніше провідною функцією вчителя була передача знань, то тепер він виступає фасилітатором, координатором, організатором навчальної взаємодії та оцінювачем результатів. Водночас змінюється й статус учня, який розглядається як активний учасник комунікації, відповідальний за власне навчання. Важливо підкреслити, що цей підхід не відкидає вивчення граматики чи літератури, а пропонує іншу перспективу: мова функціонує передусім як інструмент спілкування, а не як об'єкт накопичення знань [2, с. 20]. Звідси логічним є висновок, що навчальний процес має бути побудований навколо автентичних завдань, орієнтованих на досягнення конкретного результату або створення продукту, а не на опрацювання мовних одиниць у відриві від реального контексту.

В українському освітньому контексті внесок у впровадження діяльнісно-орієнтованого підходу зробили А. А. Заслужена, А. П. Сабітова та В. М. Донченко [1], які працювали над його практичним застосуванням у закладах вищої освіти. Дослідниці розробили систему завдань, що моделюють реальні або максимально наближені до реальності комунікативні ситуації та сприяють створенню автентичного мовного середовища. На їхню думку, саме такий формат навчальної діяльності здатний підвищити мотивацію студентів [1,

с. 15] завдяки його практичній значущості та зрозумілому зв'язку з використанням мови.

Система оцінювання за діяльнісно-орієнтованого підходу також радикально змінилася. Традиційно оцінювання розглядалось як фінальна фаза навчання, відірвана від процесу викладання. Метою була лише перевірка засвоєних знань у вигляді ізольованих тестів [6, с. 182]. З позицій діяльнісно-орієнтованого підходу оцінювання розглядається як інтегрована, невід'ємна частина навчання, що заходиться з ним у взаємозалежності [там само]. Така система дозволяє учню не чекати на фінальні іспити щоб дізнатися свій рівень, а отримати зворотній зв'язок одразу під час навчання. Це дозволить виявити прогалини та скоректувати подальший план навчання. Така модель оцінювання значно підвищує мотивацію учнів та їхню відповідальність за власні результати.

У фокусі навчального процесу опиняється не накопичення знань, а здатність застосовувати їх у реальних ситуаціях. Досягнення цієї мети забезпечується критеріальним підходом до оцінювання, який ґрунтується на дескрипторах «Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти» та вимірює рівень комунікативної взаємодії учня, а не порівнює його успішність із результатами інших учасників навчання [6, с. 183]. Така система оцінювання вирізняється високим ступенем прозорості та об'єктивності, оскільки її критерії сформульовані у вигляді чітких та зрозумілих описів умінь («can do»), а не залежать від індивідуальних очікувань вчителя. Завдяки цьому у навчальному середовищі формується атмосфера довіри, що сприяє готовності учнів ризикувати й експериментувати з мовою. Учень розуміє, який результат вважається досягнутим і яких умінь він має оволодіти, що, своєю чергою, розвиває навички саморегуляції, метакогнітивну компетентність та навчальну автономію.

У діяльнісно-орієнтованому підході система оцінювання ґрунтується на дескрипторах, визначених у «Загальноєвропейських рекомендаціях з мовної

освіти» [2]. Усі дескриптори структуровано у дві взаємопов'язані групи. Перша група — дескриптори комунікативних видів діяльності, що визначають, які саме дії учень може виконувати під час реценції, продукції, інтеракції та медіації [2, с. 57]. Друга група — дескриптори компетенцій, що описують рівень якості виконання цих дій та охоплюють лінгвістичні, соціолінгвістичні й прагматичні складові мовленнєвої поведінки [2, с. 101].

У вітчизняній освітній практиці викладачі іноземних мов переважно орієнтуються на дескриптори першої групи, тобто ті, що описують здатність учня виконувати певні мовленнєві дії. Зазвичай оцінюється сам факт виконання завдання: чи може учень написати електронного листа, підготувати презентацію або взяти участь у певному виді комунікативної діяльності. Водночас друга група дескрипторів — ті, що відображають якість виконання дії, ступінь доречності мовлення, уміння підтримувати дискусію та ефективно взаємодіяти,— у процесі оцінювання часто залишається поза увагою. На думку Е. Піккардо та Б. Норта, саме складність інтерпретації дескрипторів компетентностей є причиною того, що викладачі уникають їх застосування, віддаючи перевагу простішим і зрозумілішим формулюванням першої категорії [5, с. 261].

Такий підхід робить оцінювання частково неповним: фіксується лише виконання завдання, проте не аналізується, *як* учень виконав його та чи може переносити сформовані навички у професійний або академічний контекст. Наприклад, якщо учень бере участь у дебатах на екологічну тематику, дескриптори четвертого розділу «Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти» засвідчують факт його здатності підтримувати дискусію та аргументувати позицію. Однак поза аналізом залишаються такі аспекти, як уміння адаптувати мовлення у відповідь на аргументи опонента, використання відповідних дискурсивних формул ввічливості, рівень спонтанності мовлення чи кількість пауз.

Для забезпечення об'єктивності та відповідності принципам діяльнісно-орієнтованого підходу система оцінювання має охоплювати обидві групи дескрипторів. Використання лише одного типу показників спотворює результати та звужує розуміння мовленнєвої компетентності. Ігнорування аспектів якості виконання мовленнєвих дій може призвести до відставання української освітньої системи від сучасних європейських стандартів, у яких оцінювання комунікативної діяльності — не рекомендація, а необхідна складова мовної підготовки.

