

Філологія

НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП



МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



НАУКОВІ ПРАЦІ
МІЖРЕГІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

ФІЛОЛОГІЯ

SCIENTIFIC WORKS
OF INTERREGIONAL ACADEMY
OF PERSONNEL MANAGEMENT

PHILOLOGY

Випуск 4 (14), 2024



Видавничий дім
«Гельветика»
2024

Редакційна колегія

Супрун В. М., доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри журналістики та українознавства, Національний університет водного господарства та природокористування (головний редактор)

Акімова А. О., кандидат філологічних наук, доцент, викладач кафедри іноземної філології і перекладу, Міжрегіональна Академія управління персоналом

Гурко О. В., доктор філологічних наук, доцент, завідувач кафедри англійської мови для нефілологічних спеціальностей, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Добровольська В. В., доктор наук з соціальних комунікацій, доцент, професор кафедри культурології та міжкультурних комунікацій, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв

Лисинюк М. В., доктор філософії (061 Журналістика), доцент кафедри зв'язків із громадськістю та журналістики, декан факультету післядипломної освіти, Київський національний університет культури і мистецтв

Ляшенко (Накашидзе) І. С., кандидат філологічних наук, доцент кафедри філософії та українознавства, Дніпровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна

Павлюх М. В., кандидат наук із соціальних комунікацій, асистент кафедри міжнародної інформації, Національний університет «Львівська політехніка»

Полсжасв Ю. Г., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри іноземних мов професійного спілкування, Національний університет «Запорізька політехніка»

Росінська О. А., кандидат філологічних наук, доцент, заступник директора Інституту журналістики з науково-методичної та навчальної роботи, доцент кафедри журналістики та нових медіа, Київський університет імені Бориса Грінченка

Ситник О. В., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Сокол М. О., кандидат філологічних наук, доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри іноземних мов, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

Тищенко Т. М., кандидат філологічних наук, доцент, професор кафедри української мови та методики її навчання, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Форманова С. В., доктор філологічних наук, професор, професор кафедри української мови, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Храбан Т. Є., кандидат філологічних наук, завідувач кафедри іноземних мов, Військовий інститут телекомунікацій та інформатизації імені Героїв Крут

Царик О. М., кандидат філологічних наук, доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій, директор Міжнародної школи комунікацій, Західноукраїнський національний університет

Чорнодон М. І., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики та соціальних комунікацій, Донецький національний університет імені Василя Стуса

Konrad Kazimierz Szamryk, Doctor of Sciences, Professor, Department of Lexicology and Pragmalingwology, Department of Polish Language and Comparatistics, University of Bialystok (Bialystok, Poland)

Anna Mlynarczuk-Sokolowska, Doctor of Sciences, Professor, Faculty of Education, University of Bialystok (Bialystok, Poland)

Slavomír Gálik, prof. PhDr., Professor, Vice-Dean for Research and International Relations FMK UCM, University of St. Cyril and Methodius in Trnava (Trnava, Slovakia)

Затверджено Вченою радою
Міжрегіональної Академії управління персоналом 26.12.2024 (протокол № 12)
Мови розповсюдження: українська, англійська, польська, німецька, французька.

Реєстрація суб'єкта у сфері друкованих медіа:
Рішення Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення № 1173 від 11.04.2024 року.

Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б») зі спеціальностей 035 – Філологія та 061 – Журналістика відповідно до Наказу МОН України № 320 від 07 квітня 2022 року (додаток 2)

Видання індексується Google Scholar

DOI: 10.32689/maup.philol

Наукові праці МАУП. Філологія. 2024. Вип. 4(14). Київ : Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2024. 108 с.

Публікуються статті науковців, які досліджують актуальні проблеми розвитку філології. Для науковців, викладачів, студентів та всіх, кого цікавить розвиток філологічної науки в Україні.

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| Ірина АСКЕРОВА ЕМОТИВНІ КОНТИНУАНТИ ПСЛ. *GROZA I *POLXATI У ПОЛЬСЬКІЙ МОВІ (НА ЗАГАЛЬНОСЛОВ'ЯНСЬКОМУ ТЛІ)..... | 5 |
| Каріна БОРТУН ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ГРУПИ СОМАТИЗМІВ У СТРУКТУРІ ФРАЗЕОЛОГІЇ | 11 |
| Людмила ВОЛКОВА, Альона ЧОРНА ПСИХОЛОГІЧНА ГОТОВНІСТЬ СТУДЕНТІВ-ФІЛОЛОГІВ ДО ОПАНУВАННЯ НАВИЧОК ІНШОМОВНОГО СПІЛКУВАННЯ В КОНТЕКСТІ ЇХ МАЙБУТНЬОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ..... | 17 |
| Катерина ДЮКАР НЕОГЕННІ ТЕНДЕНЦІЇ В НЕОФІЦІЙНОМУ НАЗОВНИЦТВІ УКРАЇНСЬКОГО ПОЛІТИКУМУ ПОЧАТКУ ХХІ СТ.: СЛОВОТВІРНИЙ АСПЕКТ..... | 23 |
| Віталій ЗАХАРОВ ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ТА СУЧАСНІ ПРАКТИКИ ТЕКСТОТВОРЕННЯ У ТЕЛЕЖУРНАЛІСТИЦІ (НА ПРИКЛАДІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЖАНРІВ)..... | 29 |
| Наталія КОРОЛЬОВА, Дін СИНЬ, Катерина ДРАПАЛЮК ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СИНЕРГІЗМУ В ПЕРЕКЛАДІ ХУДОЖНІХ ТЕКСТІВ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ НА ЗБЕРЕЖЕННЯ АВТОРСЬКОЇ СТИЛІСТИКИ..... | 38 |
| Северин КУЗЬМЕНКО, Марія ПАВЛЮХ ПОШИРЕНІ ФЕЙКИ КИТАЙСЬКОЇ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА (2019–2021)..... | 44 |
| Aelita LEBEDIEVA, Natalia KOVALSKA TRANSLATION PECULIARITIES OF PSYCHOLOGICAL TERMINOLOGY..... | 50 |
| Анна МАКСИМОВА КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ПІДХОДІВ ТА МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ АМЕРИКАНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ..... | 55 |
| Тетяна НАУМОВА «ОТРУТА, ЩО ЧОРНИМИ ВЕРВЕЧКАМИ ВИСОТУВАЛАСЯ З БЕЗЛІЧІ ДИМАРІВ» (МОВНО-СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ НАГНІТАННЯ СТРАХУ В РОМАНІ ЮРІЯ ДАЦЕНКА «ПАСТКА ДЛЯ РІЗНИКА»)..... | 61 |
| Олена ОХРІМЕНКО СЛОВОТВІРНІ ГНІЗДА ІЗ ВЕРШИНАМИ STEUER, GEBÜHR ТА ABGABE У ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНОМУ АСПЕКТІ..... | 66 |
| Татьяна, Соня ПОДКОВИРОФФ НАНУШКА «ЖИВА П'ЄСА» ЯК КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГІЯ У ТВОРЧОСТІ ЖОЕЛЯ ПОМРА..... | 71 |
| Олеся СКОЛОЗДРА-ШЕПІТКО ОСНОВИ ІНКЛЮЗИВНОГО НАВЧАННЯ ЯК ВАЖЛИВА ОСВІТНЯ КОМПОНЕНТА ПІДГОТОВКИ ВЧИТЕЛЯ-СЛОВЕСНИКА | 76 |
| Тетяна СУХАНОВА, Ірина КОЛЯДА, Катерина ВНУКОВА ІНТЕГРАЦІЯ МОВНИХ І ПРОФЕСІЙНИХ ДИСЦИПЛІН У ВИЩІХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ..... | 81 |
| Юлія ТОРГОВЕЦЬ ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ КОМІЧНОГО У ЗБІРЦІ НАРИСІВ ДЖЕРЕМІ КЛАРКСОНА «ЯК Я ВЖЕ КАЗАВ... СВІТ ЗА КЛАРКСОНОМ»..... | 86 |
| Олена ЧАЙКУН МЕДІА В УМОВАХ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ: ТРАНСФОРМАЦІЯ КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ З АУДИТОРІЯМИ..... | 92 |

CONTENTS

| | |
|---|----|
| Iryna ASKEROVA EMOTIVE CONTINUANTS OF PROTO-SLAVIC *GROZA AND *POLXATI IN THE POLISH LANGUAGE (AGAINST THE COMMON SLAVIC BACKGROUND)..... | 5 |
| Karina BORTUN LEXICAL AND SEMANTIC GROUPS OF SOMATISMS IN THE STRUCTURE OF PHRASEOLOGY..... | 11 |
| Lyudmyla VOLKOVA, Alyona CHORNA PSYCHOLOGICAL READINESS OF PHILOLOGY STUDENTS TO LEARN LANGUAGE COMMUNICATION SKILLS IN THE CONTEXT OF THEIR FUTURE PROFESSIONAL ACTIVITIES..... | 17 |
| Kateryna DIUKAR NEOGENIC TRENDS IN THE UNOFFICIAL NAMING OF UKRAINIAN POLITICIANS IN THE EARLY TWENTY-FIRST CENTURY: WORD-FORMATION ASPECT..... | 23 |
| Vitalii ZAKHAROV THEORETICAL APPROACHES AND MODERN PRACTICES OF TEXTS CREATION IN TV JOURNALISM (INFORMATIONAL GENRES CASE STUDY)..... | 29 |
| Nataliya KOROLYOVA, Ding XIN, Kateryna DRAPALIUK A STUDY OF THE IMPACT OF SYNERGISM IN THE TRANSLATION OF LITERARY TEXTS INTO ENGLISH ON THE PRESERVATION OF THE AUTHOR'S STYLE..... | 38 |
| Severyn KUZMENKO, Mariia PAVLIUKH COMMON FAKES OF CHINESE POLITICAL PROPAGANDA ON SOCIAL MEDIA (2019–2021).... | 44 |
| Aelita LEBEDIEVA, Natalia KOVALSKA TRANSLATION PECULIARITIES OF PSYCHOLOGICAL TERMINOLOGY..... | 50 |
| Anna MAKSYMOVA CONCEPTUALIZATION OF METHODS AND APPROACHES TO THE STUDY OF AMERICAN IDIOMS..... | 55 |
| Tetyana NAUMOVA “THE POISON, BLACK LINES RISING FROM MANY CHIMNEYS” (MOVEMENT-STYLISTIC WAYS OF INCITING FEAR IN YU. DATSENKO'S NOVEL “TRAP FOR THE RIPPER”)..... | 61 |
| Olena OKHRIMENKO WORD-FORMATION NESTS WITH THE TOPS STEUER, GEBÜHR AND ABGABE IN THE LEXICAL AND SEMANTIC ASPECT..... | 66 |
| Tatiana, Sonia PODKOVYROFF NANOUCHEKA THE LIVE PLAY AS A COMMUNICATIVE STRATEGY IN THE WORKS BY JOËL POMMERAT..... | 71 |
| Olesia SKOLOZDRA-SHEPITKO FUNDAMENTALS OF INCLUSIVE EDUCATION AS AN IMPORTANT EDUCATIONAL COMPONENT OF THE LANGUAGE TEACHER'S TRAINING..... | 76 |
| Tetiana SUKHANOVA, Iryna KOLIADA, Kateryna VNUKOVA INTEGRATION OF LANGUAGE AND PROFESSIONAL DISCIPLINES IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS..... | 81 |
| Yuliia TORHOVETS LEXICAL AND STYLISTIC MEANS OF COMIC IN THE COLLECTION OF ESSAYS “AS I WAS SAYING ... THE WORLD ACCORDING TO CLARKSON” BY JEREMY CLARKSON..... | 86 |
| Olena CHAYKUN MEDIA IN CRISIS SITUATION: TRANSFORMING AUDIENCE INTERACTION..... | 92 |

УДК 811.1612:81'37

DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.1

Ірина АСКЕРОВА

кандидат філологічних наук, доцент, докторант кафедри слов'янських, романських і східних мов,
Український державний університет імені Михайла Драгоманова, i.a.askerova@udu.edu.ua
ORCID: 0000-0002-8341-510X

ЕМОТИВНІ КОНТИНУАНТИ ПСЛ. *GROZA І *POLXATI У ПОЛЬСЬКІЙ МОВІ (НА ЗАГАЛЬНОСЛОВ'ЯНСЬКОМУ ТЛІ)

Стаття присвячена комплексному семантико-когнітивному та історико-етимологічному вивченню продовжень праслов'янських лексем *groza і *polxati у сучасній польській мові, розкриттю їхньої значеннєвої структури, відтворенню внутрішньої форми, аналізу змін і трансформацій протягом історичного розвитку польської мови. Діахронні дослідження емотивної лексики відіграють важливу роль у сучасних лінгвокогнітивних і лінгвокультурологічних студіях, оскільки дають змогу простежити, як змінювалися способи вербалізації емоцій у ті чи ті історичні періоди, а також які інтралінгвальні та / або екстралінгвальні чинники впливали на семантичну еволюцію слів, що позначають почуття й емоційні переживання людини. Здійснений у розвідці аналіз засвідчив, що продовження псл. *groza в різні часові відрізки побутування польської мови мало неоднаковий семантичний обсяг: у XIII–XV ст. відповідний іменник, крім сенсу емоційного стану людини, означав загрозу та підступність, засаду, хитрість і мав широку низку похідних. У XVI–XIX ст. аналізована лексема додатково мала сенс суворого покарання, дисципліни, абсолютного підкорення, слухняності; жорстокості, насильства; сили, влади, яка викликає тривогу, а також позначало знак, що віщує щось погане, страшне, пророкує нещастя. З плином часу іменник суттєво звузив свою семантику до позначення переживання інтенсивного страху, а також чогось грізного; того, що спричиняє сильний страх, жах (про що свідчать фіксації у сучасних лексикографічних джерелах польської мови). Емотив пол. *porłoch* є позначенням колективної, масової емоції, що виникає, головню, в місцях великого скупчення людей. Він походить від праслов'янського дієслова *polxati, первісний сенс якого пов'язуємо з каузацією емоції, тобто спричиненням душевного переживання, та відтворюємо як «ударяти, бити → спричиняти рух, утечу → лякати, страшити, полошити». Протягом історичного розвитку аналізована лексема зазнала типової для емотивної лексики трансформації семантики від цілком конкретного значення «сум'яття, безладдя, небезпека» до абстрактного, «психологічного» – «страх, тривога» (як результат вторинної номінації).

Ключові слова: етимологія, лінгвістика емоцій, емотивна лексика, внутрішня форма слова, семантичний розвиток.

Iryna Askerova. EMOTIVE CONTINUANTS OF PROTO-SLAVIC *GROZA AND *POLXATI IN THE POLISH LANGUAGE (AGAINST THE COMMON SLAVIC BACKGROUND)

This article is dedicated to a comprehensive semantic-cognitive and historical-etymological analysis of the continuants of the Proto-Slavic lexemes *groza and *polxati in contemporary Polish. It focuses on revealing their semantic structure, reconstructing their internal form, and tracing changes and transformations throughout the historical development of the Polish language. Diachronic studies of emotive vocabulary play a crucial role in modern linguistic-cognitive and linguistic-cultural studies as they allow for tracing the evolution of emotional verbalization methods over different historical periods and identifying the intralingual and/or extralingual factors that influenced the semantic development of words denoting feelings and emotional experiences. The conducted analysis demonstrated that the continuant of Proto-Slavic *groza had varying semantic scopes across different periods of the Polish language. In the 13th–15th centuries, the corresponding noun, in addition to denoting a human emotional state, also referred to «threat», «treachery», «ambush», «cunning», and had a significantly broader range of derivatives. In the 16th–19th centuries, the analyzed lexeme also referred to «severe punishment», «discipline», «absolute subjugation», «obedience», «cruelty», «violence», «power causing anxiety», and a «sign foretelling something dreadful». Over time, the noun significantly narrowed its semantics to denote experiencing intense fear, as well as something dreadful that provokes such fear or horror (as evidenced by contemporary lexicographic sources in Polish).

The emotive *porłoch* in Polish refers to a collective, mass emotion that predominantly arises in areas of large gatherings of people. It originates from the Proto-Slavic verb *polxati*, whose original sense is associated with the causation of mental experiences and can be reconstructed as: «to strike, hit → to cause movement, escape → to frighten, terrify, startle». Over its historical development, the analyzed lexeme underwent a transformation typical for emotive vocabulary, shifting its semantics from the concrete meaning of «disarray, chaos, danger» to the abstract, psychological meaning of «fear, anxiety» (as a result of secondary nomination).

Key words: etymology, linguistics of emotions, emotive vocabulary, internal form of a word, semantic development.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Емоції є фундаментальною складовою людської сві-

домості, вони глибоко впливають на сприйняття навколишньої реальності, мислення, поведінку особистості, а також на інтеперсональну взаємодію, виступаючи своєрідним

«компасом», що допомагає людині знаходити орієнтири у складному й мінливому світі. Більшість емоцій є універсальними психічними явищами, оскільки їхнє виникнення зумовлене спільними біологічними чинниками та нерозривно пов'язане з базовими потребами і природними інстинктами. Однак, інтерпретація емоцій та мовне їх вираження можуть суттєво варіюватися залежно від культури й індивідуального досвіду. З'ясування природи психоемоційних явищ, їхньої ролі в житті людини є важливим не лише для психології, а й для багатьох інших галузей знань, зокрема для мовознавства. Як слушно зауважує Л. Ніколасенко: «Використовуючи наукові надбання філософів та психологів, лінгвісти досліджують не самі почуття, а їхнє відображення в мові» [5, с. 36], «...те, яким чином вони представлені в тому фрагменті мовної картини світу, який можна реконструювати на основі семантичного аналізу відповідних мовних одиниць» [5, с. 73].

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Сучасна лінгвістика накопичила значний досвід у дослідженні емоцій: завдяки інтеграції методів когнітивної, культурної, корпусної, комунікативної лінгвістики тощо стало можливим глибше розуміння того, як саме емоції концептуалізуються та функціонують у мовній системі. Поєднання різновекторних підходів до вивчення вербалізації емоцій дає змогу науковцям отримувати «цілісніші та збалансованіші картини об'єктивації почуттів у мові» [5, с. 47].

На сьогоднішній день різним аспектам дослідження репрезентації широкої палітри емоцій на польськомовному матеріалі присвятили свої праці такі польські й українські вчені, як М. Блащик, А. Вежбицька, Р. Іжегорчикова, М. Гугала, А. Кшижановська, А. Миколайчук, І. Новаковська-Кемпна, А. Роля, Б. Серадзька, А. Спагінська-Прушак, К. Томчак, М. Якубович; І. Аскерова, О. Лозинська, Л. Ніколаєнко та ін. Науковці вивчають об'єктивацію окремих емоцій на матеріалі лексики чи фразеології польської мови, моделюють семантичні поля або концептосфери емоцій, описують їх реалізацію у різного типу дискурсах, розкривають прагматичні особливості вираження почуттів тощо. Найменш опрацьованим напрямом сучасної лінгвоемоціології залишається діахронний підхід до вивчення відповідного словникового складу, адже питання реконструкції внутрішньої форми номінан-

тів емоцій, простеження їх значеннєвого та формального розвитку часто залишається поза увагою дослідників. Уважаємо, що без послідовного звернення до історії та етимології масиву емотивної лексики комплексна та всебічна реконструкція світоглядних уявлень про почуття, закладені у вербальній картині світу певної мовної спільноти, є неповною, ба навіть неможливою [1]. Як обґрунтовано зауважує український мовознавець П. Селігей, етимологічні розвідки повинні обов'язково містити інформацію про внутрішню форму слова та про послідовність семантичних змін, яких слово зазнало протягом дальшого періоду свого розвитку [7, с. 10].

Формулювання мети статті (постановка завдання). Метою пропонованої розвідки є історико-етимологічна характеристика емотивних континуантів праслов'янських лексем **groza* і **polxati* у польській мові (на загальнослов'янському тлі), розкриття їхньої внутрішньої форми, простеження семантичних і структурних трансформацій упродовж тривалого хронологічного відтинку – XIII–XXI ст.

Матеріалом для аналізу слугували тлумачні, фразеологічні, етимологічні, історичні, діалектні лексикографічні джерела польської та деяких інших слов'янських мов, Національний корпус польської мови, а також монографії у галузі психології емоцій і почуттів людини.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найменування пол. *groza*, а також префіксальне утворення *zgroza* зі значенням «загроза; небезпека» та «сильний страх, жах» походить із праслов'янського субстантива **groza* «жах», який реконструюється на множині рефлексів, що охоплюють усю слов'янську територію: чес. *hrůza* «страх, жах», «безліч, велика кількість чогось», слц. *hrôza* «тс.», влуж. *hroza* «страх, жах», нлуж. *grozba* «жах, страх, переляк», болг. *groza* «жах», мак. *groza*, серб. *groza*, хорв. *gròza*, слн. *gróza* «тс.», укр. *groza* «дощ із громом і блискавкою», «лихо, небезпека, катастрофа», «те, що наводить жах» [3, I, с. 600; II, с. 180; 14, с. 250]. А. Брюкнер зазначає, що на Русі *groza*, якщо пишеться через *ě* – *grěza*, – означає також «мару, привида», а дієслово *grěziti* – «мріяти» [13, с. 159].

Переважна більшість наведених континуантів використовується на позначення сильного страху і чогось грізного; того, що спричиняє сильний страх, жах. Продовження у східнослов'янських мовах, зокрема в українській, засвідчують спільність значення зі сфери метеорологічних явищ – «грому і

блискавки з дощем або градом, що супроводжується сильним вітром». Подібний семантичний перехід можна пояснити тим, що наближення бурі й сама буря викликали у людини відчуття страху перед її наслідками [6, с. 160].

На слов'янському ґрунті домінують зіставлення зі звуконаслідувальними словами, як, наприклад, *g-r-g / *g-r-ĝ, *gerg- [14, с. 250]. Згідно з іншими трактуваннями, псл. *groza споріднене з лит. *grasà* «відраза», *gresti, gražoti* «погрозувати» або лтс. *grėzuôt* «грозити, сердитись» [13, с. 159; 3, I, с. 600].

Приймаючи перше етимологічне витлумачення, вважаємо, що в цьому випадку має місце семантичний розвиток «те, що лякає, страшить людину (каузація еомції) → назва емоції». Прикладами подібної значеннєвої еволюції можуть слугувати такі польські діалектні лексеми, як кашуб. *bądina* «страх, переляк», первинним сенсом якої є «бути в безвихідній ситуації», «не могли дати собі раду» [12, I, с. 100], а також пол. діал. *karać się* «боятись» [16, II, с. 311–312], що походить від *kara* «кара, покарання» < *kor- «ганьба» [13, с. 218, 258]. Інакше кажучи, людина, знаходячись у безвихідній ситуації або передбачаючи, що її буде покарано, відчуває сильний екзистенційний страх.

У XIII–XV ст. відповідний іменник, крім сенсу емоційного стану людини, означав загрозу та підступність, засаду, хитрість [29, II, с. 499–500]. Дієслово *grozić* виявляло каузативний зміст «страшити чимось злим, загрозувати», «влаштовувати засаду, переслідувати, пильнувати когось» і мало низку префіксальних похідних – *odgrozić, przegrozić, ugrozić, wygrozić, zagrozić* тощо. Крім того, в наведеному джерелі зафіксовано *nomina agentis groźnik*, утворений на підставі *grozić* зі значенням «людина, яка погрожує».

У XVI ст. аналізована лексема, поряд з наведеними вище тлумаченнями, означала також суворе покарання („*A okaż grozę Swoię nà tych ktorzy ták zelżyli ymię twe*”), дисципліну, абсолютне підкорення, слухняність; жорстокість, насильство; силу, владу, яка викликає тривогу, тазнак, що віщує щось страшне [28, VIII, с. 153]. Зіставляючи словникові відомості, впадає у вічі, що Старопольський словник у відповідній статті подає назву емоційного стану людини на першому місці, а Словник польської мови XVI ст. фіксує це значення лише як факультативне. Додамо, що у староукраїнській мові лексема *гроза* також виражала зміст «кара, покарання» [8, I, с. 265], а Б. Грінченко у своєму словнику української мови фіксує друге її значення – «гроза, загроза» [2, I, с. 329].

У процесі історичного розвитку польської мови досліджуваний апелює суттєво звузив свій сенс, позначаючи, крім сильного страху, жаху („*Co Krzyżacy Polakom wyrządzili, z grozą i wspominać*”), загрозу, небезпеку („*Groźby się twęj nie boję, o łaskę nie stoję*”), сувору дисципліну („*Rektorowie żaków mają dobrze rządzić i w grozie mieć*”) та річ, яка викликає огиду й обурення; відразу („*O tych okrucieństwach aż groza pytać*”; „*Groza i strach o tym mówić*”) [17, II, с. 130–131; 27, I, с. 915].

У сучасній польській мові іменник *groza* функціонує у двох основних сенсах 1) «те, що є грізним; риса речі або явища, що викликає страх, жах; небезпека» (*groza położenia, sytuacja; scena pełna grozy*); 2) «сильне відчуття страху, тривоги, жаху перед обличчям небезпеки» (*zdjęty grozą; budzić / siać grozę; groza ogarnia / przejmuję kogoś*) [25, I, с. 657]. Великий словник польської мови на третьому місці фіксує ще одне значення досліджуваної лексеми, яке супроводжує кваліфікатором *культурологічне*: «явище зі сфери мистецтва та культури, яке полягає у використанні таких засобів, як незвичайність, таємничість або потворність, аби викликати у глядачів напругу та почуття страху» [33].