Висновки. Поява діяльнісно-орієнтованого підходу є закономірним етапом розвитку методики викладання іноземних мов. Цей підхід відповідає запитам сучасного суспільства щодо формування фахівців, здатних взаємодіяти в полікультурному середовищі та вирішувати складні професійні й соціальні комунікативні завдання. Однак його повноцінне впровадження у навчальний процес вимагає наявності відповідних педагогічних інструментів, що поєднують соціальний контекст, логіку виконання завдань та рефлексію. Одним із таких інструментів, який інтегрує всі ключові характеристики підходу, є дескриптори, які, однак, треба застосовувати під час розробки систем завдань, що моделюють реальні умови застосування мови,—сценаріїв.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у розробленні сценаріїв діяльнісно-орієнтованого навчання для різних вікових категорій та рівнів володіння мовою, що дозволить широко застосувати діяльнісно-орієнтований підхід у різних освітніх контекстах.

Література

1. Заслужена А. А., Сабітова А. П., Донченко В. М. Діяльнісно-орієнтований підхід у викладанні іноземних мов. *Інноваційна педагогіка*. 2023. Вип. 59, т. 1. С. 12–15. DOI: 10.32782/2663-6085/2023/59.1.
2. Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment: Companion Volume. Strasbourg, 2020. 280 p.
3. Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment. Cambridge : Cambridge University

Press, 2001. 273 p. 4. Ellis R. Task-based Language Learning and Teaching. Oxford : Oxford University Press, 2003. 387 p. 5. Piccardo E., North B. The Action-oriented Approach: A Dynamic Vision of Language Education. Bristol : Multilingual Matters, 2019. 350 p. 6. Piccardo E. From Communicative to Action-Oriented: A Research Guide. Ottawa : Canadian Steering Committee for the Renewal of French as a Second Language, 2015. 55p. URL: https://transformingfsl.ca/wpcontent/uploads/2015/12/TAGGED_DOCUMENT_CSC605_Research_Guide_English_01.pdf (дата звернення: 13.08.2025). 7. Piccardo E. From Communicative to Action-Oriented: A New Path for Language Teaching. *Synergies Europe*. 2010. No. 5. P. 69–82. URL: <https://www.researchgate.net/publication/267042662> (дата звернення: 29.08.2025). 8. Richards J. C., Rodgers T. S. Approaches and Methods in Language Teaching. 2nd ed. Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 261 p.

УДК 811.111'42:502

ЕКОЛІНГВІСТИЧНІ МАРКЕРИ КОМУНІКАТИВНОГО КОНТАКТУ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ СИБЛІНГІВ

Шкурка Е. А. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук, доцент Шпак О. В.

Анотація: Шкурка Е. А. Еколінгвістичні маркери комунікативного контакту в англomовному дискурсі сиблінгів. У статті на основі функціонально-комунікативного методу з'ясовано, як у спілкуванні англomовних сиблінгів реалізується баланс між фатичними та інформативними складовими комунікативного контакту; як досягається унісонність спілкування; а також порушення яких екологічних принципів мовлення викликає дисонансність. Окреслено значущу роль невербальних та паравербальних компонентів як маркерів екологічності та неекологічності у комунікації. До того ж, виявлено принципи екологічного спілкування англomовних сиблінгів.

Ключові слова: дискурс, дисонансність, екологічність, інформативність, комунікативний контакт, невербальні компоненти комунікації, унісонність, фатичність.

Summary: Shkurka E. Ecolinguistic Markers of Communicative Contact in English-Speaking Sibling Discourse. The article, based on the functional-communicative method, examines how English-speaking siblings maintain a balance between the phatic and informative components of communicative contact, how unison in communication is achieved, and which violations of ecological speech principles lead to dissonance. The significant role of nonverbal and paraverbal components as markers of ecological and non-ecological communication is outlined. Furthermore, the principles of ecological communication among English-speaking siblings are identified.

Key words: communicative contact, discourse, dissonance, ecolinguistics, informative, nonverbal components of communication, phatic, unison.

Еколінгвістика є сучасною галуззю мовознавства, яка вивчає взаємодію мови з соціальними та культурними контекстами і показує, як мовні практики впливають на людину, довкілля, соціум. Вивчення англомовного дискурсу сиблінгів з метою визначення принципів екологічного спілкування з урахуванням культурних, соціальних та дискурсивних чинників є актуальною еколінгвістичною проблемою сучасності.

Об'єкт дослідження становить англомовний дискурс сиблінгів. Предметом вивчення виступають маркери екологічності комунікативного контакту, вербальні й невербальні способи і засоби встановлення, підтримки та розмикання комунікативних контактів у дискурсі сиблінгів.

Мета роботи полягає у вивченні фатичних, інформативних, унісонних та дисонансних функції комунікативних контактів задля визначення та систематизації еколінгвістичних маркерів комунікативного контакту в англомовному дискурсі сиблінгів.

Таким чином, наукова новизна дослідження вбачається у виявленні принципів екологічності та визначенні еколінгвістичних маркерів комунікативного контакту в англомовному дискурсі сиблінгів.

Еколінгвістика поєднує два виміри: «еко» означає вивчення мови у зв'язку з довкіллям, а «лінгвістика» – застосування мовознавчих методів [8, с. 3]. У концепції Е. Хаугена екологія мови спрямована на дослідження, документування й збереження мов, що перебувають під загрозою зникнення, як частини культурної спадщини [6, с. 120]. Еколінгвістичний підхід розглядає

мову не ізольовано, а в природному, соціокультурному, когнітивному й комунікативному контекстах, підкреслюючи взаємний вплив мовних процесів і середовища [2, с. 128].

Дискурс виходить за межі лінгвістичних структур, охоплюючи соціальні, культурні, когнітивні та прагматичні умови комунікації. У прагмалінгвістичному підході його розглядають як інтерактивну діяльність учасників спілкування. Він включає етапи встановлення та підтримки контакту, обміну інформацією і емоціями, взаємного впливу та поєднання комунікативних стратегій із вербальними й невербальними проявами. Дискурс охоплює і процес, і результат спілкування, відзначаючись безперервністю та діалогічністю [4, с. 25–28].

Особистісно-орієнтований дискурс розглядається як неофіційне спілкування осіб, знайомих на близькому рівні [5, с. 64]. Він інтегрує мовну форму, зміст і дії учасників, враховуючи їхні особистісні та соціальні характеристики. Такий дискурс функціонує не лише для передачі інформації, а й для вираження власної позиції, створення взаєморозуміння та підтримки міжособистісних зв'язків. Мовна особистість, як носій індивідуальної та колективної свідомості, проявляється через участь у комунікації та мовні стереотипи. Особистісно-орієнтований неінституційний дискурс відображає унікальний мовний досвід учасників, роблячи комунікацію індивідуалізованою, гнучкою та адаптивною. Мова та дискурс стають простором, де поєднуються і колективні смисли, і особистісні інтонації. Людина, як дискурсивна особистість, позиціонує себе в суспільстві чи групі, визначає вибір стилю спілкування, тональність висловлювань та спосіб взаємодії з іншими дискурсивними особистостями, роблячи дискурс унікальним для кожного комуніканта. Це не просто обмін інформацією, а спосіб прояву індивідуальності та висловлення власного світогляду.

Дискурс сиблінгів розуміється як форма комунікації між братами та сестрами, яка відображає їхні взаємини, емоційні зв'язки та навіть соціальні

ролі в родині. Цей тип дискурсу вивчається в контексті розвитку мови, соціалізації та міжособистісних відносин (Зверєва О., Солощук Л.В. та інші) [1, с. 63–68].

Теоретичний огляд підкреслює, що спільне перебування у родинному середовищі стимулює як наслідування, так і навпаки індивідуалізацію між братами та сестрами, що створює складні комунікаційні механізми, які одночасно сприяють і обмежують розвиток. Ця думка підтверджує, що сиблінги схильні до бажання бути одночасно схожими, та все ж різними. Такий дисбаланс, незалежно від того свідомий він чи не зовсім, впливає на формування їхніх особистісних рис та соціальних навичок.

Дискурс між братами та сестрами змінюється з часом. Після того як старший сиблінг починає жити окремо, конфлікти зменшуються, а близькість у спілкуванні зростає. Фізична та емоційна дистанція сприяє гармонізації стосунків і формуванню екологічного спілкування. Сучасні цифрові платформи – соцмережі, месенджери, відеодзвінки – дозволяють підтримувати контакт, ділитися досвідом і вирішувати конфлікти на відстані. Таким чином, для дискурсу сиблінгів важлива регулярність і щирість спілкування, навіть у віртуальному середовищі.

Комунікативний контакт у дискурсі поєднує мовні, прагматичні та екологічні засоби, через які будуються відносини [3, с. 172]. Контакт є ключовим для гармонійного та продуктивного спілкування, забезпечуючи взаєморозуміння між учасниками. Без налагодженого контакту навіть змістовна розмова може втратити сенс або перетворитися на конфлікт. У дискурсі братів і сестер контакт сприяє не лише передачі інформації, а й підтриманню емоційного зв'язку, роблячи взаємини теплішими та стійкішими.

Невербальні компоненти комунікації надають спілкуванню сиблінгів додаткових смислових відтінків, включаючи жести, міміку, інтонацію, просторові та тактильні взаємодії, які часто виникають підсвідомо й відображають внутрішній стан людини. Культура та контекст визначають їхнє

значення та інтерпретацію. За Л. В. Солощук, відсутність або наявність таких компонентів впливає не на факт комунікації, а на її якість [7, с. 59]. У сімейному спілкуванні контакт встановлюється через кінесичні, просодичні та проксемічні компоненти комунікації, як-то посмішки, погладжування, погляд та інтонацію, навіть коли адресат ще не розуміє слів. Ці сигнали забезпечують відчуття безпеки та любові у дитини та допомагають батькам відчувати її потреби, формуючи основу емоційного зв'язку та майбутнього розвитку мовлення й взаєморозуміння.

Під комунікативними приписами можна розуміти усталені норми мовленнєвої поведінки, які формують мовленнєві стандарти спілкування в межах певної культури чи соціальної групи. Вони охоплюють специфічні форми звертання, родинні прізвіска, висловлення в унісонних функціях висловлення почуттів, ідіоми, прислів'я англомовної культури: *Sisters are different flowers from the same garden* (Quotes. GoodReads). Порівняння сестер із квітами з одного саду передає дві ключові ідеї – сестри належать до однієї родини з спільними цінностями та традиціями, але водночас кожна з них залишається унікальною особистістю, подібно до того, як у саду не буває двох однакових квітів.