Згадуваний вище синонім і корелят субстантива *groza* – префіксальне найменування *zgroza* – вживається у подібних контекстах [25, I, с. 948]: „*Wiele zjawisk przyrody, budzących dawniej zgrozę lub uchodzących za cuda – człowiek umie już wyjaśnić*” (Płomyk 1953, nr 11), „*Włosy stanęły mi na głowie ze strachu i zgrozy*” (Antoszewski R. *Kariera na trzy karpie morskie*). Однак, наведені вище лексеми не є абсолютними синонімами: *zgroza* має як стилістичну, так і семантичну відмінність, а саме – дещо архаїчне забарвлення й додаткову сему страху в поєднанні з відразою або обуренням (*widok budzący zgrozę*).

Сполучувальні властивості емотива *groza* не є досить потужними, пор.: *przejmować / zdejmować grozą* („*Widok potwora był tak przerażający, że bogowie zdjęci grozą w popłochu opuścili Olimp*”), *siać grozę* („*Karetką ze zmarłymi...przebiega drogą prowadzącą pomiędzy lagrami do krematorium niezliczoną ilość razy, budząc ze snu i siejąc grozę*”), *groza ogarnia kogoś* [23, I, с. 264] та ін.

Серед похідних субстантива *groza* функціонує ад'єктив *groźny* «такий, який викликає страх, жах, який загрожує чийсь безпеці» (*groźny głos, groźna twarz*) і адвербатив *groźnie* «грізно». Спільнокореневого дієслова, яке б мало значення емоційного переживання, польська мова не засвідчує, оскільки вербатив *grozić* виражає каузативний зміст «загрозувати, погрозувати» [25, I, с. 657].

Проаналізована вище лексема є емотивом, що позначає, як правило, індивідуальний стан страху. Наступний іменник – пол. *popłoch* – є позначенням колективної, масової емоції, яка виникає, головню, в місцях великого скупчення людей (пор. *panika*). Він походить від праслов'янського дієслова **polxati*, що реконструюється на сукупності атестацій у слов'янських мовах зі значенням «лякати, хвилювати, бентежити»: пол. *płoszyć*, чес. *plašiti*, слц. *plašit'*, влж. *plōšić*, нлж. *plōšys*, укр. *полошити*, болг. *плаша*, макед. *плаши*, серб. *плашиту*, хорв. *plāšiti*, слн. *plašiti* [3, IV, с. 502]. Протилежної точки зору щодо напрямку деривації дотримуються В. Борись та А. Глухак, кваліфікуючи псл. **polšiti* як ітератив від **polxъ(jь)* [11, с. 226; 14, с. 482–483]. Континуантами псл. **polšiti se* є також деривати від дієслів з різними префіксами, що позначають несподіваний, сильний страх, пор. укр. *переполох*, блр. *спалох*, слн. *popläh* і *prepläh*, болг. *уплаха*.

Загально визнаним є трактування походження праслов'янської лексеми від кореня іє. **pel-* (**pol-*), значення якого реконструюється або як «ударяти, бити; струшувати, турбувати, непокоїти» [3, IV, с. 502], або «бігти, рухатися» [13, с. 421; 4, с. 427–428].

Якщо прийняти перше витлумачення, тоді на праслов'янському ґрунті як етимологічні кореляти виступають лексеми **polxati* та **polskati*, **polkati* «прати, полоскати» [3, IV, с. 502]. Семантично спорідненими з псл. **polxati* є укр. діал. *полох*, яке, поряд із лексико-семантичним варіантом «переляк», позначає пульсацію крові, стук серця. Аналогічний значеннєвий розвиток «бити, вдаряти → боятися», як уже згадувалось вище, у польській мові виявляють лексеми *bać się* < **biti* «бити» та *przerażenie* < **raziti* «вдаряти».

Більшість етимологів визнає все-таки первинною мотивацію «бігти, рухатися → боятися» [13, с. 421; 4, с. 427–428; 22, с. 1090]. Серед найменувань цього негативно конотованого стану людської психіки подібний семантичний розвиток, пов'язаний із семою руху, серед слов'янських мов засвідчує блр. *перануд* «раптове відчуття небезпеки, яке виникло в результаті конкретної причини», що походить від псл. **pōditi* «гнати», а також пол. заст. *belchliwy* в одному зі значень «лякливий, полохливий» < *belch* «водяний вир, течія» [18, с. 19]. Щодо неслов'янських паралелей, то варто згадати гр. *φόβος* «втеча > страх» [21, с. 116], яке було запозичене польською мовою (*fobia*) і що вживається зі значенням «непереборний, нав'язливий страх» [30, с. 351].

Від дієслова псл. **polšiti* зі значенням «спричиняти рух, утечу» пізніше «страшити, полошити» утворилися праслов'янські префіксальні деривати **perpolšiti*, **popolšiti*, що є основою континуантів пол. *przepłoszyć*, *popłoszyć* зі значенням «лякаючи, спричиняти рух, утечу; відганяти» [25, II, с. 949, 778].

Оскільки всі продовження аналізованого вербатива пов'язані з семою руху, то мотивація «бігти, рухатися → лякатися, страшитися» є цілком прийнятною. Однак, із точки зору семантики, нам видається доцільнішим об'єднати значення кореня іє. **pel-* (**pol-*) «ударяти, бити» та «бігти, рухатися» і, таким чином, відтворити смисловий розвиток цієї лексеми як «ударяти, бити → спричиняти рух, утечу → лякати, страшити, полошити». Щодо словотвірної будови, проблематичною є інтерпретація форманта *-x-*. Як правило, це утворення трактується як суфіксальне [32, с. 562; 31, с. 273–274]. Ш. Ондруш убачає в суфіксі первинне *-g-* (зміна *g > x* спричинена експресивним характером слова) й реконструює форму **pol-gъ* < **polgos* із суфіксом *-g-* як у *nomina actionis* від дієслів руху [20, с. 12]. Оскільки корінь іє. **pel-* (**pol-*) закінчується на плавний приголосний, вважаємо, що *-x* у структурі цієї лексичної одиниці можна трактувати як консонантне детермінативне розширення, позбавлене лексичного значення.

Спочатку найменування *popłoch* мало в польській мові цілком конкретний зміст «сум'яття, безладдя, небезпека» [29, VI, с. 394], на основі якого розвинувся вторинний абстрактний «страх, тривога» [28, XXVII, с. 279; 17, IV, с. 344].

Словники сучасної польської мови конкретизують сенс цього слова як «страх, що несподівано охоплює людей або тварин; стан загального неспокою, викликаний тривогою» й зіставляють його з емотивом пол. *panika* [25, II, с. 778], оскільки характерною семантичною рисою цих лексем є переважно колективний, збірний суб'єкт досліджуваного емоційного переживання, пор.: „*Półtora miliona Wietnamczyków w popłochu opuściło kraj*” (Przekrój 1995, nr 27), „*Pierzchnęli w popłochu rajcowie i burmistrz, kupcy i rzemieślnicy*” (Kostryko H. Klechdy domowe). Зазначимо, що експерієнцером цієї емоції є як людям, так і інші живі істоти: „*Zaby skakały w popłochu wywołując okrzyki przestachu i wybuchy śmiechu*” (Koral D. Wydziedziczeni).

Зазначимо, що на польському ґрунті континуант досліджуваної праслов'янської лексеми набув вторинного спеціалізованого значення зі сфери ботанічної номенклатури, позначаючи різновид отруйного тернистого осоту;

бур'ян із колючим листям і стеблом та з червоно-бузковим суцвіттям, – „*Ponad zwykłymi ostami wznosi wysoko swe kolczyki popłoch o łodydze skrzydlastej, to jest opatrzonej wąskimi, liściastymi skrzydelkami w całej swej długości i uzbrojonej w potężne ciernie, które znajdują się także na liściach. To król naszych ostów*” [26, VI, с. 1013]. Перенесення значення відбулося за моделлю «те, що викликає страх, переполох → отруйна рослина». В українській мові відповідна рослина має також назву *татарник*, яка в народі ще зветься *чортполох* (пор. пол. діал. *czartopłoch, strachopłoch* [16, V, с. 240]) [9, X, с. 43; XI, с. 365]. Ця остання назва походить від основ лексем *чорт* і *полох, полошити*, а сама рослина, згідно з народними повір'ями, застосовувалася для обкурювання хлівів, щоб уберегти худобу від нечистої сили та хвороб.

Дієслівним відповідником субстантива *popłoch* у значенні емоційного стану людини є лексема *płoszyć się*. До дериватів цього найменування належать також прикметник *płochliwy*, прислівник *płochliwie* і вторинний іменник типу *nomina essendi płochliwość* [25, II, с. 668, 670].

Типовими колокаціями з аналізованим субстантивом у складі є номінативні конструкції, які виражають інтенсивність цього переживання, – *dziki, wielki, największy popłoch, popłoch nie do opisania*, а також словосполучення з прийменником *w* на позначення стану суб'єкта при певній дії – *biec / pierzchać / uchodzić / uciekać w popłochu*, а також конструкції з іменником *popłoch* у 3. в. у функції об'єкта дії – *budzić / siać / wzbudzać / wywołać*

popłoch. Метафорично-метонімічні контексти з аналізованим субстантивом нетипові, польська мова засвідчує лише поодинокі приклади типу *popłoch ogarnia (ludzi) / powstaje / powstał, robi się / zrobił się popłoch*.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, поглиблений аналіз внутрішньої форми та семантико-структурної еволюції емотивних лексем на основі етимологічних, історичних, діалектних, тлумачних словників польської мови на загальнослов'янському тлі уможливив здійснення їхнього цілісного семантико-когнітивного аналізу у синхронно-діахронній площині; дав змогу простежити вектор розвитку значення досліджуваних лексем від конкретного до абстрактного, від дифузності та синкретичності до конкретизації, уточнення й специфікації, що, у свою чергу, є свідченням ширших типологічних закономірностей когнітивної обробки емоційних концептів колективною мовною свідомістю польського народу у різні історичні періоди. Такий комплексний підхід дозволяє глибше зрозуміти роль емоційного компонента в структурі мовної картини світу, а також сприяє визначенню взаємозв'язків між вербальними, когнітивними та культурними детермінантами, які впливають на формування, еволюцію й функціонування емотивної лексики. Перспективою наукових пошуків вважаємо поглиблене історико-етимологічне вивчення корпусу емотивної лексики польської мови у порівнянні та зіставленні з іншими слов'янськими й неслов'янськими мовами.

Література:

1. Аскерова І. А. Синхронія і діахронія у польських лінгвокогнітивних студіях. *Слов'янські мови: збірник наукових праць*. Редкол. Ю.В. Кравцова (відп. ред.) [та ін.]. К.: Вид-во НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2019. Вип. 2 (14). С. 3–14.
2. Грінченко Б. Д. Словарь української мови. К., 1907–1909 (перевид. фотоспособом. К.: Наукова думка, 1996–1997). Т. 1–4.
3. Етимологічний словник української мови: В 7-ми тт. Гол. ред. О. С. Мельничук. К.: Наукова думка, 1982–2002. Т. 1–4.
4. Младенов С. Етимологически и правописен речник на българския книжовен език. София, 1941. 704 с.
5. Ніколаєнко Л. І. Репрезентація емоцій заздрості і співчуття в польській, російській та українській мовах: семантико-когнітивний і лінгвоаксіологічний виміри: монографія. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2021. 412 с.
6. Німчук В. В. Давньоруська спадщина в лексиці української мови. К.: Наукова думка, 1992. 416 с.
7. Селігей П. О. Внутрішня форма назв емоцій в українській мові: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Київ, 2001, 20 с.
8. Словник староукраїнської мови XIV–XV ст.: У 2 т. Укл.: Д. Г. Гринчишин, У. Я. Єдлінська, В. Л. Карпова, І. М. Керницький, Л. М. Полюга, Р. Й. Керста, М. Л. Худаш. К.: Наукова думка, 1977–1978. Т. 1–2.
9. Словник української мови в 11-ти тт. К.: Наукова думка, 1970–1980. Т. 1–11.
10. Bańkowski A. Etymologiczny słownik języka polskiego. Warszawa: PWN, 2000. Т. 1–2.
11. Boryś W. Słownik etymologiczny języka polskiego. Kraków: Wydawnictwo Literackie, 2005. 864 s.
12. Boryś W., Popowska-Taborska H. Słownik etymologiczny kaszubszczyzny. Warszawa: Slawistyczny Ośrodek Wydawniczy, 1994–2004. Т. 1–4.

13. Brückner A. Słownik etymologiczny języka polskiego. Warszawa: Wiedza Powszechna, 1970. 806 s.
14. Gluhak A. Hrvatski etimološki rječnik. Zagreb: August Cesarec, 1993. 832 s.
15. Inny słownik języka polskiego. Red. nacz. M. Bańko. Warszawa: PWN, 2000. T. 1–2.
16. Karłowicz J. Słownik gwar polskich. Kraków: Nakładem Akademii Umiejętności, Drukarnia Uniwersytetu Jagiellońskiego, 1900-1911. T. 1-6.
17. Linde S. B. Słownik języka polskiego. Lwów: W drukarni Zakładu Ossolińskich, 1854-1860. T. 1–6.
18. Mały słownik zaginionej polszczyzny. Red. naukowy F. Wysocka. Kraków: Wydawnictwo Lexis, 2003. 397 s.
19. Narodowy korpus języka polskiego. URL: <https://nkjp.pl/>
20. Ondruš Š. K etymologickému výkladu indoeurópských pomenovaní strachu. Jazykovedný časopis. Praha, 1959. T. 10. S. 14–19.
21. Pokorny J. Indogermanisches etymologisches Wörterbuch. Bern etc.: Francke, 1959–1965. B. 1–2.
22. Schuster-Šewc H. Historisch-etymologisches Wörterbuch der ober- und niedersorbischen Sprache. Bautzen: Domovina, 1978-1982. B. 1–11.
23. Słownik frazeologiczny języka polskiego. Pod red. S. Skorupki. Warszawa: Wiedza Powszechna, 1974. T. 1–2.
24. Słownik gwar polskich / Pod red. M. Karasia. Warszawa, Kraków, Gdańsk: Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 1982–1994. T. 1–5.
25. Słownik języka polskiego. Pod red. M. Szymczaka. Warszawa: PWN, 1995. T. 1–3.
26. Słownik języka polskiego. Pod red. W. Doroszewskiego. Warszawa: Wiedza Powszechna, 1958–1969. T. 1–11.
27. Słownik języka polskiego. Ułoż. pod red. J. Karłowicza, A. Kryńskiego i W. Niedźwiedzkiego. Warszawa: Nakładem prenumeratorów w drukarni E. Lubowskiego i S-ki, 1900-1927. T. 1–8.
28. Słownik polszczyzny XVI wieku / Pod red. R. Mayenowej. Wrocław etc: PAN, 1966-2004. T. 1–31.
29. Słownik Staropolski. Pod red. S. Urbańczyka. Wrocław etc.: PAN, 1953-2001. T. 1–11.
30. Słownik wyrazów obcych. Wydanie nowe. Pod red. E. Sobol. Warszawa: PWN, 1997. 1185 s.
31. Snoj M. Slovenski etimološki slovar. Ljubljana, 1997.
32. Vaillant A. Grammaire comparée de langues slaves. Paris: Klincksieck, 1966. 577 p.
33. Wielki słownik języka polskiego. URL: <https://wsjp.pl/>

УДК 811.161.2'373.7:008

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.2>**Каріна БОРТУН**

кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри мовної підготовки, Навчально-науковий інститут права та психології Національної академії внутрішніх справ, k.bortun@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1223-347X

**ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ГРУПИ СОМАТИЗМІВ
У СТРУКТУРІ ФРАЗЕОЛОГІЇ**

Стаття присвячена аналізу лексико-семантичних груп соматизмів в архітектоніці української фразеології, що базована на матеріалах лексикографічних праць. Метою статті є системний аналіз лексико-семантичної групи соматизмів у структурі української фразеології на основі «Фразеологічного словника української мови», «Фразеології сучасної української мови» (за ред. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В.), зосереджуючись на їх класифікації, семантичних і стилістичних особливостях, а також культурних і когнітивних аспектах. Наукова новизна роботи полягає у систематизації фразеологізмів із соматичними компонентами української мови за їх семантичною структурою, визначенні специфічних особливостей соматичної семи як носіїв національно-культурної інформації, а також у встановленні закономірностей їхнього функціонування в українській фразеології. Методологія дослідження передбачає комплексний підхід, який інтегрує низку наукових методів для досягнення поставленої мети. Робота поєднує кількісний аналіз, методи лексико-семантичної класифікації, компонентного аналізу значень, контекстуального аналізу та когнітивного підходу для виявлення концептуальних і культурних особливостей соматизмів у фразеологічних одиницях. У роботі визначено ключові лексико-семантичні групи соматизмів, розкрито їх роль у фразеологічній системі мови та вплив на формування національно-культурного простору. Фразеологізми зі соматичними компонентами є важливим засобом вербалізації емоцій, міжособистісних стосунків і соціальних стереотипів. Результати дослідження визначено основні семантичні групи соматизмів, зокрема ті, що пов'язані з емоційним, фізичним і соціокультурним аспектами. Встановлено, що соматизми є важливим інструментом когнітивного й культурного кодування в українській фразеології. Результати дослідження можуть бути використані в лексикографії, когнітивній лінгвістиці та міжкультурній комунікації.

Ключові слова: соматична фразеологія, українська мова, культура, семантика, соматизми, національна ментальність, фразеологізми, культурологія, символіка тіла.

Karina Bortun. LEXICAL AND SEMANTIC GROUPS OF SOMATISMS IN THE STRUCTURE OF PHRASEOLOGY

The article is devoted to the analysis of lexical and semantic groups of somatisms in the architectonics of Ukrainian phraseology, based on the materials of lexicographic works. The aim of the article is to systematically analyse the lexical and semantic group of somatisms in the structure of Ukrainian phraseology on the basis of the Phraseological Dictionary of the Ukrainian Language and Phraseology of the Modern Ukrainian Language (eds. V. Uzhchenko, D. Uzhchenko), focusing on their classification, semantic and stylistic features, as well as cultural and cognitive aspects. The scientific novelty of the work lies in the systematisation of phraseological units with somatic components of the Ukrainian language according to their semantic structure, the identification of specific features of the somatic seme as carriers of national and cultural information, as well as the establishment of regularities of their functioning in the Ukrainian phraseology. The research methodology involves a comprehensive approach that integrates a number of scientific methods to achieve the goal. The work combines quantitative analysis, methods of lexical and semantic classification, component analysis of meanings, contextual analysis and cognitive approach to identify conceptual and cultural features of somatisms in phraseological units. The paper identifies the key lexical and semantic groups of somatisms, reveals their role in the phraseological system of the language and their influence on the formation of the national and cultural space. Phraseologisms with somatic components are an important means of verbalising emotions, interpersonal relationships and social stereotypes. The study has identified the main semantic groups of somatisms, in particular those related to emotional, physical and socio-cultural aspects. It is established that somatisms are an important tool of cognitive and cultural coding in Ukrainian phraseology. The results of the study can be used in lexicography, cognitive linguistics and intercultural communication.

Key words: somatic phraseology, Ukrainian language, culture, semantics, somatisms, national mentality, phraseological units, cultural studies, body symbolism.

Постановка проблеми. Фразеологізми – відображення національної специфіки мови та її самобутності, історичного досвіду народу та уявлення, що пов'язані з трудовою діяльністю, побутом та культурою. Вони відіграють особливу роль у створенні мовної картини світу. Значення фразеологізмів тісно пов'язане з фоновими знаннями носія певної

мови, з певним досвідом особи та культурно-історичними традиціями народу, використовує для спілкування дану мову. Фразеологічні одиниці приписують об'єктам ознаки, які асоціюють із картиною світу.

Для них є важливим є антропоцентричний світогляд людини. Саме соматизми є ядро семи сталих виразів (конотативні слова,

образно-метафоричні слова, ідіоми тощо), які є зародком окремі фразеологічних гнізд. Лексична система мови є чітко окресленою, тому кількість цих фразеологічних гнізд також обмежена. У таких номінативних одиницях відбиваються побут та звичаї, вдача та поведінка людей, їхнє відношення до світу і один та до одного.

Соматичні одиниці – широкий пласт української фразеології. Їх популярності сприяють актуальність змісту, яскрава образність, народність та стилістичне розмаїття. Соматичний шлейф є частиною значеннєвих утворень семантики, що обумовлені лінгвальними й екстралінгвальними чинниками, що репрезентований метафорами, які формують макросистему фразеології.

Фразеологія української мови багата на вирази із соматичними компонентами, тобто назвами частин тіла людини, які відображають національно-культурні особливості та світогляд народу. Однак, незважаючи на значну кількість досліджень у цій галузі, системний аналіз лексико-семантичної групи соматизмів у структурі фразеології наразі є недостатньо опрацьованим. Адже саме відсутність комплексного підходу до вивчення цих питань обмежує можливості глибокого розуміння української фразеології та її культурних кодів у річчизі соматизмів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наразі споглядаємо активно вивчення соматичних фразеологізмів на різних граматичних щаблях, що є предметом багатьох наукових студій вчених: Л. Водяної, О. Левка, О. Часнкової, О. Старостенко, О. Важеніної, І. Черевко, В. Банької, Н. Петруляк тощо.

Л. Водяна наголошує, що фразеологізми з соматичним компонентом є найдавнішим ярусом мовної композиції, що мають символічний шлейф. Вона встановила, що частотність вживання соматизмів в українській і німецькій мовах різна. Авторка вивчила ступінь частотності цих одиниць, виокремила та проаналізувала чотири лексеми: око, серце, голова, рука. На її думку, семантичним ядром формування фразеологізмів є символ. Синтез частин тіла (рука, голова, серце, око) у мовних системах показав, що найпродуктивнішими соматизмами є рука та око.

І. Черевко здійснила структурно-семантичний зріз фразеологізмів із соматизмом *кров*, зафіксованих в стилетвірних векторах українських пам'яток XVI – I пол. XVII ст., окреслила їх продукування. Науковиця виокремила структурні моделі, що трансформують дієслівні фразеологічні одиниці на позначення фізичного стану людини, особливості їх пове-

дінки. На базі потужної фактичної вибірки І. Черевко розглянула історію функціонування фразеологізмів, їх багатство та системні зв'язки на цьому рівні.

Фразеологічні дієслівні одиниці із соматичним компонентом «рука» в українській, турецькій і англійській мовах є предметом наукових досліджень Є. Часнкової. Свою вибірку авторка сформувала зі фразеологічних і тлумачних словників української, турецької й англійської мов. Важливим у її роботі є опис особливостей лінгвокультурологічних аспектів функціонування, проведено ретельний зіставний аналіз, покласифіковано відповідно до семантичних особливостей.

Результатом проведення зіставного аналізу та створення класифікації за семантичною ознакою. Цікавим фактом є те, що такі соматизми в окреслених мовах рідко збігаються за граматику чи синтаксичною архітектонікою, зазвичай є спільним є розуміння семантики довкілля, міжособистісних зв'язків, розумінням одвічних законів всесвіту.

В. Банької вивчає соматизми з високою й середньою фразеотвірною активністю в площині фраземіки говірки села Руські Комарівці Ужгородського району Закарпатської області, окреслила специфіку символів соматизмів-компонентів, що є зразками української міфопоетичної творчості. Лінгвістка встановила, що вони є репрезентантами яскравих виявів образно-емоційного мислення, етнокультурної пам'яті носіїв говірки, асоціативного зв'язку з окресленням соматичного складника як ціннісного орієнтира сучасної картини світу українцям. Авторка зафіксувала, що сакральний зміст соматизмів є результатом антропоцентричного характеру і віддзеркалення дійсності мислення людини, її системою магічно-релігійних уявлень.

Визначення мети дослідження. Метою статті є системний аналіз лексико-семантичної групи соматизмів у структурі української фразеології на основі «Фразеологічного словника української мови», «Фразеології сучасної української мови» (за ред. Ужченка В. Д., Ужченка Д. В.), зосереджуючись на їх класифікації, семантичних і стилістичних особливостях, а також культурних і когнітивних аспектах.

Завдання статті:

1. Здійснити вибірку фразеологізмів із соматичними компонентами у царині лексикографічних праць.

2. Розробити класифікацію цих фразеологізмів за соматичними компонентами та семантичними групами.

3. Проаналізувати семантичні й стилістичні особливості окреслених фразеологізмів.

4. Виявити культурні та когнітивні аспекти, відображені у фразеологізмах зі соматичними компонентами.

Варто наголосити, що потребують детального розгляду такі аспекти:

1) класифікація та систематизація фразеологізмів із соматичними компонентами: відсутність єдиної класифікації ускладнює розуміння їхньої ролі та функцій у мові;

2) семантичні та стилістичні особливості: необхідно дослідити, як соматизми впливають на значення та емоційне забарвлення фразеологізмів;

3) культурні та когнітивні аспекти: важливо виявити, як фразеологізми із соматичними компонентами відображають національну картину світу та менталітет українців.

Методи дослідження. У статті використано комплексний підхід, що об'єднав низку наукових методів для досягнення поставленої мети. Насамперед, проведено аналіз наукової літератури та публікацій, присвячених питанням функціонування соматизмів у архітектоніці фразеології. Це дозволило визначити основні тенденції, типи лексико-семантичних груп соматизмів, встановити погляди вчених на цю дефініцію. Лексико-семантичний аналіз дозволив вивчити семантичні трансформації в контексті фразеології, описати визначення основних семантичних полів. Дає змогу проаналізувати, як соматизми використовують для створення метафоричних і метонімічних образів. Важливого значення у роботі надаємо дескриптивному методу, що передбачає опис соматизмів у фразеології без глибокого аналізу їхнього походження чи трансформації.