В еколінгвістичному аналізі комунікативного контакту сиблінгів важливо розрізняти функції висловлень як мовних маркерів, зокрема фатичні та інформативні. Висловлення у фатичних функціях, таких як висловлення подяки, підтримки, емоційного привітання або прощання тощо, є маркерерми підтримки контакту і емоційної близькості між співрозмовниками, тоді як висловлення в інформативних функціях, як спонування до дії, пояснення ситуації, інформування про плани тощо, забезпечують передачу нової або уточнюючої інформації. Наступний приклад діалогу між сиблінгами демонструє одночасне використання обох типів маркерів для створення гармонійного спілкування:

(1) Nancy: *Slow down, Mike. That's disgusting.*

Mike: *Do a lot of studying last night?*

Nancy: Yeah, actually, I did.

Mike: What was your test on again? Human anatomy? (Stranger Things).

У діалозі між Ненсі та Майком Віллерами спостерігається характерне поєднання фатичних та інформативних маркерів, типових для англomовного дискурсу сиблінгів.

Ненсі під час сніданку звертається до брата з емоційними висловлюваннями у фатичній функції запобігання діям, що викликають її відразу : *Slow down, Mike. That's disgusting.* Ці імперативне та стверджувальне висловлення сигналізують про емоційне ставлення адресанта до адресата, підтримує міжособистісний контакт і регулює поведінку за столом. Адресат у якості підтримки комунікативного ходу уживає питальне речення на перший погляд інформативного характеру *Do a lot of studying last night?*, але у даному комунікативному контексті носить фатичний характер і містить елемент жарту, що знижує напруження та підтримує контакт. Інформативний вимір проявляється у відповіді Ненсі: *Yeah, actually, I did*, яка передає конкретну інформацію та надає розмові когнітивного змісту. У фазі підтримання контакту Майк іронічно уточнює за допомогою питальних речень – маркерів – висловлень у функції уточнення інформації: *What was your test on again? Human anatomy?*, Межа між фатичними та інформативними маркерами розмита: інформативні висловлювання можуть супроводжуватися фатичними висловленнями у функції жарту чи іронізування. Діалог Ненсі та Майка демонструє динамічне поєднання емоційно-забарвленої фатичності та інформативного обміну, що свідчить про те, що дискурс сиблінгів виступає інструментом соціальної інтеграції та підтримки близьких стосунків. Така комунікація сиблінгів базується на спонтанних, емоційно забарвлених репліках, які виступають регуляторами соціальної взаємодії.

У наступному фрагменті комунікації на тему «Домашні обов'язки» також поєднуються фатичність та інформативність.

(2) *Brother: I've been up!*

Sister: Dude, I really asked just to help me with the dogs.

Brother: Yeah, and I said just wait five minutes bro... Jesus Christ... (YouTube video: Spending an entire day with my brothers).

Сестра, побачивши брата, встановлює контакт за допомогою висловлення в інформативній функції пояснення *Dude, I really asked just to help me with the dogs*, одночасно нагадуючи про практичне завдання і передаючи емоції. Фатичне звернення на жаргонне ім'я *Dude* створює тон невимушеної близькості, демонструючи інтимність і неформальність ситуації, характерну для сиблінгів. Водночас висловлення в інформативній функції повідомлення підспудно виражає розчарування, показуючи, що у близьких взаємодіях допустима пряма комунікація без формальної ввічливості. Відповідь брата *Yeah, and I said just wait five minutes bro...* підтримує контакт і додає інформаційності, повторюючи його позицію. Звернення *bro* і фатичний маркер – прецедентне ім'я – зітхання *Jesus Christ* ілюструють поєднання фатичних функцій роздратування і близькості, сигналізуючи про спільну ідентичність і рівність. Прохання сестри подане в неформальній, майже жартівливій формі, а відповідь брата балансувала між інформативним поясненням і фатичним висловленням емоції прикраси. Це ілюструє типову динаміку спілкування сиблінгів: швидке чергування турботи, вимог і піддражнювання задля розвитку контакту. Практичне повідомлення і емоційний компонент тут екологічно органічно поєднані, що робить комунікацію жвавою, природною та зрозумілою.

Аналіз діалогів показав, що фатичні та інформативні висловлення найчастіше поєднуються в межах одного комунікативного контакту (46 % випадків). Це свідчить про прагнення сиблінгів не лише передавати інформацію, а й підтримувати емоційний зв'язок, увагу та спільність досвіду. Для англомовного дискурсу характерна невимушена форма спілкування, де навіть інформативні повідомлення супроводжуються фатичними маркерами — жартами, вставними репліками або емоційними вигуками. Суто інформативні висловлення складають лише 23 %, переважно фатичні — 31 %. Таким чином,

більшість діалогів братів і сестер мають змішаний характер, де інформаційний зміст тісно пов'язаний із фатичною функцією підтримки родинного контакту та емоційною близькістю суб'єктів дискурсу сиблінгів.

У межах еколінгвістичного аналізу комунікативного контакту сиблінгів важливо розрізняти маркери унісонності та дисонансності. Унісонні маркери вказують на просування контакту гармонійно, покращення взаєморозуміння та висловлення емоційної близькості, тоді як дисонансні відображають наростання напруги, налаштованість на суперництво або відкритий конфлікт. Це підкреслює динамічність і багатовимірність спілкування, де моменти єдності та протиставлення часто співіснують.

(3) Sister 1: *I'm always wrong and she's always right.*

Sister 2: *That's nice language you've got there.*

Sister 1: *Why don't you shut up?* (YouTube video: Senior Sisters Fight and Curse Like Sailors for Almost a Century).

У цьому фрагменті комунікативна взаємодія між сестрами демонструє дисонансність і неекологічний контакт на тему «З'ясування стосунків». Перша сестра встановлює контакт за допомогою висловлення у дисонансній функції нарікання, а сарказм адресата підсилює напруженість, при цьому відсутні навіть невербальні маркери унісонності. Діалог неекологічно насичений звинуваченнями, сарказмом та наказовими репліками, що призводять до неекологічного розмикання контакту. Водночас такий стиль спілкування для цієї родини доволі звичний і сприймається як емоційний, ігровий обмін, а не серйозний конфлікт. Це демонструє, що дисонанс може бути органічною частиною комунікації сиблінгів.

Наступний фрагмент ілюструє страждання сиблінгів, що знаходяться у неблизьких емоційно стосунках:

(4) *I tried to explain my side of things. I wasn't at my best. For starters, I was still nervous, fighting to keep my emotions in check, while also striving to be*

succinct and precise. More, I'd vowed not to let this encounter devolve into another argument. But I quickly discovered that it wasn't up to me (p. 5, P. Harry, Spare).

У фрагменті з мемуарів Принца Гаррі ілюструється дисонансність у комунікації між братами на тему «Нерівність». Молодший принц королівської родини Гаррі намагається встановити контакт раціонально й стримано: *I tried to explain my side of things... striving to be succinct and precise*, що свідчить про прагнення до унісонності. Проте ситуація *But I quickly discovered that it wasn't up to me* демонструє розрив контакту та перехід до дисонансного емоційного стану. Емоційний контраст між самоконтролем Гаррі та некерованою динамікою розмови підкреслює маркери дисонансності, коли одна сторона намагається відновити контакт, а інша його руйнує. Тож дискурс сиблінгів часто поєднує прагнення до екологічного унісону з випадками непередбачуваних конфліктів, відображаючи одночасну присутність прив'язаності й братерної любові та боротьби за домінування.

Аналіз матеріалу показав, що англomовний дискурс сиблінгів поєднує унісонні і дисонансні функції висловлень у процесі комунікації, створюючи динамічність розвитку стосунків, як екологічних, так і неекологічних. Екологічність забезпечується балансом фатичних і інформативних складових комунікативного контакту, емоційною чутливістю, що виражається у проксемічних, кінесичних та просодичних компонентах комунікації, екологічними маркерами взаємної підтримки та жартування. Висловлення в унісонних функціях залучення до спільної діяльності, згадування приємного минулого та планування майбутнього зміцнюють єдність сиблінгів, а така лінгвістична складова, як домашня мова, й особистісно-орієнтовані невербальні засоби контакту роблять спілкування щирим і близьким. Контроль негативних емоцій забезпечує безпечний простір для обговорення найскладніших родинних проблем.

За результатами дослідження, екологічність комунікативного контакту в дискурсі сиблінгів відіграє ключову роль у розвитку соціальних і емоційних

навичок, формуванні довіри та підтримки в родині. Виявлені маркери та визначені принципи екологічного спілкування ілюструють основу гармонійних, підтримуючих родинних взаємин, підкреслюючи співпрацю, повагу та емпатію.

Перспективи подальших досліджень включають поглиблений аналіз міжкультурних відмінностей у дискурсі сиблінгів, а також вивчення впливу цифрових комунікацій на екологічність родинного спілкування. Також перспективними є дослідження вікових та психологічних аспектів взаємодії братів і сестер, ролі гендерних особливостей у комунікації та розробка практичних рекомендацій для навчання ефективному й екологічному спілкуванню у родині.

Література

1. Зверєва О.Г., Солощук Л.В. Соціальні ролі сиблінгів у сімейному дискурсі. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. 2010. Вип. 928. С. 63–68.
2. Самохіна В. О., Пасинок В. Г., Морозова О. І. Еколінгвістичний підхід до аналізу іноземних мов та педагогічного процесу їх навчання в українських вишах // *Якісна мовна освіта у сучасному глобалізованому світі: тенденції, виклики, перспективи* : матеріали I Всеукраїнської наук.-практ. конф., м. Суми, 23–24 листопада 2017 р. / за ред. В. А. Глущенко. Суми : Сумський держ. ун-т, 2017. С. 128–131.
3. Самохіна В. О., Шпак О. В. Екологія контакту в англomовному дискурсі : монографія. Харків. В. Н. Каразіна, 2019. 220 с. DOI: <https://doi.org/10.17507/tpls.1201.21>.
4. Шевченко І.С. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : [колект. монографія] / за ред. І. С. Шевченко. Харків .Константа, 2005. 356 с.
5. Шпак О. В. Екологія комунікативних контактів англomовних молодих людей. *Південний архів. Філологічні науки*. 2018. № 72. С. 63–66.
6. Haugen E. The ecology of language. *Linguistic Reporter*. 1971. P. 325.
7. Soloshchuk L. V. The Processes of Diversification of the Non-verbal Communicative Components in the Modern English Discourse. *Cognition, Communication, Discourse*, 2020, Vol. 21. P. 50–60. DOI: 10.26565/2218-2926-2020-21-04.
8. Stibbe A. Ecolinguistics: Language,