Він реалізований збором і систематизацією соматичних фразеологізмів із «Фразеологічного словника української мови», «Фразеології сучасної української мови» (за ред. Ужченка В. Д., Ужченка Д. В.), що передбачає опис семантичних особливостей фразеологізмів. Кількісний метод у дослідженні лексико-семантичної групи соматизмів у структурі фразеології передбачає статистичний аналіз для виявлення закономірностей та тенденцій у використанні соматичних компонентів у фразеологічних одиницях. Він спонукає до систематизації даних із репозитаріїв «Фразеологічного словника української мови» та «Фразеології сучасної української мови» (за ред. Ужченка В. Д., Ужченка Д. В.). Фіксує підрахунок частотності за кожною групою, що допомагає встановити рівень продуктивності в українській фразеології. Здійснення статистичної вибірки аналізованого матеріалу дозволяє встановити домінантні соматизми, щоб проаналізувати їхні семантичні особли-

вості, що сприяє кращому розумінню мовної картини світу та культурних особливостей українського народу.

Виклад основного матеріалу. Соматизми є трансляторами значення, де використано назви частин тіла в переносному значенні як порівняння метафори в ідіомах намагалися повніше передати свої думки або справити більше враження від сказаного чи говорить про щось максимально знайоме. Особливістю фразеологізмів-компонентів є можливість віддзеркалювати значення складників на позначення станів, процесів, сприйнятих зором, слухом, оскільки це доступно здоровій людині – саме такими маркерами та є слова соматизми.

При створенні метафор назви частин тіла продуктивні різною мірою: одні використовуються частіше, а інші – рідше. Чисельність фразеологічних одиниць із соматичним компонентом подав В. Ужченко за показником на базі «Словника фразеологізмів української мови» (2003) (рис. 1) [7].

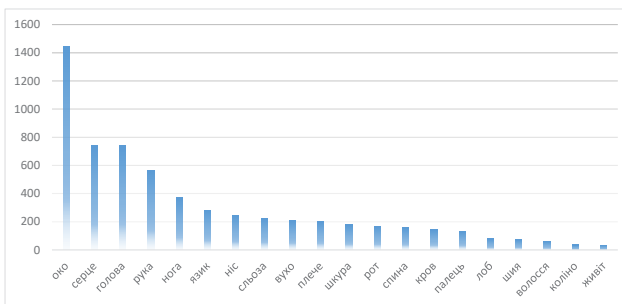


Рис. 1. «Показчик» до «Словника фразеологізмів української мови» (2003)

Різні частини тіла людини мають різний ступінь продуктивності у створенні сталих словосполучень. Такі частини тіла як п'ята, коліно чи плечі у складі соматичних фразеологічних одиниць (далі – СФО) використовують рідко, на противагу їм лексеми голова, рука, око, нога та язик – набагато частіше. Функції останніх є зрозумілішими й це пов'язано з їх легкістю у використанні.

Для підтвердження цієї тези ми обрали матеріал на базі одного із найавторитетніших словників фразеологізмів. Ним став «Фразеологічний словник української мови» в двох томах за редакцією В. М. Білоноженко. Для аналізу була обрана група соматичної лексики на позначення характеру об'єкту номінації.

Матеріалом для нашої розвідки постала стала сомонімічна лексика, а саме такі частини тіла людини: *око, голова, рука, нога, язик, зуби, вуха, ніс, плечі, шия, пальці, волосся, п'ята, лоб та коліно*. Зазначені лексеми були

подані в нашій роботі без варіативності, тому що ми обрали стержневі фраземи. Результатом праці є даний «Показчик» сомонімічної лексики до «Фразеологічного словника української мови» (1993) (рис. 2).

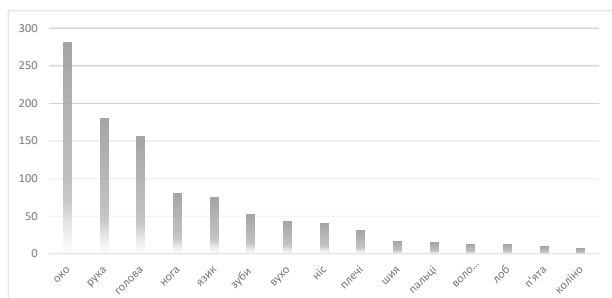


Рис. 2. «Показчик» сомонімічної лексики до «Фразеологічного словника української мови» (1993)

Причинами номінації частин або органів людського тіла є створенні метафоричних та метонімічних універсалій під час функціонування фразеологічних одиниць. Номінація нового предмету людина супроводжує асоціаціями, насамперед тими, які є відомі та постійно перебувають біля індивіда. Частини тіла постійно перебувають перед очима, вони стають специфічним еталоном для порівняння. Частини тіла та їх назви також мають символічний характер. У нашому дослідженні ми подали аналіз основних соматизмів та їх символічні значення у фразеологічній архітектоніці української мови.

Найуживанішою лексемою є *око*. Це орган зору, завдяки якому людина може бачити та оцінювати (можна *досягнути оком*, *кинути оком* чи *обводити очима*, а можна *взяти на пильне око*, *витріщити очі* чи *побігти очима*). За давніми повір'ями люди могли змінити ним долю. Наприклад, в українській народній творчості зберіглося багато прикладів того, що оком можна було зурочити чи завдати шкоди комусь та протидіяти цьому (*поганий на око*, *лихе око* та *сіль тобі в очі як протидія*). Також око ставало виразником фізичного чи морального стану людини (*очі так і світяться*, *очі туманом заходяться*, як *риб'яче око* та *аж очі обараніли*). Очима можна подавати якійсь знаки (*кліпати очима*, *блїмати очима* та *заграти очима*).

Друга за вживанням – лексема *голова*. Спонівку лінгвістика є важливим вектором асоціативного та метафоричного ядра. Саме голова є ядром асоціацій і метафор, що керує розумом та думками, тому конотація є важливим чинником (*мати голову на плечах*, *мати клепку в голові*, *дурна голова*, *куряча голова*).

Прикметники у складі таких СФО часто синонімами до осіб, яких окреслюють наведені фразеологізми. Також соматизм *голова* входить до фразеологізмів, що позначають:

1) фізичний стан (*голова пухне*, *голова тріщить*, *хміль бродить в голові*);

2) людську діяльність (*ховати голову в пісок*, *підводити голову*);

3) міру та ступінь (*у головах*) [16, с. 285].

Рука у складі соматичних фразеологізмів відіграє універсальну роль та вживається із різноманітним значенням. Саме вона виконує найважливіші функції, тому завдяки цьому людина може бути повноцінною суспільною особистістю. Наразі більшість СФО із лексемою *рука* пов'язані з трудовою діяльністю трудовою діяльністю (*аж горить у руках*, *дати хліб у руки*, *рук не чути*) та неробством (*і голки в руки не взяти*, *руки в брюки*). Також регулярними соматизми, які позначають дію (*забити руки*, *піднімати руку*). СФО із компонентом *рука* окреслюють фізичний та психічний стан (*опускати руки*, *тримати себе в руках*); місцезнаходження чогось (*попадатися на руки*, *прибрати до своїх рук*). Лексема *рука* може вживатися синонімами до самої людини щодо її діяльності (*золоті руки*, *чужі руки*, *липкі руки*).

Нога – це нижня точка у вертикальному положенні тіла людини. Часто лексема *нога* символізує з приниженням та моральним тиском (*падати в ноги*). Соматизм із компонентом *нога* виступає символом міцності й опори (*стояти міцно на ногах*, *мати землю під ногами*) та руху й швидкості (*нога за ногою*, *налягти на ногу*, *давати волю ногам*). *Язик* символізує спілкування (*клепати язиком*, *розпускати язика*, *гострий на язик*, *язик як бритва*). *Зуби* часто символізують агресивну поведінку (*зуб за зуб*, *мати зуб на когось*). Також СФО із компонентом *зуби* мають широку семантику фізіологічного спрямування:

1) динамічні процеси: *сміятися «вишкірити зуби»*, *«скалити зуби»*, *говорити «цідити крізь зуби»*;

2) інтелектуальний рівень: *вправність «не по зубах»*;

3) фізіологічні процеси: *голодувати «покласти зуби на полицю»*;

4) моральні процеси: *злий «мати зуб на когось»*, *улесливий «дивитися в зуби»*;

5) абстрактні поняття: *аніскільки «ані в зуб»*, *добре «на зубок»* [15, с. 142].

Ніс. Перше значення пов'язане з отриманням інформації (далі свого носа не бачити, носом чути). Другою особливістю соматизму з компонентом *ніс* є хвороблива цікавість (пхати свого носа не чужі справи).

Завдяки такому органу як *вухо*, людина може слухати та впізнавати навколишній світ (*слухати у всі вуха*). Лексема *вухо* має асоціацію з таємницею та сильними почуттями (*нагострити вуха, закохатися по самі вуха*).

Волосся часто використовують для вираження емоційності, наприклад страху волосся дибки стає. Окрема семантика є у окремого/окремої волоска/волосини. Лексема виражає значення, коли щось мало або неважливе та наповнення до кінця (*до волосини, до сивого волосу*).

Отже, наше дослідження ще раз підтвердило думку, що різні частини тіла людини мають різний ступінь продуктивності у створенні сталих словосполучень. Насамперед, це пов'язано зі знанням народу про їхні функції, а вже потім із національно-культурними особливостями.

Соматизми часто використовують під час історичного порівняння різних мов, а особливо споріднених. В мовах, які є джерелом для такого порівняння, на першому місці для утворення фразеологізмів є слова, що окреслюють руку, очі та голову. До того ж важливою рисою соматизмів є наявність умов численних аналогів, які дуже близькі по образній спрямованості словосполучень. Вона відрізняє соматизми від інших тематичних груп ФО. У різних мовах збіг образності СФО вчені поснюють не тільки запозиченнями, а й загальними закономірностями, що ведуть до виникнення близьких ФО, які демонструють універсальний характер переносу соматизмів їх функціанально-семантичну динаміку [12, с. 156].

Отже, назви частин тіла є ядром соматичної лексики. Вони є однією з основ для творення фразеологізмів в українській мові. Тому більшість вчених зараховують СФО до найуживаніших шарів лексичного фонду Соматичні елементи – це один із архаїчних та стійких до змін компонентів. Фразеологізми на позначення частин тіла є джерелом дослідження багатьох вчених.

СФО – індикатор антропоцентричної мовної картини світу, які є семантичними центрами сталих виразів, навколо яких утворені окремі фразеологічні гнізда. Соматичні одиниці – значна частина від загальної кількості фразеологізмів української мови. Тому цілком природно, що назви частин тіла й беруть участь в утворенні нових ФО. Соматичні

фразеологізми є прикладом стереотипного мислення, наявності архетипів в українського народу, які постають як взірць досвіду соціуму, є засвідченням належності до багатой культури й ментального колориту України.

Висновки. Отже, соматичні фразеологічні одиниці становлять значний шар в лексичній парадигмі української мови. Ми з'ясувати семантико-культурологічні особливості, визначити місце соматизмів у структурі фразеології української мови лексико-семантична група соматизмів. Для нашої розвідки ми обрали сомонімічну лексику як частину соматичної.

Найчисельнішою є група фразеологізмів із компонентом «голова» та її частинами. Серед них нам найчастіше траплялися лексеми із компонентом «очі» («око») (281 фразеологічних одиниць (ФО – далі)), далі були «голова» (156 ФО), «язик»(75 ФО), «зуби» (52 ФО), «вухо» (43 ФО), «ніс» (40 ФО), «волосся» (13 ФО), «лоб» («чоло») та «шия» (17 ФО).

Однією із цікавих груп фразеологізмів із соматичним компонентом «рука» (180 ФО) та її компоненти «плече» (31 ФО) та «пальці» (15 ФО). Даний соматичний компонент символізував суспільне становище, стан та моральні якості людини. Соматизми із компонентом «нога» (80 ФО) зустрічатиметься рідше. До цієї входять СФО «коліно»(7 ФО) та «п'ята»(10 ФО).

Під час нашого дослідження ми визначили, що для лексико-семантичної групи соматизми як частина українській фразеології характерні:

- стійкість;
- висока частота вживання;
- розгалуження семантична структура.

Соматизми найчастіше виступають семантичними центрами сталих виразів(конотативні слова, образно-метафоричні слова, ідіоми тощо) навколо яких утворюються окремі фразеологічні гнізда. У кожній мові лексична парадигма чітко окреслена, тому кількість цих фразеологічних гнізд також обмежена. У таких номінативних одиницях відбиваються побут та звичаї, вдача та поведінка людей, їхнє відношення до світу і один та до одного. Соматичні одиниці – широкий пласт української фразеології. Їхній популярності сприяють актуальність змісту, яскрава образність, народність та стилістичне розмаїття.

Література:

1. Баньої В., Петруляк Н. Соматизми у складі фразеологізмів закарпатської говірки села Руські Комарівці Ужгородського району: етнолінгвістичний аспект. *Науковий вісник Ужгородського університету: серія: Філологія*. Ужгород: ПП Данило С. І., 2020. Вип. 1 (43). С. 39–48.
2. Бортун К. О. Структурні особливості асоціативного поля ергонімів міста Вінниці. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2022. № 56. С. 16–20. DOI <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2022.56.4>
3. Бортун К. О. Функційно-семантичні особливості часток в імперативних висловленнях. *Science and Education a New Dimension. Philology*. Budapest, 2017. V(39). С. 11–16.
4. Бортун К. О. Теоретико-поняттєві особливості конотації у сучасній українській мові. *Вісник гуманітарного наукового товариства: наукові праці*. Випуск 23. Черкаси: Черкаський інститут пожежної безпеки імені Героїв Чорнобиля, НУЦЗ України. 2023. С. 264–268.
5. Бортун К. О. Транспозиційні особливості імператива у сфері способово-темпоральних форм (на матеріалі української мови). *Одеський лінгвістичний вісник: Науково-практичний журнал*. 2017. № 9. Т. 2. С. 65–69.
6. Бортун К. О. Денотатно-номінативна класифікація ергонімів міста Вінниці. *The latest approaches to improving philological sciences: Scientific monograph*. Riga, Latvia: «Baltija Publishing», 2024. С. 18–31. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-426-9-2>
7. Важеніна О., Куцева А. Фразеологізми з соматичним компонентом: семантичний та етнокультурологічний аспекти. *Донецький вісник НТШ*. URL: litmisto.org.ua/?p=19722
8. Венжинович Н. Ф. Фраземіка української літературної мови в контексті когнітології та лінгвокультурології. Ужгород: ФОП Сабов А.М., 2018. 463 с.
9. Водяна Л. В. Символічне значення соматизмів у фразеологізмах латинської, німецької та української мов. *Академічні студії. Серія «Гуманітарні науки»*. (1). 2022. С. 108–113. <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2022.1.16>
10. Каріна Бортун Синтаксичні засоби вираження конотації окличних речень у романі Наталки Доляк «Шикарне життя у Вупперталі». *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Дрогобич. 2022. Вип. 53. Том 1. С. 166–170.
11. Мицан Д. М. Локативне вживання фразеологізмів з компонентами-назвами частин тіла. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Сер.: Філологічна. 2012. Вип. № 29. С. 127–129.
12. Панцьо С. Культурологічна вагомість соматичної лексики (на матеріалі лемківської пісні). *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського*. Серія: філологія (мовознавство). 2012. Вип. 16. с. 155–162.
13. Скрипник Л. Г. Фразеологія української мови. Київ: Наук. думка 1973. 278 с.
14. Старостенко О. Символічне значення фітонімів в англійській та українській мовах. URL: <http://ekhsuir.kspu.edu/handle/123456789/1122>
15. Чаєнкова О. Фразеологічні одиниці із соматичним компонентом голова. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Філологія*. Соціальні комунікації. Київ: Гельветика, 2020. Т. 31 (70). № 2. Ч. 3. С. 141–146.
16. Черевко І. Образна основа фразеологічних одиниць із соматизмом кров (на матеріалі пам'яток української мови XVI – першої половини XVII ст.). *Науковий вісник Ужгородського університету: серія: Філологія*. Ужгород: ПП Данило, 2020. Вип. 1 (43). С. 282–287.
17. Cambridge International Dictionary /E. Walter (ed.). Cambridge: Cambridge University Press, 2002. 604 p.
18. Essential Turkish Idioms (for English speakers). İzmir: Habibullah Enterprises, 2006. 205 p.
19. Myroslava Chesakova, Karina Bortun, Viktoriia Lohvynenko, Valerii Molotai and Nataliia Tymoshyk. *Enhancing Social Protection Policy for Internally Displaced Persons in the Context of War: vol. 21*. 2023. URL: <https://refpress.org/ref-vol21-a105/>

УДК 37.015.3

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.3>**Людмила ВОЛКОВА**

кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов,
Державний податковий університет, liudavolkova@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7007-4377

Альона ЧОРНА

старший викладач кафедри іноземних мов, Державний податковий університет,
mailalena89@gmail.com
ORCID: 0009-0007-6544-332X

ПСИХОЛОГІЧНА ГОТОВНІСТЬ СТУДЕНТІВ-ФІЛОЛОГІВ ДО ОПАНУВАННЯ НАВИЧОК ІНШОМОВНОГО СПІЛКУВАННЯ В КОНТЕКСТІ ЇХ МАЙБУТНЬОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Стаття присвячена комплексному аналізу психологічної готовності студентів-філологів до опанування професійного іноземного спілкування, що є невід'ємною складовою їхньої педагогічної та методичної підготовки. У дослідженні акцентовано увагу на взаємозв'язку мотиваційних, когнітивних, емоційно-вольових і культурних компонентів, які формують здатність студентів успішно взаємодіяти в іноземному середовищі. Висвітлено ключові психологічні бар'єри, такі як тривожність, страх помилок, низька самооцінка та невпевненість, а також проблеми міжкультурної комунікації, що виникають через недостатнє розуміння культурних особливостей. Розглядаючи психологічну готовність у контексті філологічної освіти, слід враховувати, що вона включає як особистісний компонент (бажання вдосконалювати свої знання і здатність до рефлексії), так і професійний компонент – орієнтацію на застосування іноземних навичок у викладацькій або перекладацькій діяльності.

У статті детально розглянуто педагогічні умови, які сприяють розвитку психологічної готовності, включно з інтерактивними формами навчання, міжнародними мовними проєктами, створенням мовного середовища та залученням цифрових технологій. Окремо проаналізовано роль психологічної підтримки та мотиваційних тренінгів у подоланні страхів і тривожності студентів. Автори також звертаються до проблем інтеграції теоретичних і практичних знань, пропонуючи рекомендації для вдосконалення навчального процесу. У роботі також запропоновано низку практичних рекомендацій, що сприятимуть формуванню цієї готовності, включно з використанням інтерактивних методик, індивідуалізованого підходу та новітніх технологій.

Автори звертають увагу на проблеми, з якими стикаються майбутні філологи, та пропонують шляхи їх вирішення через адаптацію методик навчання, впровадження новітніх технологій та розвиток міжкультурної компетентності. Практичний аспект викладений у формі рекомендацій для освітніх закладів.

Матеріали дослідження спираються на результати сучасних наукових праць, емпіричних досліджень і практичного досвіду. Стаття може бути корисною для викладачів закладів вищої освіти, педагогів-методистів, дослідників у сфері освіти та студентів, які прагнуть підвищити рівень професійної іноземної компетентності.

Ключові слова: мотивація, когнітивний розвиток, емоційно-вольова стабільність, міжкультурна компетентність, інтерактивні методи, цифрові технології.

Lyudmyla Volkova, Alyona Chorna. PSYCHOLOGICAL READINESS OF PHILOLOGY STUDENTS TO LEARN LANGUAGE COMMUNICATION SKILLS IN THE CONTEXT OF THEIR FUTURE PROFESSIONAL ACTIVITIES

The article is devoted to a comprehensive analysis of the psychological readiness of philology students to master professional foreign language communication, which is an integral part of their pedagogical and methodological training. The study focuses on the relationship between motivational, cognitive, emotional-volitional and cultural components that form the ability of students to successfully interact in a foreign language environment. Key psychological barriers are highlighted, such as anxiety, fear of mistakes, low self-esteem and insecurity, as well as problems of intercultural communication that arise due to insufficient understanding of cultural characteristics. When considering psychological readiness in the context of philological education, it should be taken into account that it includes both a personal component (the desire to improve one's knowledge and ability to reflect) and a professional component – an orientation towards the application of foreign language skills in teaching or translation activities.

The article examines in detail the pedagogical conditions that contribute to the development of psychological readiness, including interactive forms of learning, international language projects, the creation of a language environment and the involvement of digital technologies. The role of psychological support and motivational training in overcoming students' fears and anxiety is separately analyzed. The authors also address the problems of integrating theoretical and practical knowledge, offering recommendations for improving the educational process.

The paper also proposes a number of practical recommendations that will contribute to the formation of this readiness, including the use of interactive methods, an individualized approach and the latest technologies.

The authors draw attention to the problems faced by future philologists and suggest ways to solve them through the adaptation of teaching methods, the introduction of new technologies and the development of intercultural competence. The practical aspect is presented in the form of recommendations for educational institutions.

The research materials are based on the results of modern scientific works, empirical research and practical experience. The article may be useful for teachers of higher education institutions, methodologists, researchers in the field of education and students who seek to increase the level of professional foreign language competence.

Key words: *motivation, cognitive development, emotional-volitional stability, intercultural competence, interactive methods, digital technologies.*

У сучасному світі іноземна мова є не лише засобом комунікації, але й інструментом інтеграції в міжнародний простір. Філологи виконують ключову роль у цьому процесі, адже саме вони забезпечують поширення мовної і культурної грамотності серед широких мас. Згідно з даними Міністерства освіти і науки України, майже 70% випускників філологічних спеціальностей працюють у сфері освіти [5]. Це підкреслює важливість їхньої підготовки не лише як викладачів, а й як експертів у міжкультурній комунікації.

Однак, багато студентів стикаються з такими проблемами, як страх виступу перед аудиторією, невпевненість у власних мовних здібностях та труднощі у сприйнятті культурних особливостей. У цьому контексті психологічна готовність є критичним фактором успішної професійної діяльності.

Відповідно до сучасних міжнародних освітніх вимог, випускник вищого навчального закладу (за рекомендаціями Комітету Ради Європи з питань освіти) має володіти вміннями швидко і вільно висловлюватися іноземною мовою без помітних труднощів, пов'язаних з пошуком засобів вираження у процесі досягнення ними соціальних, академічних і професійних цілей. Психологічна готовність студентів до іншомовного спілкування, зокрема в професійних і педагогічних контекстах, є ключовим фактором, який визначає їхню успішність у майбутній діяльності. Формування цієї готовності стає актуальним завданням, особливо у зв'язку з необхідністю створення конкурентоспроможних фахівців, здатних ефективно взаємодіяти у багатомовному середовищі.

Наукові дослідження останніх років підкреслюють важливість розвитку психологічної готовності студентів як складової професійної компетенції. У працях українських та зарубіжних вчених, таких як Залевська Г. М., Ярмолівич М. В., Фельдман Барретт Л., розглядаються мотиваційні та емоційно-вольові аспекти навчання іншомовної комунікації. У цих дослідженнях акцентується увага на значенні мотивації, емоційної стабільності та культурної компетенції у формуванні готовності до професійної взаємодії.

Проте, незважаючи на значний обсяг наукових праць, недостатньо висвітлено питання інтеграції психологічної підтримки, новітніх методик навчання та міжкультурної компетенції у процес підготовки студентів-філологів до професійного іншомовного спілкування. Крім того, не всі аспекти психологічних бар'єрів, зокрема страху перед спілкуванням у професійному контексті, отримали достатнє методологічне обґрунтування. Саме ці невіршені аспекти є основним предметом даної статті.

Метою статті є комплексне дослідження психологічної готовності студентів-філологів до оволодіння професійними навичками іншомовного спілкування, визначення основних бар'єрів, які виникають у цьому процесі, та розробка практичних рекомендацій для їх подолання.

Основні завдання статті:

1. Визначити структуру психологічної готовності до іншомовного спілкування, включаючи мотиваційний, когнітивний, емоційно-вольовий та культурний компоненти.

2. Проаналізувати психологічні бар'єри, що виникають у процесі навчання, та їхній вплив на професійне становлення студентів.

3. Оцінити сучасні методи підготовки студентів-філологів у контексті розвитку їхньої психологічної готовності.

4. Запропонувати інноваційні методи та практичні рекомендації для вдосконалення навчального процесу, орієнтованого на формування міжкультурної та професійної компетентності.

Стаття має на меті доповнити існуючі підходи до проблеми, запропонувавши нові методологічні інструменти та конкретні шляхи вдосконалення освітнього процесу.

Об'єкт дослідження: процес формування психологічної готовності студентів-філологів до професійного іншомовного спілкування.

Предмет дослідження: структура, чинники та методи формування психологічної готовності студентів-філологів у контексті їхньої професійної підготовки. Розглядаючи психологічну готовність у контексті філологічної освіти, слід враховувати, що вона включає:

1. Особистісний компонент: бажання вдосконалювати свої знання і здатність до рефлексії.

2. Професійний компонент: орієнтація на застосування іншомовних навичок у викладацькій або перекладацькій діяльності.

Психологічна готовність студентів-філологів до опанування навичок іншомовного спілкування є багатограним явищем, яке визначає успішність їхньої майбутньої професійної діяльності. Формування психологічної готовності студентів-філологів є важливим завданням системи вищої освіти, адже ця складова значною мірою впливає на їхню здатність викладати іноземну мову, перекладати професійні тексти, вести наукову діяльність чи працювати в багатомовних командах.