Ecology and the Stories We Live By. London, New York: Routledge, 2015. P. 210. 9. Whiteman S. D., McHale S. M., Soli A. Siblings' similarities and dissimilarities: A review of theoretical perspectives and empirical insights. Journal of Family Theory & Review. 2011. Vol. 3, № 2. P. 124–139. DOI: 10.1111/j.1756-2589.2011.00087.x. 10. Prince Harry, Duke of Sussex. Spare. London: Bantam, Transworld Publishers, Penguin Random House UK, 2023. ISBN 9780857504791.

УДК 502.11:659.126](430)

КОЛЬОРИ У НІМЕЦЬКІЙ ЕКОЛОГІЧНІЙ РЕКЛАМІ

ЯНКОВСЬКА Я. В. (ХАРКІВ)

Науковий керівник: канд. філол. наук, доцент Самаріна В. В.

Анотація: Янковська Я. В. **Кольори у німецькій екологічній рекламі.** Статтю присвячено дослідженню колористики у німецькій екологічній рекламі. Аналізується рекламна продукція провідних німецьких компаній та організацій, які активно просувають екологічні ідеї. У роботі визначені найбільш вживані кольори, які найчастіше використовуються, як в комерційній так і в соціальній сфері для формування екологічної свідомості населення.

Ключові слова: екологічна свідомість, екологія, кольори, німецька реклама.

Summary: Yankovska Y. V. **Colors in German ecological advertising.** The article is devoted to the study of coloristics in German ecological advertising. The advertising materials of leading German companies and organisations that actively promote ecological ideas are analyzed. The paper identifies the most frequently used colors that are commonly employed both in the commercial and social spheres to shape the ecological awareness of the population.

Key words: colors, ecological awareness, ecology, German advertising.

Відомо, що близько дев'яносто відсотків інформації людський мозок сприймає через зір. Візуальне сприйняття інформації у сто разів ефективніше від звукового [9]. Через зір сприймається кольорова гама. Застосування кольору в рекламі, або іншій сфері дозволяє впливати на глядача, викликати у нього позитивні, або, навпаки, негативні емоції, формувати відповідний образ і

спонукати до певних дій. Тому вкрай важливо вивчати практику використання кольорів в залежності від тематики реклами та її мовного супроводу.

Актуальність дослідження обумовлена тим, що в Німеччині екологічна реклама є досить поширеним явищем, вона впливає на громадську думку і формує екологічну свідомість населення. У зв'язку з цим, важливо вивчати ефективність її впливу, яка багато в чому залежить від візуального сприйняття і передусім через кольорову гаму. Об'єктом дослідження є німецька екологічна реклама, а предметом є її колористика.

Метою статті є вивчення кольорів, які є найбільш вживані в німецькомовній екологічній рекламі. Для цього нами було обрано рекламу продукцію відомих торгових брендів та громадських організацій Німеччини, які активно працюють у сфері екології та проаналізовано їхню візуальну рекламну продукцію.

Аналіз останніх досліджень. У процесі розвитку засобів масової інформації, і зокрема реклами, використання кольорів стало все більше цікавити копірайтерів, дизайнерів, маркетологів. Тому останні десятиліття проводиться активна науково-дослідна робота у цьому напрямку. Так, німецькомовну рекламу, використання невербальних засобів впливу, зокрема, кольорів, досліджено у дисертації Т.Б. Козак. У центрі уваги була семантика німецької лексики, яка пов'язана з кольорами та її генеза [7]. У дисертації С.О. Кантемір. досліджено семасіологічні характеристики прикметників кольору у німецькій мові, фактори, які впливають на вживання тих або інших прикметників [5].

Станом на сьогодні сформувалася окрема наука кольорознавство, яка вивчає роль кольору в різних сферах людської діяльності. Видано спеціальний навчальний посібник в якому розглядається вплив кольору на психіку людини та використання його, зокрема, в рекламі. Тут проаналізовано вплив кольорів на людину, в тому числі у разі їх поєднання. Виділено фактори, які впливають на використання того чи іншого кольору, значення кольору для оформлення

рекламної продукції тощо [8, с. 205–213]. У наукових публікаціях А. Девос, Г. Капніної, А. Советної аналізується на прикладі німецькомовної лексики назви кольорів, їх функції, значення в інтер'єрі, дизайні, рекламі [3, 6, 10]. Низка сучасних дослідників І. Блажей, А. Бурачек, В. Верстова, Д. Ярмолук, І. Жигало вивчають використання кольору в рекламі, маркетинговій політиці, роль психологічних аспектів у процесі сприйняття кольорів [1, 2, 4].

Семантика кольорів у німецькій лексиці вивчається за кордоном. Прикладом цього може бути дисертація К. Кауфман присвячена червоному та розовому кольорам в німецькій мові [14].

У цифровому словнику німецької мови наведена детальна етимологія кольорів в німецькій мові з 1600 р. і до сучасності з регіональними особливостями по Німеччині. Він дає загальну картину німецької колористики без екстраполяції на рекламний менеджмент [11, 12, 13].