Психологічна готовність включає мотиваційний, когнітивний, емоційно-вольовий та міжкультурний компоненти, які тісно взаємопов'язані [4]. Мотиваційний компонент визначає прагнення студентів опанувати іноземну мову та використовувати її в професійних контекстах. *Висока мотивація* сприяє подоланню труднощів навчання, підтримує постійний інтерес до вдосконалення мовних навичок і допомагає долати страхи, пов'язані з мовним середовищем. *Когнітивний компонент* охоплює здатність до засвоєння нових знань, використання мовного матеріалу в різних ситуаціях, а також критичне мислення, необхідне для аналізу та адаптації професійної інформації. *Емоційно-вольовий компонент* сприяє подоланню тривожності, яка може виникати у студентів під час спілкування з носіями мови або виконання складних комунікативних завдань [2]. *Міжкультурний компонент* забезпечує здатність ефективно взаємодіяти з представниками інших культур, враховуючи особливості їхньої мовної поведінки, етикету та цінностей.

Проблема формування психологічної готовності студентів-філологів постає особливо гостро через низку чинників. Поширеною є ситуація, коли студенти мають високий рівень теоретичних знань, але відчують невпевненість у їхньому практичному застосуванні. Це може бути пов'язано зі страхом помилок, недостатнім досвідом спілкування з носіями мови або труднощами адаптації до професійних умов, таких як викладання іноземної мови чи переклад спеціалізованих текстів.

Одним із головних психологічних бар'єрів є тривожність, яка блокує здатність студентів використовувати свої знання ефективно. Вона може виникати через занижену самооцінку, страх перед оцінкою з боку інших або брак практичного досвіду.

Іншим важливим бар'єром є культурна розбіжність: нерозуміння особливостей іншомовної культури може призводити до невпевненості у виборі мовних засобів, порушення етикету спілкування та навіть до конфліктних ситуацій.

Формування психологічної готовності вимагає інтеграції різних педагогічних підходів і методик, які дозволяють подолати зазначені бар'єри. Важливу роль у цьому відіграє створення мовного середовища, яке стимулює постійне використання іноземної мови в навчальних і позанавчальних контекстах. Практика показує, що студенти, які беруть участь у розмовних клубах, міжнародних програмах обміну, воркшопах чи мовних стажуваннях, значно впевненіше почуваються у професійних комунікаціях. Не менш важливим є використання інтерактивних методів навчання, таких як рольові ігри, симуляції, дебати та проектна діяльність, які моделюють реальні ситуації спілкування. Психологічна підтримка студентів, зокрема тренінги з подолання страхів і розвитку впевненості, також є ефективним засобом подолання тривожності та формування емоційної стійкості.

Урахування міжкультурної складової є ще одним критично важливим аспектом підготовки студентів-філологів. Знання мовного етикету, розуміння невербальних комунікативних сигналів, усвідомлення значення культурних відмінностей сприяє успішній міжкультурній взаємодії та мінімізує ризики непорозуміння. Важливо не лише навчати студентів граматики чи лексики, а й інтегрувати в навчальний процес заняття, спрямовані на розвиток міжкультурної компетенції, наприклад, через аналіз кейсів, перегляд автентичних матеріалів чи співпрацю з іноземними партнерами. Таким чином, психологічна готовність студентів-філологів до іншомовного спілкування є ключовим чинником їхнього професійного становлення. Комплексний підхід до її формування, що включає розвиток мотивації, когнітивних умінь, емоційної стабільності та міжкультурної компетенції, дозволяє створити умови для підготовки висококваліфікованих фахівців, здатних ефективно діяти в сучасному глобалізованому світі.

Компетентний педагог – це не лише мовний професіонал, але й людина, яка вміє навчати, мотивувати та підтримувати учнів. Психологічна готовність є базою для реалізації таких завдань. Однією з головних причин недостатньої мотивації є відсутність чіткої уяви про те, як отримані знання застосовуватимуться у професійному житті. Дуже часто відбува-

ються ситуації, коли студент, який не знає, як використовувати іноземну мову на практиці, рідше відчуває інтерес до навчання. Вирішенням такої проблеми може стати введення до освітніх програм навчальних закладів дисциплін, пов'язаних із практичним застосуванням мови, наприклад, «Мовний етикет у діловій комунікації» або «Основи міжнародного співробітництва».

Тривожність перед спілкуванням іноземною мовою є типовою проблемою. Згідно з опитуванням, проведеним у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка, 62% студентів бояться робити помилки під час усної комунікації [5]. Для вирішення даної проблеми ми пропонуємо організувати практичні заняття із використанням інтерактивних технологій (наприклад, VR-симуляторів для діалогів із носіями мови).

Міжкультурна комунікація передбачає розуміння норм і традицій іншої культури. Для того, щоб відповісти студентам на питання як сприймати «іншу» культуру, пропонуємо розглянути наступний приклад: викладачі-британці часто зазначають, що українські студенти не завжди розуміють значення гумору в англійській мовній середовищі, що може призводити до непорозумінь. Для вирішення даного питання ми пропонуємо проводити тематичні вечори або гостьові онлайн-відеолекції з нейтів спікерами про особливості мовної поведінки в різних культурах.

Розглядаючи детальніше тему психологічних бар'єрів та їх вплив на навчальний процес слід виокремити наступні пункти:

1. *Страх спілкування іноземною мовою:* багато студентів відчувають дискомфорт під час розмови з носіями мови. На практичному занятті студенти можуть відмовлятися брати участь у дискусії, посилаючись на «низький рівень знань».

2. *Відсутність підтримки:* недостатня взаємодія з викладачами може призводити до втрати впевненості. У даному випадку рекомендуємо запроваджувати менторські програми між старшими та молодшими студентами.

3. *Недосконалість навчального процесу:* одноманітність завдань і недостатність інноваційних методів викладання знижують ефективність навчання. Вирішення даної проблеми бачимо через використання крос-культурних проєктів, де студенти взаємодіють в міжнародних командах.

Наведені вище проблеми можливо вирішити за допомогою наступних рекомендацій для підвищення рівня психологічної готовності:

1. Впровадження інноваційних методів навчання: використання платформ для мовного обміну, таких як Tandem або HelloTalk, де студенти можуть спілкуватися з носіями мови [7].

2. Створення мовного середовища: організація заходів, таких як мовні клуби, семінари, воркшопи у співпраці з носіями мови.

3. Психологічна підтримка майбутніх фахівців: проведення тренінгів із розвитку впевненості, зокрема через театральні вправи чи дебати.

На сьогоднішній день деякі з наведених нами методик успішно використовуються у навчальному процесі, зокрема у Чернівецькому університеті була впроваджена програма «Speak Up!», яка поєднує мовну практику з публічними виступами. Результати:

– Зниження рівня тривожності у 85% студентів.

– Підвищення впевненості у спілкуванні [5].

Враховуючи важливість якостей, що сприяють успішному оволодінню іноземною мовою, на навчальних заняттях при вивченні певного лексичного матеріалу слід навчати здобувачів вищої освіти способам самостійної роботи, діяти продумано, послідовно, системно, формувати самостійність у роботі над мовою, формувати позитивний образ, впевненість у своїх силах, розвивати професійну компетентність, сприяти особистісному розвитку, підтримувати прагнення до активної роботи студентів [5]. Значна роль у вирішенні цих завдань належить викладачеві. Важливе значення у вивченні іноземної мови має усвідомлення загальнолюдських цінностей, що сприяє поглибленню уявлень про актуальні проблеми соціально-політичного життя, отримання інформації про пам'ятки історії та твори мистецтва. Вивчаючи мову іншої країни, здобувачі освіти порівнюють отриману інформацію з життям рідної країни, що сприяє діалогу культур.

Виходячи з викладеного, формування належного рівня готовності студентів-філологів до опанування навичок іншомовного спілкування в подальшій професійній підготовці можливе лише у діяльності з урахуванням особливостей розвитку особистості. Оволодіння іноземною мовою – це активна форма володіння умінням використовувати іноземну мову під час спілкування. Вивчення іноземної мови є тривалим процесом, що вимагає терпіння, концентрації та впевненості в успішності його завершення. Тому, щоб домогтися результатів у вивченні іноземної мови, необхідна відповідна мотивація, адже

без неї бажання зникає дуже швидко і процес вивчення мови втрачає ефективність. Тобто необхідне чітке розуміння того, для чого це потрібно та які нові можливості можуть відкритися завдяки знанням іноземних мов [6].

Щоб оволодіти іноземною мовою, потрібно не тільки засвоїти лінгвістичні знання, а й формулювати вміння та навички користуватися мовою на практиці. Уміння користуватися іноземною мовою у житті означає спілкуватися нею, як усно, так і письмово. Головна мета у вивченні іноземної мови – це комунікація. Говорячи про формування іншомовної мовленнєвої компетенції, слід зазначити необхідність урахування психологічних особливостей тих, хто навчається, і самого процесу мовлення, знання сутності психічних процесів, які супроводжують будь-який навчальний процес. Навчання спілкуванню не може зводитися виключно до формування вмінь та навичок іншомовної мовленнєвої діяльності, тобто володіння лінгвістичним кодом, оскільки воно передбачає розуміння мовленнєвого та психологічного контексту, притаманного певним ситуаціям. Оволодіння іноземною мовою є активною формою вміння використовувати іноземну мову у реальних умовах спілкування, у той час як вивчення іноземної мови – це засвоєння мовних форм, що використовуються у ситуації спілкування.

Висновки і перспективи подальших розробок. Психологічна готовність студентів-філологів до іншомовного спілкування є фундаментальною складовою їхньої професійної підготовки, яка поєднує знання, навички та емоційно-вольові якості, необхідні для успішної комунікації в багатомовному та міжкультурному середовищі. Аналіз показує, що формування такої готовності є надзвичайно складним процесом, оскільки охоплює численні аспекти, включаючи мотиваційний потенціал студентів, їхню здатність до засвоєння нових знань, а також емоційну стійкість у складних комунікативних ситуаціях [2]. Успішність майбутніх фахівців залежить від інтеграції цих компонентів, адже вони забезпечують не лише технічну, а й психологічну підготовленість до вирішення професійних завдань.

Мотиваційний компонент психологічної готовності виступає рушійною силою, яка визначає прагнення студентів до саморозвитку, їхню активну участь у навчальному процесі та інтерес до вдосконалення іншомовних навичок [4]. Усвідомлення професійної необхідності володіння іноземною мовою формує цілеспрямованість і стійкий інтерес до дисципліни, що, своєю чергою, впливає на

загальний рівень компетентності. Водночас важливим є розуміння того, що мотивація студентів може бути знижена через недостатнє занурення у мовне середовище, відсутність практичного застосування знань або невпевненість у власних силах. Таким чином, система освіти має створювати умови, які б заохочували студентів до активного використання мови як у навчальних, так і в позанавчальних ситуаціях.

Когнітивний аспект психологічної готовності охоплює здатність студентів аналізувати, засвоювати та творчо застосовувати іншомовний матеріал у професійних контекстах. Це вимагає розвитку критичного мислення, яке дозволяє адаптувати знання до реальних потреб, та вміння ефективно вирішувати комунікативні завдання у нестандартних умовах. Важливо також враховувати, що когнітивні здібності студентів не можуть розвиватися ізольовано від практичної діяльності, тому їхнє формування має бути тісно пов'язане з активними методами навчання, такими як проєктна робота, рольові ігри чи симуляції професійних ситуацій [6].

Емоційно-вольовий компонент є критично важливим для подолання психологічних бар'єрів, таких як тривожність, страх помилок чи невпевненість у спілкуванні з носіями мови. Тривожність може суттєво вплинути на здатність студента використовувати свої знання в реальному часі, блокуючи мислення та викликаючи емоційний дискомфорт. Тому розвиток емоційної стійкості є невід'ємною складовою психологічної готовності. Для цього необхідно залучати спеціальні тренінги, спрямовані на підвищення впевненості у своїх силах, навчати студентів технік саморегуляції, таких як релаксація чи візуалізація, а також створювати безпечне навчальне середовище, яке стимулює комунікативну активність.

Не менш важливим є міжкультурний компонент, який визначає здатність студентів взаємодіяти з представниками інших культур на основі взаємоповаги та розуміння. Професійне іншомовне спілкування нерозривно пов'язане з міжкультурною комунікацією, тому формування цієї складової є важливим завданням для викладачів. Успішна міжкультурна взаємодія вимагає від студентів глибокого розуміння норм і цінностей іншомовної культури, знання особливостей невербальної комунікації та здатності адаптуватися до культурних відмінностей. Навчання міжкультурної комунікації повинно включати інтеграцію автентичних матеріалів, аналіз реальних кейсів, організацію спільних проєктів із носі-

ями мови та участь у міжнародних програмах обміну [4].

Комплексний підхід до формування психологічної готовності повинен враховувати як індивідуальні особливості кожного студента, так і загальні тенденції розвитку сучасної системи освіти. Використання інтерактивних методів навчання, створення мовного середовища, активне впровадження цифрових технологій і забезпечення психологічної підтримки є тими інструментами, які дозволяють досягти гармонійного поєднання мотиваційного, когнітивного, емоційного та міжкультурного компонентів. Важливо також стимулювати прагнення студентів до постійного

самовдосконалення, яке є запорукою їхньої успішної інтеграції в багатомовне професійне середовище.

Результати дослідження свідчать, що формування психологічної готовності є не лише педагогічним, але й соціально-психологічним завданням, яке потребує спільних зусиль студентів, викладачів і освітніх установ. Ефективна реалізація цього завдання дозволить підготувати висококваліфікованих фахівців, які будуть здатні не лише використовувати іноземну мову у професійній діяльності, але й активно сприяти розвитку міжкультурного діалогу та інтеграції України у світовий простір.

Література:

1. Андреева Г. М. Психологічні аспекти навчання іноземних мов у вищій школі. Київ : Освіта, 2020. 284 с.
2. Бабаєва Л. В. Інтерактивні методи у формуванні комунікативних навичок студентів-філологів. Харків : Видавництво ХНУ, 2021. 312 с.
3. Вітчевський С. О. Психологічна готовність до іншомовного спілкування: теорія і практика. Львів : Видавництво ЛНУ, 2018. 210 с.
4. Коваль І. О. Роль міжкультурної компетенції у фаховій підготовці студентів. *Український педагогічний журнал*. 2019. № 5(3). С. 28–35.
5. Міністерство освіти і науки України. Аналітичний звіт про сучасний стан підготовки філологів. URL: <https://mon.gov.ua>. (дата доступу: 03.12.2024).
6. Роджерс К. Становлення партнерів: шлюб і його альтернативи; пер. з англ. – Нью-Йорк: Harper & Row, 1980. 268 с.
7. Tandem: Language Exchange App. URL: <https://www.tandem.net>. (дата доступу: 03.12.2024).

УДК 811.161.2'373

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.4>**Катерина ДЮКАР**

кандидат філологічних наук, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,

kateryna.dukar@karazin.ua

ORCID: 0000-0001-5364-1985

**НЕОГЕННІ ТЕНДЕНЦІЇ В НЕОФІЦІЙНОМУ НАЗОВНИЦТВІ
УКРАЇНСЬКОГО ПОЛІТИКУМУ ПОЧАТКУ ХХІ СТ.:
СЛОВОТВІРНИЙ АСПЕКТ**

У статті автор ставить собі за мету вивчити словотвірну специфіку інновацій у неофіційному назовництві українського політикуму початку ХХІ ст. Наукова новизна пропонованої студії полягає в розгляді сучасних тенденцій поповнення словника неофіційного антропонімікону на ґрунті власне українського фактичного матеріалу, що сприяє поглибленню загального уявлення про сучасні неогенні тенденції в мові та мовленні; дає змогу розширити наявну теоретичну базу висновковими положеннями щодо динамічних процесів у системі інноваційних явищ загалом і на словотвірному рівні зокрема; допомагає підсвітити трансформації в системі назовництва. Специфіка обраного об'єкта дослідження зумовила звернення до методів спостереження та зіставлення; методу компонентного аналізу з компаративним елементом; описового методу; методу кількісних підрахунків; методу морфемно-словотвірного аналізу; а також методів аналізу й синтезу. На матеріалі прізвиськ представників сучасного політикуму простежена «неогенність» у максимально екстремальних мовленнєвих виявах, що долає консервативність таких усталених із позицій шляхів поповнення новими одиницями систем, як антропонімікон. Проаналізована структурно-семантична специфіка новотворів-прізвиськ і окреслені засадничі напрями реалізації їхнього емоційно-оцінного потенціалу. Установлено, що словотворчість у царині неофіційного назовництва сьогодні, з одного боку, вписується в загальні тенденції неогенних процесів сучасної української мови, а з другого – набуває специфічних ознак, що пов'язані з модифікаціями класичних антропонімічних формул і словотвірних зразків. Зафіксоване активне залучення до творення прізвиськ інструментів неузвального словотвору. Перспективи подальших досліджень автор убачає в аналізі дериваційної специфіки інноваційних утворень не лише в системі антропонімії, а й суміжних із нею на рівні мотиваційних стосунків явищ.

Ключові слова: інновація, оказіоналізм, антропонім, прізвисько, словотвірна модель, девіація, неузвально-на модель.

**Kateryna Diukar. NEOGENIC TRENDS IN THE UNOFFICIAL NAMING OF UKRAINIAN
POLITICIANS IN THE EARLY TWENTY-FIRST CENTURY: WORD-FORMATION ASPECT**

In the article, the author aims to study the word-formation specifics of innovations in the unofficial naming of Ukrainian politicians in the early twenty-first century. The scientific novelty of the proposed study lies in the consideration of current trends in the replenishment of the vocabulary of the unofficial anthroponymicon on the basis of Ukrainian factual material, which contributes to deepening the general idea of modern neogenic trends in language and speech; allows expanding the existing theoretical framework with conclusions about dynamic processes in the system of innovative phenomena in general and at the word-formation level in particular; helps to highlight transformations in the system of naming. The specificity of the chosen object of study led to the use of the methods of observation and comparison; the method of component analysis with a comparative element; the descriptive method; the method of quantitative calculations; the method of morphemic and word-formation analysis; as well as the methods of analysis and synthesis. On the material of nicknames of representatives of modern politics, the author traces 'neogenicity' in the most extreme linguistic manifestations, which overcomes the conservatism of such established systems as the anthroponymicon. The structural and semantic specificity of nicknames is analyzed and the basic directions of realization of their emotional and evaluative potential are outlined. It is established that word creation in the field of unofficial nicknames today, on the one hand, fits into the general trends of neogenic processes of the modern Ukrainian language, and on the other hand, acquires specific features associated with modifications of classical anthroponymic formulas and word-formation patterns. The active involvement of non-usual word formation tools in the creation of nicknames has been observed. The author sees prospects for further research in the analysis of the derivational specificity of innovative formations not only in the anthroponymy system, but also in the phenomena related to it at the level of motivational relations.

Key words: innovation, occasionalism, anthroponym, nickname, word-formation model, deviation, non-usual model.

Постановка проблеми. Галопувальна цифровізація і стрімке увіходження українського суспільства в глобалізовану комунікативний простір на початку 2000-х рр. спричинилися до розширення не лише світоглядних парадигм, а й горизонтів у межах як

індивідуальних, так і колективних мовленнєвих практик. Як влучно підмітив професор О. Стишов, «на початку ХХІ ст. на розвиток лексичної системи української мови найактивніше впливають масмедійний та інтернет-дискурси, що охоплюють найбільшу кількість

учасників комунікації та висвітлюють щонайширше коло різноманітних подій, процесів, явищ, понять тощо як в Україні, так і в світі. У згаданих дискурсах <...> дедалі частіше практикується змішування лексичних одиниць різних стилів: книжних і розмовних, кодифікованих і некодифікованих» [16, с. 119]. Не випадково, вважаємо, на зміну терміну «неологічний бум» приходять поняття неогенності. Прикметним видається той факт, що активні експерименти носіїв мови з номінаціями долають опір таких, здавалося б, консервативних і усталених систем, як антропонімікон. Безпосередньо ця тенденція оприявлена на рівні неофіційного назовництва. Важливо розуміти, що прізвиська за своєю природою є надзвичайно динамічним класом слів, активно поповнюваним та різноманітним, однак продукування нових номенів не означає появу щоразу нових семантичних формул чи словотвірних моделей, навпаки, ідеться про тяглу й, так би мовити, канонічну традицію використання усталених зразків. Водночас дедалі частіше маємо змогу фіксувати мовленнєві артефакти, що належать до рівня *нео* і руйнують звичні уявлення про назовництво загалом і неофіційне зокрема. Особливо контрастними є номінації на позначення суспільно значущих осіб – представників сучасного українського політикуму. Специфіка «прогресу номінації» [3, с. 81] останнім часом викликає значний інтерес у науковців (роботи Г. Вокальчук, Є. Карпіловської, О. Стишова та ін.), зокрема й на словотвірному рівні (праці К. Дюкар, Ж. Колоїз, А. Нелюби та ін.). На лінгвокреативність українців звернув увагу й професор Єльського університету Т. Снайдер, описуючи неогенність на власне українському мовному матеріалі. Водночас К. Брітікова, Д. Дергач, О. Єгорова, Г. Кузь, Н. Поліщук, В. Сальнікова, С. Форманова та ін., які тією чи тією мірою зверталися до вивчення новотворів – прізвиськ представників українського політикуму, у своїх розвідках не фокусували увагу на власне дериваційній специфіці в межах інноваційних явищ неофіційного антропонімікону, що свідчить про **актуальність** нашої студії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Прізвиська, як ми знаємо, належать до неофіційних найменувань особи, які, за влучним висловом М. Наливайко, від урядово-адміністративної (офіційної) номінації відрізняє принцип індивідуального називання, тобто йдеться про «додаткові імена, на основі яких ідентифікується та характеризується особа» [4, с. 89]. Незважаючи на високий ступінь розробленості питань ономастикону загалом і

українського зокрема, у наукових колах тривають дискусії щодо визначення поняття «прізвисько» та диференціювання цього явища з-поміж суміжних. Із позицій М. Худаша «прізвиська – це особові назви, яких люди набувають у побутовому оточенні мимоволі, часто випадково, в різні періоди свого життя за тією чи іншою зовнішньою або внутрішньою властивістю чи якимось незвичайним випадком, що з ними трапився, і під якими вони потім відомі лише в близькому оточенні» [11, с. 83]. Н. Шульська говорить про «неофіційне одно– чи багатолексемне найменування особи чи кількох осіб, яке дає найменувальний, щоб підкреслити особливу домінують рису, що вирізняє денотата серед інших, ідентифікує, конкретизує його» [12, с. 296]. Професор П. Чучка, зі свого боку, указує на фіксування терміна «прізвисько» в українській мові з XIV ст. і визначає його як «неофіційне особове іменування, яким середовище індивідуалізує або характеризує особу» [9, с. 533]. В. Павлюк, поглиблюючи визначення, зауважує «різний ступінь характеристизації, ідентифікації й різну номінативну природу» прізвиськ [5, с. 23]. На ідентифікаційній функції прізвиськ свого часу наголосила й професор С. Пахомова, висновуючи, що «інтенсивність християнізації колишнього язичницького іменника... спричинила не лише витіснення безмежного багатства споконвічних слов'янських імен кількома десятками найуживаніших християнських – вона призвела до розшарування іменника на офіційний та неофіційний, а також до структурної диференціації антропонімікону, що проявилось у поступовому переході переважної частини імен слов'янського походження як язичницьких у ранг прізвиськ. <...> Різке звуження споконвічного народного іменника... призвело в кінці XII ст. до масової тезоіменності» [6, с. 43; 46]. Прикметно, що в англійській мові перша згадка в писемних джерелах про прізвисько (*an eke name*) як додаткове ім'я з указівкою на позитивне чи негативне ставлення до об'єкта номінування припадає на XV ст. [14, с. 12]. Підкреслимо той факт, що на противагу трансформації в східнослов'янському антропоніміконі в бік виокремлення прізвиськ як додаткового елемента диференціації особи (ідентифікації денотата) у західногерманському назовництві прізвиська оформлювались в оцінно-конотаційний фон денотата. Сьогодні, на думку Н. Шульської, прізвиська в українському антропоніміконі «обов'язково емоційно насичені – негативні (найчастіше) чи позитивні (рідше)» [12, с. 296]. Тут, переконані, важливо усвідомлювати, що функції

і призначення прізвиць залежать від спільноти, яка їх творить, указуючи в такий спосіб на соціальну ієрархію, приналежність, спільність, позитивне або негативне ставлення тощо об'єкта номінування [13, с. 9]. Дж. Голланд справедливо акцентує на тому, що, «хоч прізвиська, безсумнівно, і є механізмом класифікації та ідентифікації, однак це далеко не єдина їхня роль; насправді прізвиська одночасно відіграють різні ролі в соціальному середовищі, у якому виникають» [15, с. 258]. Імпонує у зв'язку з цим теза С. Форманової про те, що «прізвисько – це історія людини, країни, суспільства тощо. Виступаючи категорією мовлення, прізвисько є водночас і категорією для регулювання політичних, соціально-правових, сімейних відносин між громадянами й владою» [10, с. 249]. Н. Шульська подає цінну заувагу стосовно того, що в окремих випадках є всі підстави говорити про «“прізвиська-інтертексти”, “прізвиська-цитати”, “прізвиська-речення”, що <...> зумовлено впливом традицій постмодерного естетичного мислення, що призвів до розширення формального вираження прізвиська та ускладнення його інтерпретаційного тексту» [12, с. 296]. Як бачимо, історія вивчення неофіційного антропонімікону, якщо брати до уваги й доакадемічний період, налічує не одне століття, протягом яких склалося цілісне уявлення про формування, причини та наслідки трансформування, диференційні ознаки прізвиць тощо. Уважаємо, що різнобій визначень у фахових колах спричинений не лише різноаспектністю підходів учених, а й специфікою самого об'єкта вивчення, адже прізвиська – «найчисельніший, найрізноманітніший і наймінливіший клас антропонімів» [9, с. 533]. Експлікуймо цю особливість на сучасні тенденції в динаміці української мови загалом і неофіційному антропоніміконі зокрема й матимемо змогу переконатися в тому, що надзвичайно стрімко відбувається не лише поповнення класу прізвиць і їхнє віддалення на мовленнєву периферію, зникнення з активного вокабуляру, а й розширення спектру моделей неофіційного назовництва.