Загалом слід зазначити, що зараз активно досліджується значення кольорів у різних сферах суспільства, в тому числі у рекламній сфері Німеччини. Поряд з цим, варто сказати, що рекламна діяльність – це відносно новий і швидкозростаючий напрямок суспільства, тому вкрай важливе подальше вивчення практичних здобутків у цій сфері.

Виклад основного матеріалу. У німецькому суспільстві проблема екології посідає важливе значення. Про це свідчать регулярні соціологічні опитування, які з 1996 року проводить Федеральне міністерство охорони навколишнього середовища та Федеральне агентство з охорони навколишнього середовища. З 2016 року результати досліджень показують, що більшість населення (за 50%) турбує проблеми екології [15]. Невипадково, що реклама з екологічної тематики постійно присутня в засобах масової інформації, торгівельних мережах, на вулицях міст тощо. Така рекламна продукція практично завжди містить ілюстрації з різноманітною кольоровою гамою. Приміром, відома міжнародна організація по захисту природи Greenpeace має свою символіку, що рекламується у кількох варіантах (рис 1,2).



Рис. 1 [16]



Рис. 2 [22]

Перша реклама виконана у зеленому кольорі на білому фоні. Зелений колір символізує природу, життя, екологічність і гармонію. На зображенні бачимо зелені силуети землі, людей, тварин та рослин, що підкреслює єдність людини з природою. Поєднання зеленого кольору з білим вважається доволі ефективним. Рекламний текст з назвою організації короткий, що важливо для сприйняття інформації. Він розташований у нижній частині зображення та виконаний також у зеленому кольорі, що підкреслює важливість діяльності організації для захисту природи. Цю рекламу можна також зустріти і у своєрідному зворотному виконанні, коли зелений і білий колір «міняються місцями» (рис. 2).

Зелений колір досить часто використовується у німецькій екологічній рекламі. Так, наприклад, реклами магазину Rewe, який пропагує і продає екологічно чисту продукцію. На рис. 3 можна зображено дитину, яка із задоволенням смакує екологічно чисте печиво. Головний фон реклами має зелений колір. У цьому ж кольорі, в поєднанні з білим, виконаний напис «Rewe BIO», чим підкреслено екологічність продукту. Білий колір «асоціюється з чистотою простотою, невинністю нейтралітетом та порядком» [4, с. 149]. Поєднання зеленого і білого покликані посилити у глядача думку про те, що продукція є екологічна, природна і чиста, тож її варто придбати.



Рис. 3 [21]



Рис. 4 [19]

Аналогічний підхід у використанні кольорів бачимо на рекламі цієї фірми, де пропагують екологічно чисте молоко (рис. 4). Домінантний зелений колір, він поєднаний з світло- блакитним та білим. Зображення корови, яка смачно дивиться на пакунок з молоком, підсилює почуття довіри до продукції.

Німецький бренд екологічних засобів для прибирання та догляду за домом Frosch, постійно рекламує свою продукцію. Логотипом бренду є персонаж-тварина у вигляді зеленої жабки. Вона, як і зелений колір, є символом екологічності та чистоти, адже жаби можуть існувати лише у здоровому природному середовищі. Зеленим кольором зображена не лише тваринка, а й природний ландшафт (рис. 5). Цей же колір є і на продукції, яку випускає фірма. Жовтий, червоний, синій та білий кольори доповнюють це рекламне зображення. Цей логотип втілює в собі екологічну направленість роботи Frosch. Його розміщують на всіх товарах, які випускає ця компанія. Він являє собою так званий ключовий візуальний образ зазначеної компанії.

Для підсилення ефекту, в рекламі торгової марки Frosch використано додатковий візуальний персонаж жабку-дитинку (рис. 6). Вона зображена у тих же кольорах, де головним є зелений колір.



Рис. 5 [18]



Рис. 6 [17]



Рис. 7 [20]

Німецька мережа магазинів Netto просуває екологічні ідеї щодо шкідливості пакування продуктів харчування для навколишнього середовища та їх надмірної покупки. Відомо, що для пакування товарів використовують пакети, виготовлені з пластику, харчову плівку та інші матеріали, які засмічують навколишнє середовище. З цього приводу рекламодавець підготував креативну та різноманітну рекламну продукцію: рекламні стійки, банери, плакати, буклети

та брошури. Один з прикладів такої реклами ми бачимо на рис. 7. Тут головним кольором виступає жовтий у поєднанні із червоним та зеленим кольорами. Як відомо, жовтий колір, це колір сонячного світла, який викликає асоціації з радістю, оптимізмом та енергією. Цей колір застосовують для привертання уваги та стимулювання позитивних емоцій [4, с. 149]. Кольорова гама доповнена зображенням жінки без одягу та неупакованого товару, що підсилює ідею відмови від пластикового пакування для збереження навколишнього середовища.

Отже, результати дослідження показують, що в німецькій екологічній рекламі колір відіграє важливу роль. Для ефективності екологічної реклами найчастіше використовують зелений колір. Поряд з цим активно використовують такі кольори: білий, синій, жовтий та червоний кольори з відтінками. Перспективи і подальші напрямки дослідження кольорів у німецькій екологічній рекламі можуть включати вивчення особливостей вживання кольорів в залежності від просування тієї чи іншої ідеї, яка пов'язана з екологічною тематикою.