Мета роботи. Із огляду на викладене ставимо собі за мету дослідити словотвірну специфіку інновацій у неофіційному назовництві українського політикуму початку ХХІ ст. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань: 1) зафіксувати загальні тенденції продукування онімів у неофіційному назовництві; 2) розглянути найбільш продуктивні способи творення нових прізвиць; 3) з'ясувати співвідношення нормативних і незузальних зразків, залучу-

ваних до продукування інновацій; 4) описати структурно-семантичну організацію похідних; 5) указати засадничі напрями реалізації емоційно-оцінного потенціалу досліджуваних одиниць.

Об'єкт вивчення становлять новотвори на позначення прізвиць сучасних українських політичних діячів. **Предмет** – словотвірна специфіка похідних. **Джерельну базу** фактичного матеріалу становлять тексти дописів і гілок коментарів, вилучені із українськомовного сегменту медіаконтенту інстаграму, фейсбуку, твітеру, телеграму, тіктоку, ютубу тощо.

Методологія дослідження. Зважаючи на сформульовану мету розвідки і природу об'єкта вивчення, у роботі використовуємо методи спостереження та зіставлення (у процесі добору фактичного матеріалу); метод компонентного аналізу з компаративним елементом (під час установа мотиваційних стосунків); описовий метод (залучений до параметризування структурно-семантичної організації одиниць); метод кількісних підрахунків (використаний для встановлення домінантних шляхів продукування онімів); метод морфемно-словотвірного аналізу (застосований для ідентифікування залучуваних до деривації засобів); а також методи аналізу й синтезу (для встановлення загальних і окремих тенденцій реалізації потенціалу дериваційної системи в межах лінгвокреативності українців).

Наукова новизна одержаних результатів полягає в з'ясуванні актуальних тенденцій поповнення тезаурусу неофіційного антропонімікону за допомогою власне українського мовного матеріалу, що сприяє поглибленню загального уявлення про сучасні неогенні тенденції в мові та мовленні, дає змогу розширити наявну теоретичну базу висновковими положеннями щодо динамічних процесів у системі інноваційних явищ загалом і на словотвірному рівні зокрема. На матеріалі прізвиць представників сучасного політикуму простежена тенденція, відповідно до якої «неогенність» у максимально екстремальних мовленнєвих виявах долає консервативність таких усталених із позицій шляхів поповнення новими одиницями систем, як антропонімікон. Проаналізована структурно-семантична специфіка новотворів-прізвиць і окреслені засадничі напрями реалізації їхнього емоційно-оцінного потенціалу.

Виклад основного матеріалу. Аналіз фактичного матеріалу підсвічує прикметний момент: лінгвокреативність у неофіційному назовництві, із одного боку, повною мірою відповідає загальному постмодерному сві-

тосприйняттю людини XXI століття, котра «прагне кинути виклик і підірвати усталені значення та ієрархії... <...> панівні ідеології та структури влади» [7]. А з другого – морально-етичні грані у називанні публічних осіб, часто з мандатом на виконання представницьких функцій від самих мовців, сьогодні є розмитими, однак ця розмитість радше співвідносна з властивими ранньому пубертату способами реагування на зовнішній світ із характерними стратегіями самоствердження та самопрезентації. Професори І. Вдовчин і С. Савойська пов'язують такий стан справ із невизначеністю, відсутністю канонів, падінням поваги до влади, посиленням самовираження людини, «засліпленням грою символів», віртуалізацією, перетворенням політики на «ток-шоу» [1, с. 81]. Додамо, зі свого боку, що ілюзія анонімності, створювана глобальною мережею, дає змогу мовцеві-номінатору не лише виявити власну лінгвокреативність, а й привернути увагу до власної мовної особистості. Саме із цим, на нашу думку, варто пов'язувати активізацію творення принципово нових за способом продукування одиниць у межах сталих систем, як-от антропонімкон. Загалом варто відзначити переорієнтування уваги мовців із власне об'єкта номінування на суб'єкт номінатора. Приміром, наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття активні експерименти зі словом уже торкнулися неофіційного назовництва, однак це були радше поодинокі проби пера, ніж мовний мейнстрім, що залишилися в статусі оказіональних прецедентів. Апробацію часом витримали здебільшого одне-два прізвиська представників українського політикуму доби незалежності. Так, у неофіційному літописі самовидців залишилися, приміром, *Хитрий Лис* (Леонід Кравчук – К. Д.) і *Данилич* (Леонід Кучма – К. Д.), тоді як *ЛК* і *Чучма* відповідно відійшли на периферію слововжитку. Водночас традиційні формули та моделі творення прізвиськ починають зазнавати поступових, але дедалі більш помітних метаморфоз. Так, традиційні відпатронімні суфіксальні прізвиська на рівні базем засвідчують девіації, пов'язані із залученням або новостворених сепарованих антропонімних базем (*Рошеневич* ← *Рошен* ← *Порошенко*), або твірних-апелятивів із виразно пейоративним семантичним складником (*Бандюкович* ← *Бандюк*). Не варто однак уважати, що усталені зразки зникають із повсякденних мовленнєвих практик повністю, оскільки фіксуємо одиниці златинізованого типу на кшталт *Єрмакус*, *Порошенкус*, *Тимошенкус* тощо, де залучений

квазіформант, який традиційно бере участь у творенні насмішливих назв на зразок латинських слів, як у макаронічній мові [8, с. 158]. Продовжує активно залучатися мовцями й редеривація (зворотний словотвір), наслідками якої є одиниці *Вакар*, *Зеля*, *Порох*, *Тимоха*, *Юц*, *Яник* тощо. Тут варто підкреслити, що сепарації зазнає той формант, за допомогою якого свого часу й було спродуковане прізвисько. Можемо спостерігати супровідні морфологічні зміни, пов'язані із чергуванням (*Тимоха* ← *Тимошенко*), отже, процес творення не є хаотичним, а відбувається в межах системних і нормативних явищ української мови. Регресивний спосіб є одним із давніх інструментів поповнення антропонімікону, зокрема неофіційного, однак усічення зазвичай зазнавали суфіксальні морфеми в дієслівних, а чи прикметникових баземах (*Кліна*, *Рюма*, *Юнь* тощо), тоді як на сучасному етапі сепарація відбувається в іменниках. Вочевидь, це спричинено прагматичним запитом мовців на збереження асоціативної співвіднесеності з об'єктом номінування. Схожі процеси спостерігаємо й у прізвиськах, утворених шляхом складання основ із одночасним додаванням суфікса (матеріально вираженого чи не оприятеного), як-от *Говерлохід*, *Членограй*, *Яйцелизюк*, *Яйцепад* та подібні, утворених аналогічно до питомих *Вовкодав*, *Салод*, *Чубограй* тощо.

В одиниці *Гниющенко*, утвореній морфолого-синтаксичним шляхом через зрошення дієслівної форми наказового способу II особи та іменника в називному відмінку, також спостерігаємо реалізацію давнього зразка для творення прізвиськ (*Вертипорох*, *Крутивус*, *Перебийніс* та ін.), які з часом набували статусу прізвиськ. Важливо підкреслити, що питомо зрощувалися дієслівна форма й апелятив, натомість у новотворі спостерігаємо залучення оніма. Не можемо оминати увагою й цікавий нюанс, пов'язаний із полімотивованістю прізвиська *Гниющенко*, яка за умови «живих» мотиваційних зв'язків, на відміну від утрачених етимологічних у діахронії, засвідчує вихід за межі звичайних узуальних практик. Ідеться про те, що з однаковим ступенем вірогідності зливатися можуть як дієслівна форма *гни* (п. ф. – *гнути*), так і *гний* (п. ф. – *гнути*). До речі, остаточно зняти питання мотивованості лексеми, на наш погляд, неможливо, оскільки і на рівні мікроконтексту, і макроконтексту, і дискурсу загалом обидва варіанти відповідають тим екстралінгвальним запитам, що й спричинили

творення похідного. У межах морфолого-синтаксичного способу особливого поширення останнім часом набула компресія (голофразис), за допомогою якої словосполучення і фрагменти речення семантично перетворюються на злитоване ціле, а структурно – на однослів через механічне видалення пробілів між словами або, що трапляється в неофіційному назовництві значно рідше, заміни цих пробілів дефісацією: *боневтік, жмуруку-обнімаю, кулявлоб, янелох, ялегетімний* тощо. Цікаво, що компресія може супроводжуватися одночасним додаванням форманта (*бонетряккович ← бо не тряпка*) чи відсіченням морфеми (*миздобул ← ми здобули*). Крім прізвиськ, що постали внаслідок різних типів зрощення, фіксуємо й поодинокі зразки структурно розщеплених онімів (*Тягни бок ← Тягнибок*), що, до речі, також є, хоч і непродуктивним, однак класичним способом творення прізвиськ.

Динаміку засвідчує і аббревіація, яка в неофіційному назовництві представлена переважно акронімами на зразок *LM* (Леонід Макарович [Кравчук]), *LD* (Леонід Данилович [Кучма]), *ПеНіС* (Петро Ніколаєвіч Симоненко), *ПеПо* (Петро Порошенко), *ППО* (Порошенко Петро Олексійович) тощо. Варто зауважити, що згаданий спосіб словотвору сам собою є «молодим» порівняно з іншими, однак протягом ХХ століття цей інструмент насамперед економії мовних засобів активно застосовувався і для творення різних типів онімів. Акронімія, що, як знаємо, часто спричиняється до поповнення ряду омонімів, активізувалася, на нашу думку, саме внаслідок можливості продукувати нові одиниці, які на формальному рівні збігаються із уже наявними в мові. Так, *ППО* в українській мові функціонує й на позначення первинної профспілкової організації, і протиповітряної оборони, і від 2022 року експрезидента України. Водночас творення одиниць подібного штибу, вважаємо, є елементом політехнологій, що шляхом асоціацій моделює певний тип сприйняття представника сучасного українського політикуму.

Неогенність в неофіційному назовництві останніх двадцяти років набула якісно нових рис, оскільки до творення прізвиськ дедалі активніше починають залучатися неузвальні способи словотвору. Зазначимо, що значна частина цього інструментарію вже апробована мовцями на похідних-апелативах і починає в питомому, а чи трансформованому вигляді залучатися до наповнення онімного простору новими похідними. Скажімо, римовані квазікомпозиції, ґрунтовані переважно

на асемантичній фонетичній грі, первинно поставали як фігура мовлення, що дає змогу створити певний фоностилістичний ефект. Сьогодні ж новотвори на зразок *Дон-Гнидон, Ляшко-Шляшко, Мак-Подольак, Порох-Шморох, Шуффрич-Шмуффрич*, хоч і створюють фоностилістичний ефект, мають високий емоційно-експресивний заряд, однак передовсім позначають осіб, котрих мовець виокремлює з-поміж інших на підставі зовнішніх, чи внутрішніх, чи комбінованих ознак. На наше переконання, ці прізвиська за формою і комунікативними намірами подібні до такого поширеного в уснорозмовному мовленні, здебільшого дітей, явища, як дражнилка. Подібні мотиви номінаторів убачаємо й у спродукованих через заміну неморфемного сегмента (субституцію) бази прізвиськах *Базоляк ← Подоляк, Гавчаренко ← Гончаренко, Петьман ← гетьман, Тягнибакс ← Тягнибок, Ухїллес ← Ахіллес*, а також утворених шляхом неморфемної серединної вставки (тмезису) у вихідну одиницю *А[бд]ристович ← Арестович, По[т]рошенко ← Порошенко, Ш[м]арій ← Шарій*.

Елементи «інфантильної номінації» простежуємо й у прізвиськах-контамінантах, утворених аплікацією (*Бомжюля ← бомж+Юля, Наркомандувач ← нарком/наркоман+командувач, Петушарій ← петух+Шарій* – із чергуванням *x//ш* і накладанням) та амальгамацією (*Кварталісімум ← «Квартал»+генералісімум, Петушенко ← петух+Порошенко* – із чергуванням *x//ш*, *Релаксович ← релакс+Арестович*). Із наведених вище прикладів доходимо висновку про те, що прізвисько в традиційному розумінні як єдиної неформальної номінації-характеристики, пов'язаної із виокремленням певної домінантної риси зовнішності, характеру, поведінки тощо людини, сьогодні трансформується у варіативний номен із множинного набору, що дає змогу щоразу змінювати домінанту залежно від екстралінгвальних чинників перефокусування. У зв'язку з цим «за достатньо короткий проміжок часу, приміром, антропоніми перетворились на вихідну ланку словотвірних ланцюжків і вершини словотвірних ґнізд» [2, с. 106], до складу яких увіходять прізвиська й похідні від них утворення:

→ *Парашенко* → *Параша*

→ *Потрошенко* → *Потрошенківський*

Порошенко → *Порох* → *Потрох*

→ *Петушенко*

→ *Підрашенко*

→ *Піздашенко*

→ *Алкошенко*

Складно не помітити того, що в новотворах-прізвиськах наявна (експліцитно чи імпліцитно) інвектива, тобто відбувається абсолютна лібералізація мовлення, яка межує з анархією в плані відсутності будь-яких морально-етичних запобіжників. Зняття обмежень у сфері неофіційного назовництва торкнулося й правописних моментів, пов'язаних із графічним виділенням сегментів у новотворі (*БЗДЮшенко, БлаЗень, КуЧМО* тощо) і залученням елементів інших знакових систем (*ASMRистович, US'ченко, Зермак* і т. ін.). Словотворчість у царині неофіційного назовництва сьогодні, з одного боку, вписується в загальні тенденції неогенних процесів сучасної української мови, а з другого – набуває специфічних ознак, які пов'язані з модифікаціями класичних антропонічних формул і словотвірних зразків.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підбиваючи підсумок, зауважимо, що наша спроба дослідити словотвірний аспект неогенних тенденцій у неофіційному назовництві українського політикуму початку ХХІ ст. не претендує на вичерпність та однозначність тлумачень і видається перспективним напрямом для подальшого академічного студіювання. Розроблення потребують і питання дериваційної специфіки інноваційних утворень не лише

в системі антропонімії, а й суміжних із нею на рівні мотиваційних стосунків явищ. Аналіз фактичного матеріалу засвідчив те, що творення прізвиськ здійснюється в межах панівних тенденцій неогенності в мові загалом. Інноваційні процеси в неофіційному антропоніміконі підсвічують загальну спрямованість на зняття будь-яких заборон, пов'язаних чи то з морально-етичним аспектом називання, чи то із формальним дотриманням правил використання графічного знака в процесі номінації. Подібна свобода, виведена на рівень абсолюту повною мірою відповідає загальній постмодерністській концепції світосприйняття, сформованій у глобальному віртуальному середовищі. Варто узагальнити, що словник неофіційного назовництва й надалі активно поповнюється завдяки власне українським формулам і словотвірним моделям, які, проте, зазнають, вочевидь на вимогу часу, модифікацій. Поступово в антропоніміконі активізувалися й неузальні словотвірні інструменти, що переважно виявляють гібридний характер у процесах називання осіб. Крім того, більш яскраво стає тенденція до зміщення фокусу уваги з домінантної риси об'єкта називання для виділення його з-поміж ряду однорідних на суб'єкт самого номінатора, котрий прагне реалізувати власні прагматичні запити в комунікації.

Література:

1. Вдовчин І. Я., Савойська С. В. Вплив постмодернізму на розбудову моделі мовної політики. *Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса*, Сер.: Політичні науки. 2019. С. 79–85. doi 10.31558/2617-0248.2019.4.13
2. Дюкар К. В. Відомі неосубстантиви в українському медіальному онлайн-просторі воєнного періоду: структурно-семантичний аспект. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. 2023. № 59. Т 1. С. 105–108. <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2023.59.1.24>
3. Колоїз Ж. В. До питання про диференціацію основних понять неології. *Вісник Запорізького державного університету: Філологічні науки*, № 3, 2002. С. 78–83.
4. Наливайко М. Я. Актуальні питання неофіційної антропонімії. *International Academy journal. Web of Scholar*. 2(20). Vol 5. February 2018. P. 90–93.
5. Павлюк В. А. Становлення неофіційного антропонімікону Вінниччини : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. 2016. 244 с.
6. Пахомова С. М. Еволюція антропонічних формул у слов'янських мовах: монографія. Вид. 2-ге, доповн. і переробл. Ужгород : Видавництво Олександри Гаркуші, 2012. 344 с.
7. Постмодернізм / Н. Б. Отрешко, Г. Ю. Носова. Енциклопедія Сучасної України. Редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. Київ : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2024. URL: <https://esu.com.ua/article-882808>
8. Редько Ю. К. Сучасні українські прізвища. Київ : Наукова думка, 1966. 214 с.
9. Українська мова: Енциклопедія. Вид. 2-е. випр., доп. / Ред. кол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк, Є. А. Карпіловська та ін. Київ: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. 824 с.
10. Форманова С. В. Інвективна семантика прізвиськ українських політиків. *Записки з ономастики: збірник наукових праць*. Вип. 17. 2014. С. 248–255.
11. Худаш М. Л. З історії української антропонімії. Київ : Наукова думка, 1977. 236 с.
12. Шулська Н. М. Прізвисько як об'єкт наукового опису (до дефініції терміна). *Прикарпатський національний університет імені В. Стефаника*. Вип. ХХІХ–ХХХІ. 2011. С. 292–296.
13. Alford R. Naming And Identity: A Cross-Cultural Study of Personal Naming Practices. Cambridge : Cambridge University Press, 2016. 190 p.
14. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of the English Language. Cambridge : Cambridge University Press, 2004. 282 p.
15. Holland J. The Many Faces of Nicknames. *Names*. 2015. Vol. 38. № 4. p. 255–269.
16. Styshov O. Neologisms of the Military Sphere in the Modern Ukrainian Language. *Logos (Lithuania)*. 2022. № 113. P. 116–128. doi.org/10.24101/logos.2022.79.

УДК 7.091:8127

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.5>**Віталій ЗАХАРОВ**

кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри тележурналістики, факультет кіно і телебачення, Київський національний університет культури і мистецтв, zakharov@knukim.edu.ua
ORCID: 0009-0005-0267-4097

**ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ТА СУЧАСНІ ПРАКТИКИ
ТЕКСТОТВОРЕННЯ У ТЕЛЕЖУРНАЛІСТИЦІ
(НА ПРИКЛАДІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЖАНРІВ)**

Статтю присвячено аналізу теоретичних засад у поєднанні з усталеними і новітніми практиками текстотворення у галузі телевізійної журналістики. Текст у медіа загалом та у виготовленні аудіовізуального контенту зокрема не раз ставав об'єктом уваги медіалінгвістів, фахівців зі стилістики мови, креативного письма, психології. Втім, залишається потреба у різнобічному підході, який демонструє необхідність поєднання загальних норм культури мовлення із технологіями роботи над текстом у конкретних жанрах тележурналістики з урахуванням динаміки трендів і впливу на глядача. Водночас розкривається прагматичний потенціал занять із тележурналістики у закладах вищої освіти, де готуються кадри для медіа. Мета статті полягає в систематизації та аналізі теоретичних і прикладних підходів до створення тексту як складової телевізійного продукту, який водночас повинен відповідати очікуванням аудиторії, що споживає інформацію на Інтернет-платформах, для прикладу, у соціальних мережах. Дослідження увиразнює актуальність норм культури мовлення на рівні лексики та граматики, що не лише сприяють утвердженню державної мови в медіапросторі, а й виступають чинником створення якісного контенту, тобто такого, який забезпечує легкість у сприйнятті інформації. На прикладі популярних інформаційних жанрів тележурналістики демонструються також тенденції до насичення мови сленговими словами, жаргонізмами, які наближують виробників контенту до глядацької аудиторії. Особлива увага приділяється прийомам креативного письма, які є універсальними для створення тексту як окремої одиниці авторського висловлювання та складової аудіовізуального контенту. Тут варто згадати ретельний підбір лексики та розмаїття засобів продукування синтаксичних конструкцій, що у поєднанні спрямовані на баланс змісту і форми. Застосування аналізу й систематизація теоретичних підходів та сучасних практик текстотворення дозволяють робити висновок, що аудіовізуальний контент відображає як усталені норми, опрацьовані у виданнях про культуру мовлення журналіста, так і запит аудиторії на спрощення і певну безпосередність в екранній комунікації.

Ключові слова: тележурналістика, телепродукт, аудіовізуальний контент, текст, текстотворення, практики текстотворення, креативне письмо, медіа, медіавиробництво.

**Vitalii Zakharov. THEORETICAL APPROACHES AND MODERN PRACTICES OF TEXTS
CREATION IN TV JOURNALISM (INFORMATIONAL GENRES CASE STUDY)**

This paper is devoted to the analysis of theoretical basis combined with established and new practices of texts creation in the field of TV journalism. The text in media in general and in the production of audiovisual content in particular has repeatedly become the focus of media linguists, language stylistics experts, creative writing specialists and psychologists. However, there is still a need for a multifaceted approach that demonstrates the necessity of combining general norms of speech culture with the texts management technologies in specific genres of TV journalism, considering the dynamics of trends and the impact on the audience. In addition, we reveal a pragmatic potential of TV journalism studies in higher education institutions, where media personnel are trained. The purpose of this paper is to systematize and analyse theoretical and applied approaches to creating text as a component of a TV product, which should meet the expectations of an audience consuming information on Internet platforms, and particularly on social networks. The topicality of this study stresses on the relevance of speech culture norms at the lexical and grammatical levels, which, besides contributing to the establishment of the state language in the media space, also serve as a factor in creating high-quality content, i.e., the one that ensures easy information perception. The examples of popular informational genres of TV journalism also demonstrate the tendency to saturate the language with slang words and jargon that bring content creators closer to the audience. Special attention is paid to creative writing techniques that are universal for creating text as a separate unit of author's expression and a component of audiovisual content. This includes thorough selection of vocabulary and the variety of tools of producing syntactic constructions, aimed at balancing content and form. The analysis and systematization of theoretical approaches and modern text creation practices allow us concluding that audiovisual content reflects both established norms, developed in publications on the culture of journalist speech, and the audience's demand for simplification and certain immediacy in screen communication.

Key words: TV journalism, TV product, audiovisual content, text, text creation, text creation practices, creative writing, media, media production.

Постановка проблеми. Текст – це невід’ємна частина аудіовізуального продукту. Він функціонує у двох вимірах: по-перше, йдеться про закадровий елемент, тобто начитку, яка супроводжується відеорядом, по-друге, є говоріння в кадрі, яке може бути синхронним, стендапом чи лайвом. Тож складність тележурналістики як професії та навчальної дисципліни полягає у вмінні органічно поєднувати візуальну та аудіальну складові, кожна з яких має власну внутрішню структуру та розмаїття.

За визначенням Д. Моя та М. Ордольфа, «зображення – це фундамент сюжету», а от «текст – клей для автора телесюжету». Це означає, що за допомогою слів, складених у речення, можна «підтримувати зображення», розкривати його аспекти, озвучувати факти, вказувати на просторові та часові орієнтири [12, с. 22]. У цьому випадку поняття сюжету варто інтерпретувати у найширшому розумінні. Про інші значення йтиметься далі.

Зважаючи на особливу роль текстової складової, варто сказати, що теоретичні підходи передбачають насамперед те, що мова ЗМІ слугує прикладом того, як потрібно говорити та писати споживачам інформації. На користь цієї тези можна згадати низку праць, авторів яких перелічено у відповідному розділі цієї статті. Втім, нинішній етап розвитку медіа позначений бурхливий розвитком численних платформ, на яких розміщується контент. Аби конкурувати і утримувати увагу глядачів, виробники медіапродукту подекуди використовують сленгові слова та обов’язково прості для сприйняття синтаксичні конструкції.

Сучасні практики текстотворення, хоча й спрямовані на те, щоб зацікавити перенасиченого інформацією споживача контенту, залишаються такими, що відповідають тим чи іншим вимогам. Тож доводиться говорити швидше про динаміку змін, яка має свої внутрішні, почасти «неписані» правила. М. Титаренко слушно зазначила, що «творчописання – це праця. Праця, яка вимагає знань, досвіду, систематичності, планування, покращення навичок, відточування інструментів...» [20, с. 10].

Помітною у створенні текстової складової контенту є тенденція до відмови від художніх формулювань, які ще 20 років тому були звичними для тележурналістики (наприклад, «її величність Зима», «чудовий у своїй простоті», «погляд студентів звернений у майбутнє»). Доречними будуть більш безпосередні окреслення, що спираються на органи чуття та прагматичний підхід до представлення реальності («холодна зима», «простий, зручний», «студенти планують майбутнє»).

До спрощення тексту на рівні художності додається усічення об’єму висловлювання, що відповідає «кліповому» мисленню сучасного споживача контенту. З цих причин теле-репортажі, які ідуть в ефірі та викладаються в YouTube, у редакціях також переробляють у Reels для Instagram. Таким чином, сьогоднішнє медіавиробництво фокусується на тому, щоб зміст вкласти у дедалі менші форми, що вимагає від медійників відповідних умінь. В. Сторр, розмірковуючи про універсальні правила сторітелінгу, пише, що «час в оповіді ущільнений. За дев’яносто хвилин можна переказати всю історію життя, і вона матиме навдивовижу довершений вигляд» [17, с. 115].