Література

1. Блажей І.О. Значення кольору у формуванні візуальної концепції екологічного бренду. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2018. № 3. С. 43–48. URL: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua> (дата звернення: 03.11.2025).
2. Бурачек І.В., Верстова В.Я., Ярмолюк Д.І. Психологія кольору з погляду маркетингу. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2020. Вип. 1 (57). DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.57-14>.
3. Девос А.О. Семіотичні особливості сучасної соціальної реклами європейських спільнот. *Наук. журнал Львів. держ. ун-ту безп. жит-ті «Львівський філологічний часопис»*. 2024. № 15. С. 34–41. URL: <http://philologyjournal.lviv.ua> (дата звернення: 02.11.2025).
4. Жигало І. Використання кольору в рекламі: психологічні аспекти впливу на споживачів. *Вісник Хмельницького нац. ун-ту*. 2023. № 5. С. 146–151. URL: <https://journals.khnu.km.ua> (дата звернення: 03.11.2025).
5. Кантемір С.О.

Синтагматичні та парадигматичні властивості прикметників кольору в німецькій мові : автореф. дис на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Одеса, 2003. 22 с. 6. Капніна Г. Колір у відображенні мовної картини світу (на прикладі німецької мови). *Актуальні питання гуманітарних наук. Мовознавство. соціальні комунікації. Літературознавство.* 2016. Вип. 15. С.156–162. URL: <http://www.aphn-journal.in.ua> (дата звернення: 03.11.2025).

7. Козак Т.Б. Лексико-семантична група слів, які позначають колір у німецькій мові (діахронічне дослідження): автореф. дис на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Одеса, 2002. 19 с. URL: <https://dspace.onu.edu.ua> (дата звернення: 01.11.2025).

8. Прищенко С.В. Кольорознавство : навчальний посібник / за ред. проф. Антоновича Є.А. Київ, 2009. 358 с. URL: <http://library.nakkkim.edu.ua:8080> (дата звернення: 02.11.2025).

9. Стеценко В.П. Психологічні особливості сприйняття інформації в умовах використання ІКТ. *Сайт кафедри інформатики і інформаційно-комунікаційних технологій. Уманський держ. педагог. ун-ет імені П. Тичини.* URL: <https://informatika.udpu.edu.ua> (дата звернення: 01.11.2025).

10. Советна А.В. Ахроматичні кольори в системі реклами інтер'єру німецькою та англійською мовами. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного ун-ту. Філологія.* 2023. № 64. С. 131–134. URL: <http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua> (дата звернення: 03.11.2025).

11. DWDS (Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache). gelb. URL: <https://www.dwds.de/wb/gelb> (дата звернення: 03.11.2025).

12. DWDS (Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache). grau. URL: <https://www.dwds.de/wb/grau> (дата звернення: 03.11.2025).

13. DWDS (Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache). weiß. URL: <https://www.dwds.de/wb/wei%C3%9F> (дата звернення: 03.11.2025).

14. Kaufmann C. Zur Semantik der Farbadjektive rosa, pink und rot. Eine korpusbasierte Vergleichsuntersuchung anhand des Farbträgerkonzepts : Inaugural-Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades der Philosophie an der Ludwig-Maximilians-Universität München. München, 2006. S. 361. URL:

<https://edoc.ub.uni-muenchen.de> (дата звернення: 03.11.2025). 15. Umweltbewusstsein in Deutschland 2020. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. *Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV)*. S. 82. URL: <https://www.umweltbundesamt.de> (zuletzt aufgerufen am: 03.11.2025).

Список джерел ілюстративного матеріалу

16. Cleanpng. Greenpeace Logo. URL: <https://www.cleanpng.com> (last accessed: 01.11.2025). 17. Facebook. Frosch. URL: <https://www.facebook.com> (zuletzt aufgerufen am: 01.11.2025). 18. Marke Frosch. Die Marke Frosch. URL: <https://frosch.de> (zuletzt aufgerufen am: 01.11.2025). 19. marketingScout.com. REWE ruft zur Millionen-Griffe-Challenge – jeder nachhaltige Kauf zählt. URL: <https://www.marketingscout.com> (zuletzt aufgerufen am: 02.11.2025). 20. PAGE. Die besten Kampagnen gegen Plastikmüll. URL: <https://page-online.de> (zuletzt aufgerufen am: 02.11.2025). 21. W&V. Rewe spendet 25 Millionen Euro für den Klimaschutz. URL: <https://www.wuv.de> (zuletzt aufgerufen am: 02.11.2025). 22. X (social network). URL: https://x.com/nexta_tv (last accessed: 01.11.2025).

Електронне наукове видання комбінованого використання
Можна використовувати в локальному та мережному режимах

Молоді фахівці — майбутнє науки

Збірник наукових праць студентів

Випуск 17

Українською мовою

Відповідальний редактор:

Морозова І.І.

Комп'ютерне верстання:

Негода Л.О.

За зміст та достовірність фактів, викладених у статтях,
відповідальність несуть автори.

Підписано до оприлюднення 18.12.2025. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Ум. друк. арк. 10,56 Обл.-вид. арк. 13,2.
Замовлення №562/25

Системні вимоги:

Процесор Pentium-класу; ОС Windows 7/10; AcrobatReader 10.
Об'єм даних 4,24 Мб.

Видавець і виготовлювач

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

61022, Харків, майдан Свободи, 4

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.2009