Зрештою, тележурналістика, підлаштовуючись під вимоги часу, стає швидше аудіовізуальним виробництвом, яке забезпечує потреби споживачів і в соціальних мережах чи на платформі YouTube. Кожен телеканал має свої сторінки, для прикладу, в Instagram і Facebook. Відтак змінюються очікування від підготовки майбутніх фахівців галузі. На початковому етапі вивчення нормативної компоненти «Тележурналістика» здобувачі освіти ознайомлюються із процесом створення замітки та подієвого репортажу як одних із найпопулярніших інформаційних жанрів. Відповідні заняття дають простір для засвоєння специфіки створення текстів як складової контенту в цілому. Ці вміння поширюються й на інші жанри телевиробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Праці з українського журналістикознавства великою мірою присвячені питанням телевізійної творчості та виробництва. Жанрова структура телепродукту та особливості його змістового наповнення стали об’єктом дослідження таких учених, як В. Гоян [4], А. Яковець [22], І. Михайлин [10], О. Холод [21]. Специфіка телевиробництва, зокрема поєднанню аудіального компоненту із візуальним, перебуває у фокусі прикладних розробок Д. Моя та М. Ордольфа [12]. Помітними є також роботи, в яких телевізійний продукт аналізується з погляду культури мовлення та соціолінгвістики (Л. Масенко [9], Л. Струганець, О. Ленко [18], Г. Красовська [6]). Популярними в сучасному науковому дискурсі стали праці з питань медіатексту. Актуальною для нашого дослідження стали резюмування суті явища в роботі Н. Бондаренко [1]. В контексті медіалінгвістичних студій варто згадати й таких учених, як Л. Шевченко, Д. Сизонов. Практика створення інформаційних текстів були об’єктом уваги Л. Поліщук [14].

На особливу увагу заслуговують роботи, які стосуються сторітелінгу та креативного

письма, що, як показує медійний досвід автора статті, відповідає тенденціям і трендам у тележурналістиці. Так, М. Титаренко, резюмуючи результати роботи у системах медіа та освіти, зосереджується на текстотворенні як процесі, що вимагає високого рівня знань і умінь, які здобуваються за допомогою регулярних вправлянь. Авторка доводить, що з останнім «можна залюбки привести себе в гарну текстотворчу форму» [20, с. 290].

В. Сторр пише про сторітелінг і робить спробу з'ясувати, як «історії впливають на нас і як ними впливати на інших». У своїй книзі британський журналіст розглядає текст не лише з погляду вміння віднаходити вдалі слова та будувати реченнєві конструкції, а й з позиції психології та нейробіології [17].

При аналізі теми створення тексту в медіа також необхідно брати до уваги поради досвідчених медійників. Один із найпопулярніших належить Р.-Дж. Капону [5]. У цьому випадку можна говорити про те, що, узагальнюючи досвід, практики формують теорію, засвоєння якої сприяє розвитку компетентностей, необхідних для ефективної роботи в медіагалузі.

Мета статті – проаналізувати та систематизувати теоретичне підґрунтя і сучасні практики створення тексту як складової медіапродукту, який споживається на різних платформах. Під час дослідження до уваги беруться нинішні реалії медіаринку та його очікування від нового покоління фахівців. Для досягнення мети необхідно виконати такі завдання:

1. З'ясувати специфіку телевізійного тексту у таких інформаційних жанрах, як замітка та подієвий репортаж.

2. Окреслити зв'язок теорії тележурналістики, практик текстотворення та методики їх засвоєння, що дозволить представити медіавиробництво як прикладну галузь креативних індустрій.

3. Проаналізувати сучасні тенденції і тренди у створенні тексту як складової аудіовізуального контенту для поширення на різноманітних платформах.

4. Вказати на поетапність засвоєння особливостей текстотворення як частину прикладної підготовки до роботи умовах нинішнього медіаринку.

Методи дослідження. У роботі використано комплексний підхід, який охоплює різні наукові методи задля досягнення мети. Для висвітлення теми насамперед проведено аналіз праць, які мають важливе значення для розвитку медіазнавчої науки та практичної діяльності медійників. Завдяки методу порів-

няння вдалося відстежити динаміку змін у тенденціях, що визначають характер створення аудіовізуального контенту в наш час. Окремо варто сказати про методи порівняння та спостереження, що, з одного боку, дозволили окреслити суть практик текстотворення, які притаманні нинішній тележурналістиці, а, з іншого боку, сприяли визначенню контурів базової інформації, яка потрібна для підготовки майбутніх фахівців. Систематизації та аналізу змісту роботи над створенням тексту в межах аудіовізуального продукту також сприяло розуміння потреб медіаринку та досвід автора у медіа.

Власне, **наукова новизна роботи** полягає у використанні різнобічного підходу, який, зокрема, охоплює розгляд та зіставлення кодифікованих норм і тенденцій, що проявляються в екранній комунікації у наш час.

Виклад основного матеріалу. Інформаційна журналістика становить базу жанрового розмаїття телевізійного контенту, яка вимагає вміння збирати, аналізувати та представляти актуальні повідомлення. За словами І. Михайлина, йдеться про «підмурівок журналістики та інформаційної діяльності в цілому» [10, с. 121]. Аби зрозуміти значення новинарства, можна також процитувати авторів посібника з організації телевиробництва про те, що редакція інформаційних програм «фактично, є окремим телеканалом всередині телекомпанії» [7, с. 31].

У сфері медіа вважається, що новини – це своєрідна візитівка будь-якого телеканалу, його бренд, адже інформаційні випуски транслюються щодня та асоціюються із медіа. Тут варто згадати проекти «ТСН» («1+1»), «Вікна» («СТБ»), «Факти» («ICTV»). А от, наприклад, аналітичні або розважальні проекти («Право на владу» («1+1»), «Холостяк» («СТБ»), «Голос країни» («1+1»)) характеризуються сезонністю чи закриттям програми з тих чи інших причин. Завдяки значній кількості виходів, а відтак великому досвіду виробництва новинних передач, в медіагалузі сформувалися теоретичні узагальнення і практики, які відображають креативні та технічні процеси, спрямовані на виготовлення контенту. Вміння створювати продукт в інформаційних жанрах дозволяє журналісту бути ефективним і в роботі над іншими типами телепрограм.

Виходячи зі сказаного, можна зробити висновок, що засвоєння технологій новинарства впливає на професійний рівень і конкурентоспроможність медійника, які формуються у студентські роки. Як зазначає Г. Горбенко, завдяки практикоорієнтована-

ному навчанню, яке будуватиметься на реальному досвіді, вища школа може готувати кадри, які відповідають очікуванням роботодавців [3]. Таким чином, доцільним видається аналіз сучасних практик текстотворення також крізь оптику дидактики та логіки розвитку прикладних умінь у майбутніх фахівців.

Саме з новинарства розпочинається засвоєння теоретичних і прикладних основ тележурналістики. Ця освітня компонента традиційно охоплює й ті тематичні блоки, які безпосередньо стосуються роботи з джерелами інформації, інтерв'ю як способу отримання інформації та створення текстів відповідно до жанрів інформаційної журналістики. Зважаючи на наявність знань і навичок текстотворення, що дає середня освіта, доречним видається лише поглиблення теорії про публіцистичний стиль української мови і параметри його функціонування у мові медіа. Своєю чергою, до відповідних компетентностей додається власне фахова підготовка.

Мова для тележурналіста – це інструмент для створення аудіовізуального продукту і водночас один із маркерів його якості. Як слушно зауважує А. Яковець, «новина на телебаченні має бути написана простою, зрозумілою мовою. Вважається, що новина написана добре, якщо глядач може її переказати» [22, с. 24]. Втім, спрощення форми не повинно впливати на повноту, точність, достовірність змісту, оскільки це б суперечило професійним стандартам журналістики. Л. Поліщук, досліджуючи структуру тексту на телебаченні, зауважила, що у матеріалах інформаційного повідомлення «чітко виділяється смислове ядро – головний факт» [14, с. 5]. Учена підводить до думки, що заради його озвучування відбувається процес екранної комунікації.

Виразним, якнайбільш ємким формулюванням головного факту відзначається такий жанр інформаційної тележурналістики, як замітка. На практичних заняттях створення відповідного тексту становить одне із перших завдань. Необхідно пам'ятати, що йдеться не лише про зв'язне, завершене формулювання на одну тему, а про роботу як над текстовою, так і над візуальною частинами телепродукту. Таким чином, говорячи про текст як такий, варто звернути увагу на використання у науковому дискурсі ще одного терміну – медіатекст. Аби розмежувати поняття, можна вдатися до визначення, яке подає Н. Бондаренко. Дослідниця зазначає, що серед ознак медіатексту міститься «поєднання поєднання семіотичних кодів (вербальних, візуальних, аудитивних, аудіо-візуальних та ін.)» [1, с. 19].

Опитування, яке ми провели серед працівників телебачення, засвідчило, що подібне окреслення швидше незнайоме практикам, адже, обговорюючи виробництво матеріалів, тележурналісти використовують слова, які найбільш точно передають зміст роботи, наприклад, «написати сюжет» чи «зняти на БЗ, а не на сюжет». Зазначена аббревіатура є синонімом замітки і становить скорочення від словосполучення «без звуку». Це пояснюється тим, що, на відміну від репортажу, у БЗ текст не начитується і не монтується разом із відео в одну цілісність, а існує окремо та озвучується ведучим у прямому ефірі. В цьому випадку відео виступає ілюстрацією сказаного, яка ілюструється одночасно з читанням. Причому БЗ називатиметься як текст, так і змонтований відеоряд до нього.

Логічно, що написання замітки, хронометраж якої у програмі складатиме до однієї хвилини, буде одним із перших творчих умінь, що опановуватимуть майбутні тележурналісти. Текст БЗ створюється за принципом перевернутої піраміди, що вимагає від автора, по суті, зосередження на головному факті. Тож завдання автора полягає в тому, аби інформацію «викласти від найважливішого до менш важливого» [22, с. 28]: спочатку основне, потому деталізація і подробиці.

Оскільки першому реченню, яке називається лідом, може передувати коротка влучна фраза або фразеологізм, то медійник повинен мати певні знання і вміння в цьому сегменті. Для прикладу, БЗ про початок навчального року може розпочинатися зі слів «Знову за парти», матеріал про перехожого, що допоміг жінці, якій на вулиці стало погано, – «Герої серед нас». А от лід в замітці про влучання ракети у ворожий склад доречно доповнити фразеологією «Око за око». Як зауважує М. Титаренко, народна мудрість передається за допомогою комунікації й «усе це століттями вибіране, випробуване, відшліфоване, оптимізоване і спресоване...» [20, с. 83].

Стислість – це загалом характерна риса БЗ, попри можливість доповнити текст у цьому жанрі такими художніми елементами, як прислів'я чи приказки. Аналізуючи теоретичні та практичні підходи до створення замітки у газеті, де й зародився жанр, І. Михайлин зауважує: «вживайте нейтральну лексику, обирайте з синонімічного ряду такі слова, які передають значення, а не містять емоційного забарвлення» [10, с. 378]. Для останнього використовуються синхрони, які у поєднанні з основним текстом, становлять коментовану замітку.

Якщо йдеться про репортаж, ще один із найпопулярніших жанрів інформаційної теле-

журналістики, то синхрон, як і закадровий текст, буде обов'язковим елементом сценарного плану. Повертаючись до теми опитування серед медійників, зазначимо, що частіше за «репортаж» вживається термін «сюжет», хоча в теорії журналістики останнє слово використовується у широкому розумінні.

Текстотворення у випадку з репортажем, зокрема найпростішим, тобто подієвим, відбувається виключно за формулою П. Вайта, яка передбачає цитування, тобто синхроні спікерів, які коментують і доповнюють сказане у закадровому тексті. Більший об'єм матеріалу, ніж БЗ, дає простір для творчості, а відтак для використання різноманітних словесних конструкцій, за допомогою яких представляється інформація. Втім, це не означає, що жанр не передбачає тих чи інших правил у формулюваннях. Як зазначає А. Яковець, «глядач має «побачити» очима й «відчути» почуттями репортера те, що відбувається» і при цьому «репортаж не має бути переважаним інтелектуальними міркуваннями, складними порівняннями та заплутаними асоціаціями» [22, с. 80].

Варто наголосити, що сучасні практики роботи над телевізійним контентом не позбавлені вимог, які окреслені в численних працях про мовностилістичну організацію журналістського продукту, його чистоту та нормативність. Однак, конкуренція між виробниками і пов'язане з нею прагнення заволодіти увагою глядача почасти підштовхує до спрощення мови, зокрема – до рівня жаргону та сленгу. З цих причин як у мовленні ведучих, так і в сюжетах можна почути слова на кшталт «кришувати» або «чіназес». До того ж, на вульгаризацію мовлення вплинуло повномасштабне вторгнення Росії. Звичними для українських ефірів стали слова, які раніше не вживалися або виступали в інших значеннях (наприклад, «орк»).

Цінними для нинішніх і майбутніх медійників будуть прикладні роботи, які стосуються підбору слів та структурування речень. Із першого курсу здобувачам освіти журналіста і тележурналіста пропонується ознайомитися із відомою роботою Р.-Дж. Капона «Настави журналістам Асошіейтед Пресс». Спираючись на редакторський досвід, автор праці пропонує універсальні правила текстотворення для «небайдужих до точного і влучного використання мови», причому маємо справу з порадами саме для новинарів. Р.-Дж. Капон, звертаючи увагу на необхідність зацікавити споживача інформації оригінальністю і креативністю, пише про необхідність уникати «заялжених виразів, офіційних шаблонів»

і при цьому досягати того, що слова журналіста «відповідатимуть тому, як справді сталася подія, як усе справді виглядало і що при цьому відчували люди» [5].

Доречно згадати, що задля створення якісного тексту в тележурналістиці практикується і представлення розмаїтої інформації сенсорного характеру. Журналіст, якщо це доречно, може описати не лише те, що побачив і почув. Так, у матеріалі про різдвяні святкування можна додати враження від запаху живої ялинки, у БЗ чи репортажі на тему пірнання на Водохрещу – переказати чи процитувати у синхроні слова «моржів» про те, як шкірою відчувається крижана вода. Водночас у кулінарному шоу так чи інакше йтиметься про аромат і смакові характеристики страв, які, знову ж таки, можна озвучити як у закадровому тексті, так і в синхроні чи стендапі.

Завдання журналіста – за допомогою правил текстотворення структурувати й артикулювати чуттєвий досвід глядацької аудиторії. Як наголошується на сайті такої авторитетної установи, як Інститут масової інформації, «будь-яка тема потребує максимально повного набору фактів і думок» [15]. Таке твердження перегукується зі знаннями в галузі психології, яку майбутні журналісти вивчають разом із політологією, історією, філософією. На думку В. Джеймса, «чуттєвий досвід» сприяє формуванню усвідомленості того, що відбувається [23].

Здобутки іншого американського психолога, Дж. Міллера, увійшли безпосередньо до теорії та практики медіавиробництва. Учений, досліджуючи властивості пам'яті, встановив, що людина може запам'ятати і відтворити речення, в яких міститься до дев'яти слів [24]. Мінімальною кількістю для повторення буде п'ять зв'язаних між собою слів. Це твердження відобразилося у формулі 7 ± 2 , яка, попри свою умовність, традиційно вивчається на початковому етапі опанування тележурналістики. Попри поширеність у фаховій літературі правила, сформульованого Дж. Міллером, варто пам'ятати про різницю у граматиці української, англійської чи німецької мов. Так, при перекладі одного і того ж речення кількість слів буде різною.

Лаконічність висловлювань в аудіовізуальному контенті передбачає парцеляцію. Вона допомагає обходитися без нагромодження у слів в одному великому реченні, яке можна розбити на прості синтаксеми. За словами М. Титаренко, парцеляція додає тексту драматизму та глибини і водночас увиразнює логічні акценти. Останні, як пише дослідниця, «варто розставляти з розумом і чуттям ритміки тексту» [20, с. 137].

Варто сказати, що парцеляція – це лише один із різновидів компресії, яка на синтаксично-лексичному рівні забезпечує пропуск службових слів, завдяки чому текст стає коротшим, а отже, потрібно менше часу для його сприйняття. Для прикладу, замість «Міністр охорони здоров'я Віктор Ляшко заявив, що карантин завершився» краще сказати «Міністр охорони здоров'я заявив – карантин завершився».

Ще одним проявом компресії слугує вживання аббревіатур та універбації [11]. Однак, скорочення повинні бути зрозумілими споживачеві інформації. Якщо «МВС», «ПТСТР», «ДніпроГЕС» знайомі глядачам, то із «ЛОР» (Львівська обласна рада) чи «НДУ» (Ніжинський державний університет) можуть виникнути труднощі у розумінні.

Окрім того, із власного досвіду автора статті можна констатувати, що кожне медіа має свій внутрішній словник, з яким тележурналісти ознайомлюються під час працевлаштування чи проходження практики, якщо говорити про здобувачів освіти. Так, на загальнонаціональних телеканалах озвучуються легші для сприйняття, інколи неофіційні, назви країн. Наприклад, не «канцлер ФРН», а «канцлер Німеччини», не «солдати КНДР», а «солдати Північної Кореї» або «північнокорейські солдати». В деяких випадках задля уникнення тавтології аббревіатура використовується як синонім повної назви: «США», «Сполучені Штати», «Сполучені Штати Америки». Словник окремого медіа також може застерігати від використання певних слів і словосполучень (не «особи», а «люди», не «продукти харчування», а «харчі»).

Сучасні практики текстотворення у тележурналістиці також передбачають певні обмеження у вживанні не лише службових частин мови задля стислості. У медіавиробництві звичним уникнення узагальнень типу «На концерті всім було весело», адже журналіст не проводив опитування, щоб виключити іншу емоційну реакцію на захід. З іншого боку, подібні твердження («Нам усім було весело») цілком допустимі і навіть бажані у синхронах людей, які діляться враженнями. За аналогією, непрофесійними будуть твердження на кшталт «Це був чудовий вечір» у закадровому тексті. В обох випадках винятком слугуватиме розважальний чи авторський контент, який залишає простір для емоціонування й перебільшень.

Особлива увага приділяється прикметникам. Цій частині мови вже згаданий Р.-Дж. Каппон у своєму порадику присвятив окремий підрозділ. На конкретному прикладі

редактор показував, як «навала означень перетворює статтю на нудну патоку», а схильність до частого вживання прикметників порівнював із «багатослівністю, кучерявістю, балакучістю». Із надмірним використанням прикметників Р.-Дж. Каппон також пов'язував виникнення штампів: «розкішний курорт, витривалі жителі Півночі, набожні католики» [5].

Натомість медійник пропонував вживати іменники та дієслова, адже на них «ґрунтується виразність стилю». З прагматичної точки зору саме ці частини мови визначають інформативність тексту, адже дають відповіді «Хто?» і «Що (зробив)?». Решта слів доповнюють висловлювання і дають тележурналісту змогу відповісти на решту запитань із «класичного» для журналістики переліку: «Коли?», «Де?», «Чому?», «Як?».

Зважаючи на зростання інтересу до багатства української мови, медійник може також вдаватися до вживання слів, що раніше залишалися поза увагою журналістів. Завдяки таким виданням, як «Гарна мова – одним словом. Словник вишуканої української мови» Т. Берези, автор контенту має нагоду вивчати та поширювати слова на кшталт «задосить». Варто додати, що першим у популяризації варіативного розмаїття лексем був телеканал «СТБ». Ще у 2009 році літературний редактор цього медіа В. Кабак пояснював, що в основі мовної політики редакції «Вікон» скрипніквівка, тож у мовленні ведучих і кореспондентів лунають слова «етер», «Сімферопіль», «инший», «Європа» [8].

Незмінними залишаються вимоги до використання числівників, що варті якщо не окремого заняття у здобувачів освіти, то принаймні частини лекції. О. Холод, розглядаючи жанр замітки, пише, що в ній повинно міститися не більше шести цифр, адже більша кількість «залишиться за гранню засвоєння» [21, с. 35]. На практиці рекомендується обмежитися трьома числівниками, а якщо є можливість, то необхідно вдаватися до компресії чи вживання контекстуальних синонімів. Так, у БЗ про заяву прем'єра Д. Шмигала звучать розміри сум, на які обіцяють підвищити зарплати вчителям. Замість «одна тисяча гривень» варто сказати «тисяча гривень», а замість «з 1 січня 2025 року» більш простим для сприйняття буде «з 1 січня наступного року». Актуальним буде й математичне правило заокруглення, але з використанням слів «майже» і «понад».

Справжню проблему в мовній структурі контенту становлять кальки, хоча огріхи ними не обмежуються. Л. Струганець та О. Ленко

порахували, що в телевізійних ефірах найбільше лексичних помилок, далі ідуть порушення граматичних та акцентуаційних норм [18]. Доречно згадати, що засвоєння словесного розмаїття сприятиме вибору відповідних слів. В. Романець на сайті «Путівника Академії ВВС» вказує, що пальто одягають, окуляри надягають, шкарпетки натягують, краватку пов'язують, черевики взувають [13].

У порадах на тому ж Інтернет-ресурсі І. Таранюк наголошує, що медійникам потрібно також вживати активну форму дієслова, адже використання пасивного стану може свідчити про калькування [19]. Прикладом слугує формулювання «Урядом було прийнято рішення» замість «Уряд ухвалив рішення». Перше речення демонструє і поширену лексичну помилку, адже правильно не «прийняв рішення (закон)», а «ухвалив рішення (закон)», не «приймати участь», а «брати участь». Фінальна робота над текстом перебуває в полі відповідальності не тільки випускового редактора проекту, а й літературного редактора, хоча не кожне медіа, зважаючи на політику економії, може собі дозволити останнього. Його роль полягає, зокрема, у виявленні мовних кальок, адже інтерференція у споріднених мовах «менш помітна самому мовцеві» [6, с. 74].

Варто додати, що основний масив відповідальності за зміст і форму лежить передусім на авторові телевізійного тексту, як і вміння креативити та відповідати трендам у медіавиробництві. Погодимось, що, всупереч твердженням про таємничість, містику чи натхнення, творче мислення насправді будується на логіці та досвіді, а відтак «є серйозним і цілеспрямованим» [20, с. 233].

Нині помітною є тенденція до інтерактиву та дружнього, хоча й частіше віртуального, спілкування авторів контенту з його споживачами. Якщо раніше воно обмежувалося такими словами у підводках, як «подивімося у репортажі Максима Журавля», то зараз безпосереднє і часте звертання до глядачів і підписників стало нормою. Як вже зазначалося, сучасне медіавиробництво спрямоване на кросмедійні практики, які охоплюють форми представлення продукту на різних платформах, що потребує креативного підходу. Тож чи не найбільш виразно комунікація із глядачами представлена, зокрема, в Instagram.

У мультидисциплінарній площині це означає, що мовні образи, які створюються задля задоволення очікувань аудиторії, впливають і в зворотному напрямку. Вони не тільки відображають реальність, а й беруть участь у її формуванні, гуртуючи навколо себе певні

соціальні групи [24]. Так, аналітики порахували, що кількість користувачів Instagram в Україні станом на літо 2024 року склала 10,7 млн осіб [16], що впливає на поширення вимагає професійних підходів у просуванні продукту серед аудиторії, яка звикла до тих чи інших норм комунікації.

Характерною ознакою спілкування зі споживачами контенту стало використання наказового способу дієслів. SMM-фахівці холдингу «1+1 media» у соцмережах регулярно використовують такі форми, «Підпишись», «Вгадай (місто)», «Не пропусти». Зауважимо, що у прямих ефірах телеканалів звертання у другій формі однини зазвичай не практикується. Натомість використовується множина: «підпишіться на нашу сторінку» або «візьміть участь у розіграші».

Варто додати, що у журналістських текстах «частотність вживання дієслів набагато вища, ніж інших частин мови» [13]. Таким чином, можна робити висновок, що вони також потребують достатнього кількості уваги як при виготовленні контенту, так і в процесі підготовки кадрів для медіа. Втім, якщо автор матеріалу може засвоїти, що у певних випадках доцільним буде вживання безособової форми дієслова («переговори продовжено» замість «переговори продовжені»), то за культуру мовлення спікерів у синхронах тележурналіст несе опосередковану відповідальність.

Той факт, що значна частина мовців розмовляє суржиком, є очевидним. Роль і вплив змішування мов окреслила Л. Масенко, наголошуючи на «небезпеці популяризації гібридних форм мовлення, яке активно практикує українське телебачення» [9, с. 222]. Загрозу дослідниця вбачає в історичному досвіді домінування російської мови. Втім, якщо виробники контенту мають мотивацію покращувати рівень володіння державною мовою, то контроль за правильністю висловлювань тих, хто знімається у репортажах, по суті, не можливий.

Внутрішня структура контенту становить єдине ціле, в якому кожне слово, як зазначила М. Вайно, пишучи про кіносценарій, «має працювати на історію, характер, конфлікт, настрій» [2, с. 129]. Тож ретельність у формулюваннях – це одне із завдань, яким присвячено курс тележурналістики. В. Сторр, досліджуючи зв'язок історій із «матрицею нашої фізіології», вказав на вплив контенту на споживача. Побачене та почуте той приймає або заперечує, тобто глядач не повинен залишатися емоційно байдужим, інакше робота медійника не буде конкурентоспроможною. Дослідник уточнює, що «коли нам зустрі-

часться щось нове – факт чи судження, ми одразу ж вдаємось до оцінювальних суджень: чи вписується це в нашу модель світу, чи ні. І якщо воно таки вкладається, мозок каже своє так» [17, с. 78].

Міркування про роботу з урахуванням потреб і зацікавлень цільової аудиторії висловлює В. Гоян. На думку ученої, глядач зіставляє побачене зі своїм досвідом. Тож до уваги потрібно брати соціокультурний рівень його особистості, морально-етичну, ідеологічну позицію споживача інформації, ментальну, історичну традицію народу. Таким чином, завдання медійника полягає в тому, аби «достукатися» до глядача, наблизитися до події, «увести цю екранну подію до реального виміру» [4, с. 28].

Таким чином, відповідність змісту та форми очікуванням споживача інформації – це мета роботи медійників. Водночас пам'ятати, що тренди становлять динамічне явище, що потребує відстеження задля виробництва контенту, який пробуджуватиме інтерес аудиторії.

Висновки. Результати дослідження засвідчили актуальність поєднання усталених практик текстотворення, що відображають як норми культури мовлення в цілому, так і правила продукування тексту у відповідних жанрах тележурналістики. Водночас варто зазначити, що важливим чинником створення аудіовізуального контенту постають очікування глядацької аудиторії, яка споживає продукт не лише в прямоефірному мовленні, а й на різноманітних платформах в Інтернеті. Йдеться про соціальні мережі, наприклад, Instagram, чи хостинг YouTube.

Текстова складова матеріалів, які просувають телевиробники у всесвітній мережі, слугує чинником, що впливає на інтерес споживачів інфор-

мації. На практиці це проявляється, зокрема, у вживанні сленгових слів чи конструкцій із безпосереднім зверненням до глядача, що надає екранній комунікації дружнього характеру та безпосередності. Відтак тележурналістика як галузь і освітня компонента виходить за межі норм, що кодифіковані в наукових, прикладних, дидактичних матеріалах, і постає як виробництво аудіовізуального контенту.

Тож сучасні практики текстотворення зосереджені на креативності автора, його вмінні вкладати цікаві аудиторії змісти у текстові форми, що як мають конкретні жанрові ознаки, так і риси повсякденного спілкування. Це, ймовірно, створює певні ризики спрощення вербальної складової контенту у негативному значенні. Якщо журналіст може самостійно чи за допомогою редакторів зробити текст таким, що відповідає літературній мові, нехай і з вкрапленнями сленгу, то частина репортажу, де подається цитування, по суті, перебуває поза відповідальністю автора. Так, у синхронах може бути суржик, в якому авторитетні мовознавці вбачають згубні наслідки впливу російської мови.

Робота над текстом у її теоретичному та практичному вимірах – це важлива частина підготовки кадрів для медіа. Практикоорієнтоване навчання сприяє засвоєнню усталених і новітніх підходів до текстотворення та водночас відкриває простір для творчості авторів, що вимагає вправління у креативному письмі, яке б поєднало інструментарій, вже апробований у сфері медіавиробництва, та відповідало трендам сучасності. Перспективи подальших досліджень полягають в аналізі розмаїття теоретичних і прикладних підходів до текстотворення в неінформаційних жанрах тележурналістики.

Література:

1. Бондаренко Н. Медіатекст як ресурс осучаснення й збагачення змісту підручника української мови. *Проблеми сучасного підручника*. 2021. Вип. 27. С. 15–17.
2. Вайно М. *Сценарна майстерність: написання п'єси; написання кіносценарію: навчальний посібник*. Івано-Франківськ: Місто НВ. 2015. 232 с.
3. Горбенко Г. Практико-орієнтоване навчання під час підготовки бакалаврів Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка. *Інтегровані комунікації*. 2018. Вип. 4. С. 80–86. URL: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2018.4.15> (дата звернення: 02.12.2024).
4. Гоян В. Комунікативна ситуація: телеперсонаж – телеглядач (ефект творчої взаємодії). *Культура народів Причорномор'я*. 2007. Вип. 101. С. 27–31.
5. Каптон Р.-Дж. *Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс: професійний poradnik*. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія». 2005. 160 с. URL: <https://z-lib.io/book/14783159> (дата звернення: 14.12.2024).
6. Красовська Г., Сухомлинов О., Сигеда П. *Соціолінгвістичний компендіум*. Київ: Талком. 2020. 336 с.
7. Лазебний В., Бакіко В., Омелянець О. *Організація телевізійного виробництва: конспект лекцій*. Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського. 2018. 162 с.
8. Літературний редактор СТБ Віктор Кабак: «Свою мову треба вивчати все життя»: інтерв'ю. Сайт телеканалу «СТБ». URL: <https://www.stb.ua/ua/2009/03/20/literaturnij-redaktor-stb-viktor-kabak-svoyu-movu-treba-vivchati-vse-zhittya> (дата звернення: 12.12.2024).

9. Масенко Л. Суржик у науковому дискурсі: визначення, інтерпретації, дискусії. *IX Міжнародний конгрес українців: збірник наукових статей*. Київ : Видавництво ІМФЕ. 2018. С. 214–223.
10. Михайлин І. *Основи журналістики: підручник*. Київ : Центр учбової літератури. 2011. 496 с.
11. Мірошниченко І. Мовна компресія як чинник функціонування стислого тексту. *Український смисл*. 2016. Вип. 1. С. 220–229.
12. Мой Д., Ордольфф М. *Телевізійна журналістика*. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси. 2019. 234 с.
13. Мовні поради Володимира Романця: дієслово. Путівник Академії BBC. URL: <https://www.bbc.com/languageguides/uk/verb/> (дата звернення: 14.12.2024).
14. Поліщук Л. *Структура телевізійного інформаційного тексту (за матеріалами загальнонаціональних каналів): дис. ... канд. філол. наук*. 10.01.08. Київ. 2006. 260 с.
15. Професійні журналістські стандарти : інформаційна довідка. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/advice/profesijni-zhurnalistski-standarty-normativna-dovidka-i31933> (дата звернення: 20.12.2024).
16. Рудзінська В. Instagram вперше обігнав Facebook за кількістю дорослих користувачів в Україні. *Speka*. URL: <https://speka.media/instagram-vperse-obignav-facebook-za-kilkisty-doroslix-koristuvaciv-v-ukrayini-pk4uw1> (дата звернення: 21.12.2024).
17. Сторр В. *Наука сторітелінгу. Чому історії впливають на нас і як ними впливати на інших*. Київ : Наш формат. 2024. 224 с.
18. Струганець Л., Ленько О. *Українська мова в національному телефірі: моніторинг реалізації комунікативних ознак*. Тернопіль : Осадца Ю. В. 2019. 119 с.
19. Таранюк І. Граматика: як ми боремося з помилками. Путівник Академії BBC. URL: <https://www.bbc.com/languageguides/uk/grammar/> (дата звернення: 21.12.2024).
20. Титаренко М. *Не музи, а м'язи. 50 вправ із творчості*. Київ : Лабораторія. 2023. 360 с.
21. Холод О. *Основи тележурналістики : курс лекцій*. Київ : КиМУ. 2012. 121 с.
22. Яковець А. *Телевізійна журналістика. Теорія і практика : посібник*. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія». 2009. 262 с.
23. James W. *The Principles of Psychology*. Harvard: Harvard University Press. 1981. 1740 p. URL: <http://www.public-library.uk/ebooks/50/61.pdf> (data accessed: 21.12.2024).
24. Miller G. The Magical Number Seven, Plus or Minus Two. *The Psychological Review*. 1956. Vol. 63. P. 81–97. URL: <https://labs.la.utexas.edu/gilden/files/2016/04/MagicNumberSeven-Miller1956.pdf> (data accessed: 20.12.2024).
25. Skrypnyk A., Lytvyn N., Kholod I., Didenko N., Ivashchuk A. Linguistic imagology as a new approach to the analysis of linguistic images: methods and theoretical aspects. *Amazonia Investiga*. 2024. Vol. 13 (73). P. 220–230. URL: <https://doi.org/10.34069/AI/2024.73.01.18> (data accessed: 22.12.2024).

УДК 811.111:81'25:82-1

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.6>**Наталія КОРОЛЬОВА**

старший викладач кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики, факультет іноземних мов, Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського
ORCID: 0009-0002-5761-8752

Дін СИНЬ

заступник начальника міжнародного відділу обміну та співробітництва, Харбінський інженерний університет

ORCID: 0009-0000-2624-5071

Катерина ДРАПАЛЮК

старший викладач кафедри мовної підготовки, Одеський державний університет внутрішніх справ
ORCID: 0000-0002-0264-5596

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СИНЕРГІЗМУ В ПЕРЕКЛАДІ ХУДОЖНІХ ТЕКСТІВ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ НА ЗБЕРЕЖЕННЯ АВТОРСЬКОЇ СТИЛІСТИКИ

Переклад – це складний процес, важливий елемент мовного контакту, що виникає, коли дві мови існують поряд. У сучасному світі глобалізація і переклад взаємопов'язані, адже вони сприяють соціальній та економічній інтеграції країн. Переклад часто викликає суперечки, адже його природа передбачає запитання про збереження оригінального сенсу та культурних нюансів. Літературний переклад, зокрема, займає особливе місце в культурному обміні, виконуючи роль інтерпретатора звичаїв і традицій різних народів. Мета запропонованої роботи – дослідження впливу синергізму в перекладі художніх текстів на збереження авторської стилістики. Методом аналізу наукової літератури отримано результати, які демонструють, що переклад художніх текстів є складним процесом, котрий передбачає збереження балансу між передачею змісту та авторської стилістики. У цьому контексті синергізм перекладу відкриває нові перспективи в літературних дослідженнях, дозволяючи дослідникам виходити за межі простої трансформації тексту з однієї мови на іншу. Синергізм передбачає узгоджену взаємодію між оригінальним текстом, культурним контекстом, перекладацькими стратегіями та очікуваннями аудиторії. Переклад виконує функцію не лише збереження, а й оновлення оригінального тексту, аби він мав змогу «вижити» в нових культурних і мовних середовищах, надаючи йому нові значення та можливість впливати на аудиторії різних епох. Процес перекладу неминуче включає творчий підхід до перепрочитання та адаптації оригіналу. У сучасну епоху транскордонних і міждисциплінарних літературних досліджень синергізм у перекладі сприяє глибшому розумінню художнього тексту. Творчий підхід до перекладу, який підкреслює взаємодію між мовними і культурними системами, забезпечує збереження стилістичної цілісності оригіналу. Концепція синергізму перекладу слугує основою для розвитку перекладознавства. Це дозволяє аналізувати роль перекладача як посередника та співтворця, що додає тексту нову естетичну та культурну значущість. Висновки: дослідження синергізму в перекладі стає ключовим у розумінні як окремих творів, так і літературних систем загалом.

Ключові слова: авторська стилістика, перекладознавство, перенесення, мовні та культурні системи.

Nataliya Korolyova, Ding Xin, Kateryna Drapaliuk. A STUDY OF THE IMPACT OF SYNERGISM IN THE TRANSLATION OF LITERARY TEXTS INTO ENGLISH ON THE PRESERVATION OF THE AUTHOR'S STYLE

Translation is a complex process, an important element of language contact that occurs when two languages exist side by side. In today's world, globalisation and translation are interconnected, as they contribute to the social and economic integration of countries. The translation is often controversial, as its nature raises questions about preserving the original meaning and cultural nuances. Literary translation, in particular, occupies a special place in cultural exchange, acting as an interpreter of the customs and traditions of different nations. The purpose of the proposed work is to study the impact of synergy in the translation of literary texts on the preservation of the author's style. By analysing the scientific literature, the results demonstrate that the translation of literary texts is a complex process that involves maintaining a balance between the transmission of meaning and the author's style. In this context, translation synergism opens up new perspectives in literary studies, allowing researchers to go beyond the simple transformation of a text from one language into another. Synergism implies a coherent interaction between the original text, cultural context, translation strategies, and audience expectations. Translation serves not only to preserve but also to update the original text so that it can 'survive' in new cultural and linguistic environments, giving it new meanings and the ability to influence audiences of different eras. The process of translation inevitably involves a creative approach to re-reading and adapting the original. In today's era of cross-border and interdisciplinary literary research, synergy in translation contributes to a deeper understanding of a literary text.

A creative approach to translation that emphasises the interaction between language and cultural systems ensures that the stylistic integrity of the original is preserved. The concept of translation synergy serves as the basis for the development of translation studies. It allows us to analyse the role of the translator as a mediator and co-creator who adds new aesthetic and cultural significance to the text. Conclusions: The study of synergism in translation is becoming key to understanding both individual works and literary systems in general.

Key words: author's style, translation studies, transfer, language and cultural systems.

Постановка проблеми. Вивчення художнього перекладу зосереджено на складному балансі між відтворенням змісту та збереженням авторської стилістики. Тема синергізму в перекладацькому процесі відкриває нові перспективи в дослідженні літературних текстів. Переклад більше не обмежується функцією простої передачі змісту; він стає важливим інструментом для аналізу літературної взаємодії між культурами, стилями та епохами. У цьому сенсі синергізм означає роботу перекладача в узгодженні з оригінальним текстом і культурним контекстом, адже переклад є ключовим елементом порівняльного літературознавства. Однак його значення в цій дисципліні отримало офіційне визнання лише наприкінці ХХ століття. Дослідники довго сприймали переклад як маргінальне явище, що часто затьмарювалося питанням «впливу» однієї літератури на іншу.

Натепер, однак, дослідження перекладів розглядають як невід'ємну частину вивчення літературної системи. Переклади допомагають виявити особливості культурних трансферів і взаємодій. Особливо важливим у цьому є питання естетики перекладу, адже збереження синергізму та стилістики авторського тексту є однією з головних проблем.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Синергізм у перекладі ставить перед науковцями низку важливих питань, що пов'язані з тонкощами перекладацького процесу. На думку Д. Крамченко, в сучасному світі нові технології дозволяють зберігати постійний контакт із різними мовами та культурами, що, безумовно, відображається на якості та методах перекладу [9, с. 369]. У цьому контексті Н. Сивачук зі співавторами додають, що переклад як посередницька ланка між мовами виконує не лише функцію передачі змісту, але й забезпечує збереження стилістичних особливостей оригіналу [14, с. 253].

Одним із головних викликів, з якими стикається перекладач, є досягнення балансу між збереженням оригінального тексту та адаптацією його до цільової мови [15]. Як зазначає С. Никипорець, перекладач має володіти не лише мовами, але й культурним контекстом, щоб адекватно відтворити концептуальний зміст [11, с. 984]. Цей аспект є особливо важливим у художньому перекладі, де авторська стилістика, ритм і емоційний заряд тексту

можуть бути втрачені в разі некоректного вибору термінів чи виразів [3].

Синергізм у перекладі, на думку В. Богатирець, З. Куделко та Л. Мельничук, передбачає використання різноманітних технік, як-от калька, адаптація та еквівалентність, які допомагають зберегти авторський стиль. Перекладач не може бути просто «невидимим» учасником процесу, адже його роль полягає у створенні нового тексту, який максимально наближається до оригіналу, але водночас є зрозумілим і природним для цільової аудиторії [4, с. 227].

Згідно з О. Верховцовою, вибір стратегії перекладу залежить від близькості культур і мов, що додає ще один рівень складності до перекладацької діяльності [1]. Коли мови суттєво відрізняються, перекладач повинен бути особливо уважним, щоб не втратити унікальність оригіналу. Тому, на думку В. Гурської, в контексті художнього перекладу, який є не лише трансформацією слів, але й передачею емоцій та культурних сенсів, важливо розглядати синергізм як ключовий елемент, який допомагає зберігати авторську стилістику та інтенцію [7].

Отже, визначення ролі перекладача в цьому процесі стає ще складнішим, адже він передає інформацію та одночасно стає творцем нового художнього тексту, що вимагає глибокого розуміння як оригінальної, так і цільової культур. Перекладач стає своєрідним містком між світом, який він представляє, і світами, з яких походять оригінальні художні твори.

Мета статті. Метою статті є дослідження впливу синергізму в перекладі художніх текстів англійською мовою на збереження авторської стилістики. Особливу увагу приділено аналізу механізмів, які забезпечують гармонійну взаємодію між оригінальним текстом, культурним контекстом, перекладацькими стратегіями та очікуваннями аудиторії. У роботі розглядається, як концепція синергізму дозволяє зберегти стилістичну та естетичну цілісність тексту, забезпечуючи його «виживання» в нових мовних і культурних середовищах.

Методологія дослідження. Перекладознавство базується на комплексному підході, який включав аналіз наукової літератури, компаративний аналіз текстів та якісний контент-аналіз. Вивчення основних концепцій

синергізму, перекладознавства та авторської стилістики дозволило визначити ключові принципи та методи, які застосовуються в перекладацькій діяльності. Аналіз оригінальних та перекладених текстів спрямований на виявлення специфіки передачі стилістичних засобів, для чого використовуються приклади з художньої літератури, включаючи англійські тексти, які мають глибоке символічне та культурне значення. Визначення основних методів перекладу допомогло з'ясувати їх вплив на збереження авторського стилю. Аналіз літератури включав вивчення 15 наукових джерел, які дозволили сформулювати теоретичне підґрунтя дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Переклад є складним і багатограним процесом, і в певних випадках перекладачі вдаються до запозичення, особливо коли стикаються зі словами, для яких не існує точного еквівалента в цільовій мові. Це явище можна спостерігати в наукових і технічних текстах, де запозичуються іноземні словосполучення, але самі елементи цих словосполучень перекладаються буквально. Це призводить до створення кальок, які є результатом перенесення значення через імітацію. Наприклад, англійський вислів *«to take for granted»* дослівно перекладений може звучати як *«брати за належне»*, хоча значення цього вислову – сприймати щось як очевидне або не цінувати належним чином. Інший приклад – *«to break the ice»*, що буквально означає *«розбити лід»*, але вживається в значенні почати невимушену розмову або подолати напруження в спілкуванні.

Калька відрізняється від звичайного запозичення тим, що в разі її використання зберігається семантика слова-отримувача. Вона є специфічним типом запозичення, яке походить з іноземної мови, і перекладач у цьому випадку буквально переносить елементи оригіналу в цільову мову. Це можна розглядати як імітацію, що веде до створення нового значення в цільовій мові [10].

Разом із калькою існує також поняття буквального перекладу, який є найкращим варіантом, оскільки він спрощує роботу перекладача. Наприклад, щодо священних текстів, наприклад, Біблії, були спроби здійснити буквальні переклади з метою збереження автентичності оригіналу. Ця стратегія передбачає заміну морфологічної форми слова в оригіналі на іншу в цільовому тексті без втрати його змісту. Заміна може бути необхідною, якщо цього вимагають мовні звичаї, або ж вона може бути варіантом, якщо обидві мови мають схожі структури.

Однак буквальний переклад містить ризики, які можуть варіюватися від простих помилок до повної незрозумілості. Використання цієї техніки може призводити до появи речень, які не мають сенсу або не відповідають темі, що своєю чергою може спотворити стиль оригіналу [8, с. 80]. Наприклад, речення *«She jumped again, the meal»* (вона знову пропустила обід) може бути неправильно переведене, оскільки сам англійський сталий вираз утрачає значення за некоректного перекладу та створює плутанину. Фраза *«He kicked the bucket»* у буквальному перекладі як «він вдарив відро» втрачає своє ідіоматичне значення *«він помер»*, вислів *«It's raining cats and dogs»* перекладений як *«йде дощ із котів і собак»* позбавляється свого реального значення *«йде сильний дощ»*, речення *«She spilled the beans»* при буквальному перекладі як «вона розсипала боби» насправді означає *«вона розкрила секрет»*, фраза *«To bite the bullet»* перекладена як *«кусати кулю»* втрачає своє значення *«зібратися з духом і прийняти важке рішення»*, вислів *«To burn the midnight oil»* у буквальному перекладі *«спалювати опівнічну олію»* насправді означає *«працювати або навчатися до пізньої ночі»*.

Ці труднощі підкреслюють важливість уважного підходу до перекладацької практики, особливо в художніх текстах, де збереження авторської стилістики є критично важливим.

Адаптація – це також техніка перекладу, яка означає переклад слів у контексті та культурі. Іноді слова настільки відрізняються, що адаптація необхідна, щоб зрозуміти культурне значення повідомлення.

Прикладом адаптації є формули ввічливості, які ніколи не можна перекладати дослівно, оскільки кожна мова має власну формулу (*Un saludo (ES), Regards (EN), Cordialement (FR)*).

Дослідження впливу культурної взаємодії та органічності перекладу пов'язані із глибоким аналізом взаємодії між оригінальним текстом і його перекладом. Перекладач як творець нової версії повинен не лише відтворити зміст, а й зберегти унікальність стилю автора, а це передбачає занурення в мовні особливості, культурні контексти та естетичні нюанси оригіналу. Зокрема, в літературному перекладі важливо враховувати, що текст складається з багатоголосся. Це означає, що перекладач, вступаючи в діалог з автором, повинен бути чутливим до багатоголосся, яке формує текст. Наприклад, у романі *«Heart of Darkness»* Джозефа Конрада, де мова має глибоке символічне навантаження, перекладач

повинен бути особливо уважним до стилістичних засобів, аби не втратити глибинних значень (табл. 1).

Як бачимо, переклад завжди є соціолінгвістичною операцією. Перекладач залучає своє власне розуміння та інтерпретацію тексту, що відображає його соціокультурний контекст. Це підкреслює важливість урахування культурних відмінностей між мовами. Наприклад, в англійській мові можуть бути концепти, які не мають прямих відповідників в інших мовах, що вимагатиме від перекладача креативного підходу, як у випадку з термінами, що описують специфічні культурні явища.

Водночас перекладач повинен уникати прикрашання оригіналу, адже формальна еквівалентність часто є більше метою, ніж реальністю. Це означає, що в деяких випадках треба використовувати динамічний переклад, щоб передати суть, а не лише форму. Тобто якщо в оригіналі є образ, наприклад, «*the weight of the world on his shoulders*», перекладач може вирішити, як найкраще передати цю метафору, враховуючи культурні особливості цільової мови. Вираз «*The weight of the world on his shoulders*» може бути переданий як «*він несе тягар усього світу*» або адаптований до більш звичного для цільової аудиторії вислову, наприклад, «*він несе непосильну ношу*», ідіома «*Break the ice*» перекладається не буквально як «*розбити лід*», а як «*зруйнувати напругу*» або «*започаткувати невимушене спілкування*», фраза «*A piece of cake*» у буквальному перекладі «*шматок торта*» позбавлена сенсу і має бути адаптована як «*це дуже просто*», вислів «*To turn a blind eye*» дослівно означає «*закрити одне око*», але правильніше передати його як «*ігнорувати щось*» або «*заплющувати очі*», вираз «*The ball is in your court*» у прямому перекладі «*м'яч на*

твоєму полі» може звучати незрозуміло, тому краще перекласти його як «*все залежить від тебе*», метафора «*To kill two birds with one stone*» може бути адаптована як «*вбити двох зайців одним пострілом*».

Отже, переклад художніх текстів є складним процесом, що вимагає від перекладача технічних навичок і глибокого розуміння контексту, стилю та намірів автора [12, с. 13]. Збереження авторської стилістики – це не лише про точність, а й про вміння відтворити емоційний та естетичний заряд оригіналу, що в кінцевому підсумку формує якість перекладу.

Дослідження впливу синергізму перекладу художніх текстів на збереження авторської стилістики є важливим аспектом сучасного перекладознавства. У цьому контексті можна зауважити, що мова виступає не тільки як інструмент комунікації, але і як носій культурних та соціальних цінностей. Прикладом цього є прислів'я.

Прислів'я як елемент мовної системи підтверджує, що одна й та ж мова може об'єднувати людей, попри їхні відмінності. Вони являють собою зв'язок між носіями мови, який може бути переданий з однієї мови на іншу, зменшуючи соціальні розриви. Прислів'я також ілюструють існування «освіченої культури» та «поширеної культури», які часто не збігаються. Це культурно навантажені мовні одиниці, які можуть слугувати ілюстраціями в словниках, адже вони містять відомі лексикалізовані приклади [6]. Переклад прислів'їв є складним завданням, оскільки не завжди можливо знайти влучне еквівалентне вираження в іншій мові. Це підкреслює думку, що прислів'я можна перекласти лише за допомогою іншого прислів'я, що потребує від перекладача не тільки досконалого володіння обома мовами, але й розуміння

Таблиця 1

Синергія та багатоголосся англійського перекладу

| Цитата | Переклад | Нюанси перекладу |
|--|--|---|
| «The wilderness had found him out early, and had taken on him a terrible vengeance for the fantastic invasion» [5] | «Пустеля знайшла його рано і помстилася йому страшною карою за фантастичне вторгнення» [2] | Перекладач зберіг образність і метафоричність оригіналу, адже «wilderness» у Конрада має символічний сенс, втілюючи хаос і невідоме |
| «We live, as we dream – alone» [5] | «Ми живемо так, як і мріємо, – самотньо» [2] | Простота вислову приховує глибину філософського підтексту, тому перекладач зберіг лаконічність і водночас передав внутрішню напругу |
| «Your strength is just an accident arising from the weakness of others» [5] | «Твоя сила – це лише випадковість, що виникає через слабкість інших» [2] | Структуру речення збережено майже дослівно, але акцентовано на гіркоті та іронії, що притаманна стилю Конрада |

Джерело: власна розробка авторів

культурних контекстів. Усі мови мають сталі вирази, які не можуть бути переведені буквально, але можуть сприйматися як образи. У таких випадках важливим є не тільки значення окремих слів, а й загальний сенс виразу [13, с. 169]. Наприклад, англійське «*carrot and stick*» є метафорою винагороди та покарання, і його переклад як «*морква і палка*» не передає справжнього значення. Аналогічно, англійське «*to have goose bumps*», що буквально перекладається як «*мати гусячі горби*», у деяких мовах адаптується до інших культурних реалій, наприклад, «*мурашки по шкірі*» в українській або російській. Також вислів «*to spill the beans*», що дослівно означає «*розсипати боби*», передає сенс «*видати секрет*», але дослівний переклад втрачає зміст без відповідного культурного контексту. Вираз «*a storm in a teacup*», буквальный переклад якого – «*буря в чайній чашці*», використовується для позначення перебільшеної реакції на незначну проблему і має свої аналоги в інших мовах, наприклад, «*робити з мухи слона*». Ідіома «*to burn the midnight oil*», що перекладається буквально як «*спалювати північну олію*», означає працювати до пізньої ночі, але дослівний переклад без адаптації може збити з пантелику. Вислів «*when pigs fly*», який дослівно означає «*коли свині полетять*», є яскравим прикладом неможливості, і в українській мові часто передається як «*коли рак на горі свисне*».

Ці приклади ілюструють, наскільки важливо враховувати культурний контекст, щоб уникнути хибного перекладу й адекватно передати значення оригінального тексту.

Перекладач, стикаючись із такими фразами, може використовувати різні стратегії, зокрема модулювання або еквівалентність. Наприклад, модулювання може бути застосоване для спрощення висловлювань, змінюючи їх форму для досягнення більшої ясності, тоді як еквівалентність демонструє, як два тексти можуть описувати одну й ту ж ситуацію, використовуючи абсолютно різні стилістичні й структурні засоби. Це підкреслює важливість синергізму в перекладі, адже успішний переклад вимагає не лише точності, але й глибокого розуміння культурних контекстів, щоб зберегти авторську стилістику оригіналу.

Також дослідження синергізму у перекладі є надзвичайно актуальним у сучасному світі через поширення глобалізації та культурного обміну. Перекладач як посередник між авторами та читачами стикається з численними викликами, особливо коли йдеться про передачу тонкощів стилю та культурних особливостей.

Однією з головних проблем у перекладі є збереження первинного сенсу висловлювань. Прислів'я, які часто містять глибокий культурний контекст, можуть утратити значення під час перекладу. Відоме англійське прислів'я «*A bird in the hand is worth two in the bush*» і його український аналог «*Краще синиця в руках, ніж журавель у небі*» ілюструють цю проблему. Інший приклад – англійське «*To kill two birds with one stone*» в українській мові адаптується як «*Убити двох зайців одним пострілом*», зберігаючи схожу метафоричність, але з іншими культурними образами. Незважаючи на те, що обидва висловлювання передають схожу ідею, їх образи та культурні асоціації відрізняються, що ускладнює завдання перекладача. У цьому контексті важливо передати не тільки слова, а й суть висловлення. У таких випадках доцільним є використання різних типів перекладу: вільного (сенс за сенсом) і літературного (буквальний). Саме це розрізнення підкреслює важливість адаптації тексту до цільової аудиторії, враховуючи її культурні та мовні особливості.

У контексті синергізму перекладач має знайти баланс між точністю та адаптацією. Це означає, що він повинен не тільки зберігати авторську стилістику, але й враховувати, як текст буде сприйматися в новій культурі. Таким чином, синергізм у перекладі стає важливим інструментом для збереження культурної ідентичності та стилістичних особливостей оригінального твору.

Загалом, переклад художніх текстів є складним, але надзвичайно цікавим процесом, що вимагає від перекладача мовних навичок та культурної чутливості. Це дослідження демонструє, як синергізм у перекладі може сприяти збереженню авторської стилістики та культурної спадщини, відкриваючи нові горизонти для розуміння та сприйняття інших культур.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Дослідження впливу синергізму на англійський переклад підтверджує важливість гармонійної взаємодії між оригінальним текстом, культурним контекстом і перекладацькими стратегіями. Отримані результати вказують на те, що синергізм дозволяє забезпечити баланс між передачею змісту та стилістичною унікальністю твору, сприяючи його «виживанню» в іншомовних та культурних середовищах. Це відкриває нові перспективи в перекладознавстві, зокрема в дослідженні естетичних і культурних аспектів літературного перекладу.

Одним із ключових висновків є важливість творчого підходу перекладача, який виконує

роль посередника та співтворця нового тексту. Врахування мовних і культурних відмінностей, а також очікувань цільової аудиторії, дозволяє не лише зберігати, а й оновлювати текст, додаючи йому нові смислові та естетичні акценти. Особливу увагу слід приділяти вибору перекладацьких стратегій, як-от калька, адаптація або буквальный переклад, які мають бути застосовані відповідно до характеру тексту та культурного контексту.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні взаємодії між різними техніками перекладу та їх впливу на стилістичну цілісність текстів. Розроблення нових методів

аналізу перекладів, що враховують принципи синергізму, дозволить глибше дослідити роль перекладача як творця міжкультурного діалогу. Зокрема, актуальним є вивчення перекладацьких рішень у контексті творів, що мають складну символіку або багатоголосся, а також аналіз впливу сучасних технологій на перекладацьку діяльність.

Таким чином, дослідження синергізму в перекладі художніх текстів не лише сприяє збереженню авторської стилістики, але й підсилює інтеграцію літературних традицій різних культур, забезпечуючи їх актуальність для сучасного читача.

Література:

1. Верховцова О. М. Термінологія як частина словникового запасу мови. 2017. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/39645> (дата звернення: 30.12.2024).
2. Джозеф Конрад. Серце темряви. Переклад з англійської – Марія Головка. Київ: «Знання». 2015. 175 с. ISBN 978-617-07-0320-0
3. Alaviyya N., Alisoy H. Anaphora in text: Echoing words, amplifying messages. *Experimental Physics*. 2023. Vol. 106. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10369937>
4. Bohatyrets V., Kudelko Z., Melnychuk L. Growing Synergy between the Knowledge Society and Cognitive Translation Studies. 2021. URL: https://www.researchgate.net/publication/354402633_GROWING_SYNERGY_BETWEEN_THE_KNOWLEDGE_SOCIETY_AND_COGNITIVE_TRANSLATION_STUDIES (date of access: 30.12.2024).
5. Conrad J., Beirne C. Heart of darkness. *Hear-a-Book*. 1925. URL: https://elearning.centre-univ-mila.dz/a2024/pluginfile.php/76782/mod_resource/content/1/Heart%20of%20Darkness%201.pdf (date of access: 30.12.2024).
6. Dinh H. Synergic concepts, lexical idiosyncrasies, and lexical complexities in bilingual students' translated texts as efforts to resolve conceptual inequivalences. *Languages*. 2022. Vol. 7(2). P. 94. DOI: <https://doi.org/10.3390/languages7020094>
7. Hurskaya V. Approaches to Personalizing the Learning Process in Teaching English with the Help of Artificial Intelligence. *Академічні візії*. 2023. Vol. 18. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1484> (date of access: 30.12.2024).
8. Junining E., Kusuma V. A. M. C. Translation strategies for translating a news article. *LiNGUA*. 2020. Vol. 15(1). P. 79–90. DOI: <https://doi.org/10.18860/ling.v15i1.9562>
9. Khranchenko D. The power of synergy in discourse: Exploring persuasive language in English mass media. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*. 2023. Vol. 13(2). P. 368–379. DOI: <https://doi.org/10.17509/ijal.v13i2.63068>
10. Khudaybergenova Z. About the concept of "translation strategies" in the translation studies. 2021. URL: <https://acikerisim.bartin.edu.tr/handle/11772/6647> (date of access: 30.12.2024).
11. Nykyporets S. S. Contemporary challenges and methodological issues in the translation of English texts into Ukrainian. «Наукові горизонти XXI століття: мультидисциплінарні дослідження»: Матеріали Міжнародної наукової конференції (м. Ужгород, 16-17 травня 2024 р.). Ужгород, 2024. С. 982–986. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/handle/123456789/43303> (дата звернення: 30.12.2024).
12. Plyth P. S., Crahan C. P. Translation affects literary and cultural systems: How to observe the features of translation? *Applied Translation*. 2023. Vol. 17(1). P. 7–15. DOI: <https://doi.org/10.51708/apprans.v14n1.1141>
13. Rustamov I. T. Linguistic and cultural aspects of literary translation and translation skills. *British Journal of Global Ecology and Sustainable Development*. 2022. Vol. 10. P. 168–173. URL: <https://www.journalzone.org/index.php/bjgesd/article/view/158> (date of access: 30.12.2024).
14. Syvachuk N., Yuhan N., Posmitna V., Opryshko N., Kobzei N. Linguistic-literary synergies in modern Ukrainian philology. *Revista Eduweb*. 2024. Vol. 18(3). P. 252–263. DOI: <https://doi.org/10.46502/issn.1856-7576/2024.18.03.19>
15. Wang Y., Zhang W., Zhou C., Jin C. High fidelity scene text synthesis. 2024. URL: <https://arxiv.org/abs/2405.14701> (date of access: 30.12.2024).

УДК 001.891:070

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.7>**Северин КУЗЬМЕНКО**

магістр кафедри міжнародної інформації, Національний університет «Львівська політехніка»,
severyn.kuzmenko.mnmim.2024@lpnu.ua
ORCID: 0009-0009-9328-4818

Марія ПАВЛЮХ

старший викладач кафедри міжнародної інформації, Національний університет «Львівська політехніка»,
maria.v.pavliukh@lpnu.ua
ORCID: 0000-0001-5502-8367

**ПОШИРЕНІ ФЕЙКИ КИТАЙСЬКОЇ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ
У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА (2019–2021)**

У статті розглянуто популярні фейки китайської пропаганди, що поширені через засоби масової інформації та соціальні медіа. Диктаторський режим в Китаї, використовуючи масові комунікації поширював пропагандивні матеріали про пандемію ковід-19, для того, щоб формувати громадську думку у певному напрямі, демонструючи офіційні органи влади у вигідному світлі. Тоталітарна влада намагається контролювати інформаційний простір та соціальні мережі, просуваючи власні наративи, щоб створити позитивне враження про певні події. Та нерідко влада вдається до відкритого фальшування історичних подій.

Китайська Народна Республіка значно посилює свою пропаганду та дезінформаційні операції у світі і тому важливо знати: як їй протидіяти і не потрапити під її вплив. Навіть пересічний українець, що не цікавиться політикою, знає, який політичний режим панує в КНР. Комуністична партія Китаю визначає курс держави в усіх галузях її існування, часто жертвуючи свободою слова, правами людини та соціальною рівністю задля економічного зростання та боротьби за гегемонію у світі. Уряд витрачає шалені кошти на те, щоб довести, наскільки ідеальною є китайська утопія, ігноруючи закиди капіталістичного світу про порушення прав людини, авторитаризм чи переслідування противників влади.

Плакати, які поширювалися в інформаційному просторі Китаю, мають ознаки пропагандивних матеріалів, які маніпулюють свідомістю виборців. Прикладами політичної пропаганди держави є подання в особливому світлі «пандемії ковід-19». Важливим джерелом пропаганди є соціальні медіа, зокрема популярна китайська мережа – твітер. Мережа поширює відверті пропагандивні матеріали, співпрацюючи з владою.

Ключові слова: пропаганда, маніпуляція, соціальні медіа, штучний інтелект.

**Severyn Kuzmenko, Mariia Pavliukh. COMMON FAKES OF CHINESE POLITICAL
PROPAGANDA ON SOCIAL MEDIA (2019–2021)**

The article examines popular Chinese propaganda fakes spread through mass media and social media. The dictatorial regime in China, using mass communications, distributed propaganda materials about the covid-19 pandemic in order to shape public opinion in a certain direction, showing the official authorities in a favorable light. Totalitarian authorities try to control the information space and social networks, promoting their own narratives to create a positive impression of certain events. But often the authorities resort to open falsification of historical events.

The People's Republic of China is significantly increasing its propaganda and disinformation operations in the world, and therefore it is important to know how to counter it and not fall under its influence. Even an average Ukrainian who is not interested in politics knows what kind of political regime prevails in the People's Republic of China. The Chinese Communist Party determines the course of the state in all areas of its existence, often sacrificing freedom of speech, human rights and social equality for economic growth and the struggle for world hegemony. The government spends wildly to prove how ideal the Chinese utopia is, ignoring the accusations of the capitalist world about human rights violations, authoritarianism or persecution of opponents of the government.

The posters that were distributed in China's information space have the characteristics of propaganda materials that manipulate the minds of voters. Examples of political propaganda of the state are the presentation in a special light of the «covid-19 pandemic». An important source of propaganda is social media, in particular the popular Chinese network – Twitter. The network distributes blatant propaganda materials in cooperation with the authorities.

Key words: propaganda, manipulation, social media, artificial intelligence.

Постановка проблеми. Пропаганда не обов'язково обмежується розповсюдженням інформації під час війни. У звичайних умовах пропаганда також присутня, хоча конкретні цілі відрізняються від воєнного часу, більшість з них мають на меті скеровувати громадськість і формувати громадську думку. Серед

методів пропаганди, в першу чергу можна вважати, наміри пропагандистів – переконати одержувача і викликати бажану реакцію.

Найчастіше використовуються засоби масової інформації як засоби, що підштовхують людей до бажаної поведінки і сприйняття. ЗМІ, виконуючи свою роль інформаційного

агентства, мають сторони комерційної активності, що здійснюється як підприємство. У першому випадку може виникати конфлікт з владою при спостереженні за державною владою, а у другому – сприяти фінансистам у пошуку інтересів, а також уникнути конфліктів з владними організаціями. У цьому випадку, з боку влади, масові засоби передачі інформації, такі як медіа, можуть стати дуже ефективним засобом для спонукання до спілкування. Тому важливо дослідити механізм поширення дезінформації та фейків китайською владою у соціальних медіа.

Аналіз останніх досліджень. Джерельна база дослідження складається із англійських, японських та китайськомовних наукових та публіцистичних статей, англійських інтернет-ресурсів і документів держав: Han E., Goh B., Voxiner A., Vaknin E., Volodin A. та ін.

Мета статті – аналіз та оцінка пропаганди і дезінформаційних операцій Китайської Народної Республіки у соціальних медіа.

Методи дослідження. У статті використано компаративний аналіз, синтез, історичний.

Виклад основного матеріалу. На початку 2020 року китайські лідери зіткнулися з двома важливими проблемами: зростанням пандемії, що загрожує населенню, і розгніваними голосами інтернет-користувачів [8].

Китайська пропаганда стосовно COVID-19. Як COVID-19 поширився з Вуханя в інші провінції? Тисячі публічних повідомлень з'явилися на Sina Weibo та інших китайських соціальних медіа-платформах, вимагаючи знати: чи місцева влада приховує ще один вірус, схожий на SARS. Декілька ліберально налаштованих китайців, почали сподіватися, що ця трагедія стане заклик до дій, що спонукає китайський народ протистояти своєму авторитарному уряду.

Натомість китайському уряду вдалося контролювати і маніпулювати інформацією до безпрецедентної міри. Починаючи з лютого 2020 року, після посилення громадського обурення через смерть доповідача про COVID-19 доктора Лі Венліанга і лікарняного рекламного штурму Сі Цзіньпіна, цензура посилилася над китайським інтернетом, оскільки чиновники почали намагатися змінити сприйняття пандемії громадськістю. Комуністична партія Китаю (КПК) маніпулювала своєю історією, успішно насаджуючи думку своєму народові про те, що, якщо не буде сильного контролю, то – країна впаде в хаос.

Майже кожна частина чутливої історії КПК, від Культурної революції до масового вбивства на площі Тяньаньмень, була ретельно сфальшована. Лідери партії швидко

усвідомили небезпеку дозволу на публічні розмови навколо цих історичних подій. Під час правління Сі Цзіньпіна, КПК стала ще менш прихильною до вільнодумства і пандемічний сюжет не є винятком. Китайські державні ЗМІ намагаються просувати матеріали: від телешоу до книг до пропагандистських плакатів на тему пандемії. Всі ці матеріали мають на меті сформувати позитивні заяви уряду щодо реакції Пекіна на пандемію.

Особливо політичні маніпуляції демонструє збірка китайських плакатів політичної пропаганди щодо COVID-19, що зберігаються у бібліотеці Принстонського університету і які поширювалися в інформаційному просторі Китаю досить інтенсивно.



Рис. 1. Чутки про пандемію

Цей плакат виступає проти «віри в чутки і поширення чуток» про пандемію, наголошуючи на силі уряду.



Рис. 2. Масковий режим

Цей плакат описує продовження пандемії і примушує виборців носити маски. Влада

поширювала повідомлення про публічні покарання поліцією виборців, які не носять масок. Цікаво, що плакат також включає Тайвань на карті Китаю.



Рис. 3. Єдність

Цей плакат закликає до єдності у Вухані для боротьби з пандемією. Постер призначений для того, щоб запевнити жителів Вуханя, що уряд піклується про їхнє благополуччя. Однак, це заохочення і мирна ілюстрація суперечить початковій реакції уряду на хаос, пов'язаний з епідемією у Вухані, коли сотні людей загинули, а військові заблокували місто.



Рис. 4. Подяка медикам

Цей плакат привертає увагу до подяки та поваги до працівників охорони здоров'я. Це особливо важливе послання, враховуючи початкове переслідування та цензуру китайським урядом працівників охорони здоров'я на початку пандемії.



Рис. 5. Єдність громадян

Це ще один плакат, який закликає громадян до єдності у боротьбі з вірусом. Однак, це повідомлення суперечить діям уряду, який не дозволив експертних розслідувань походження вірусу.

Китайські ведучі новин, згенеровані штучним інтелектом для розповсюдження пропаганди. Відстежуючи останні дії «спамуфляжу», прокитайської політичної спаммережі, яка неодноразово викривалася із 2019 року, було виявлено активні в мережі, які просувають нову та особливу форму відеоконтенту на платформах соціальних мереж, включаючи Facebook, Twitter і YouTube [6].

Цей набір із двох унікальних відеороликів мав багато спільних рис із традиційним контентом спаму: вони тривали від півтори до трьох хвилин, використовували компіляцію стокових зображень і новин з інтернет-джерел, а також роботизований англійський голос за кадром, що просуває інтереси Комуністичної партії Китаю. В одному із відеороликів, уряд США звинувачувався у спробі вирішити проблему насильства із застосуванням зброї шляхом «лицемірного повторення порожньої риторики». В іншому – наголошувалося на важливості китайсько-американської співпраці для відновлення світової економіки.

Однак, відео також містили деякі нові, раніше не спостережувані характеристики:

1) У відеороликах фігурували «ведучі новин» – чоловік і жінка, які спочатку сприймалися реальними людьми, ймовірно, оплачуваними акторами, а згодом було встановлено, що вони були створені за допомогою комерційних послуг компанії, що займається виробництвом відео зі штучним інтелектом.

2) У відео використовувався брендинг фіктивної медіа-компанії під назвою «Wolf News», що є відображенням минулих спроб

спаму видавати себе за легітимні новинні агентства. У всіх відео використовувався один і той самий сіро-білий логотип із силуетом вовка, наприклад, із супровідним текстом: «Wolf News. Зосередьтеся на гарячих точках і транслюйте в режимі реального часу».



Рис. 6. Логотип «новин» Wolf News

На перший погляд, ведучі «Wolf News» виглядають як реальні люди. Початкова гіпотеза полягала в тому, що вони були платними акторами, яких залучили для зйомок у відео. Це збігається з тактикою, яка була проаналізована в червні 2021 року, коли в Пакистані для озвучування фейкових «новинних репортажів» використовували комерційних дикторів, які читали сценарії. Але подальше розслідування довело, що ведучі Wolf News були створені за допомогою технології, наданої британською компанією Synthesia, яка займається відео зі штучним інтелектом.



Рис. 7. Люди, згенеровані штучним інтелектом, виступають в ролі «телеведучих» у відео Wolf News

На сайті Synthesia ведуча Wolf News позначена, як аватар, який клієнти можуть використовувати у відеороликах, створених за допомогою штучного інтелекту.

На сайті Synthesia ведучий Wolf News позначений, як аватар, який клієнти можуть використовувати у відеороликах, створених за допомогою штучного інтелекту.

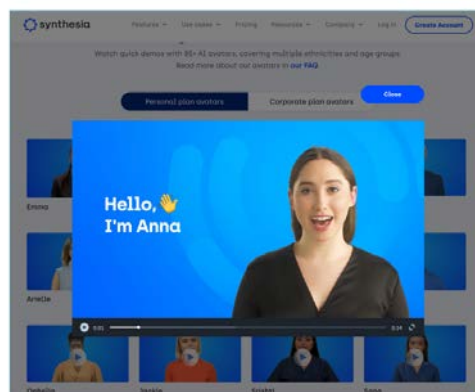


Рис. 8. Ведуча Wolf News

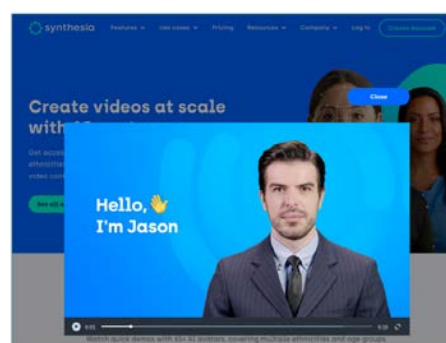


Рис. 9. Ведучий Wolf News

Дезінформаційні операції у соціальних мережах. Між TikTok і китайським урядом існує складний зв'язок [3], частково тому, що внутрішні правила вимагають, щоб платформа взяла на себе відповідальність за просування майбутнього країни [14, с. 13]. Крім того, Китай підтримує розширення TikTok, але також підкреслює, що він повинен бути в курсі платформи для просування національного інтересу. Китай заперечує звинувачення у використанні зібраних даних для національних інтересів і замість цього стверджує, що США намагаються перешкодити Китаю стати сильнішим гравцем на міжнародній арені.

Маніпулятивний сценарій стався на TikTok, коли обліковий запис в США був заблокований за розміщення кліпів, які містили сюжет: придушення мусульман в Китаї [5]. TikTok пояснив вилучення сюжету у публічній заяві на їхньому веб-сайті з часовою лінією, яка підтверджує їхнє тлумачення про причини блокування. TikTok підкреслив, що блокування облікового запису не має нічого спільного з тим, що обліковий запис щойно розмістив сюжет, який вважається чутливим до китайського уряду [7].

Ще одним прикладом можливості маніпулювати контентом є декілька сюжетів, які Check Point, провайдер IT-безпеки, виявив у своєму дослідженні TikTok. Вразливі місця в додатку включають можливість маніпулювати обліковими записами користувачів і контентом, доступним на платформі. Ці м'які точки дозволяють легко видаляти відео, змінювати сюжет, підробляти SMS, створювати відео через облікові записи користувачів, публікувати приватні відео або фотографії та отримувати доступ до особистої інформації [2]. Результати досліджень підтверджують можливість маніпулювання через додаток. Проте, китайський уряд не згаданий в цьому дослідженні, натомість, він є нападником. Китайський уряд прагне стати лідером у всьому, а це означає, що КПК повинна мати знання про все [4]. Китай вклав мільярди доларів, щоб вплинути на сприйняття людей у всьому світу [13].

Відносини Китаю і Австралії погіршилися протягом останніх років, коли недружні відносини включали в себе китайське втручання і вплив [9, с. 110]. Райан, Фріц і Імпіомбато проаналізували зв'язок між ByteDance і КПК та підкреслили, що ByteDance не працює для захисту і запобігання китайському уряду від доступу або маніпулюванням контентом на платформі. Тема, яка маніпулюється на TikTok – це репресії в регіоні Сінцзян [12]. Вчені підкреслюють, що контент TikTok маніпульований, адже Китай має онлайн-стратегію маніпуляції як в приватних, так і в державних організаціях, де мета полягає в нейтралізації вільних думок.

Ще один приклад маніпуляцій на TikTok стосується того: як створюються алгоритми платформи. За словами вище згаданих вчених, алгоритм створений для маніпулювання контентом, таким як: негативне ставлення до політики і лідерства Сі, і це робиться, наприклад, тіншовою заборонаю цих повідомлень.

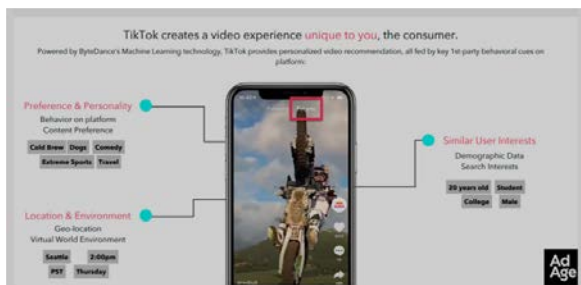


Рис. 10. Блокування в ТікТоці

Пітч-дека TikTok вказує, що механізм рекомендацій TikTok навчається на основі даних, отриманих від користувача, їх взаємодії та пристрою користувача, на основі яких TikTok

може визначити такі речі, як: вподобання користувача щодо контенту, демографічні дані та геолокацію.

ByteDance (сторінка) в ТікТоці діє від імені китайського уряду, наприклад, для поширення пропаганди КПК щодо подій у Сінцзяні [11]. У таємній доповіді дослідників китайських медіа йдеться про те, що ByteDance скористався перевагами КПК і що TikTok активно працював над нейтралізацією репресій уйгурів у Китаї. Вони також підкреслюють, що ByteDance, через TikTok, сприяє поширенню історії про те, що відбувається в Сінцзяні від імені китайського уряду [12].

Вище згадані вчені проаналізували що: 5,6% всіх хештегів, що стосуються придушення уйгурів у Сінцзяні, містять якусь критику проти китайської політики. Крім цього, в доповіді було виявлено, що існує пропагандивна кампанія, яка зосереджена на поширенні повідомлення про те, що «Сінцзян – хороше місце». Дослідники стверджують, що власник TikTok працює разом з декількома агенціями безпеки в Китаї. Співпраця спрямована на підтримку пропаганди КПК на такі чутливі теми – як ситуація в Сінцзяні.

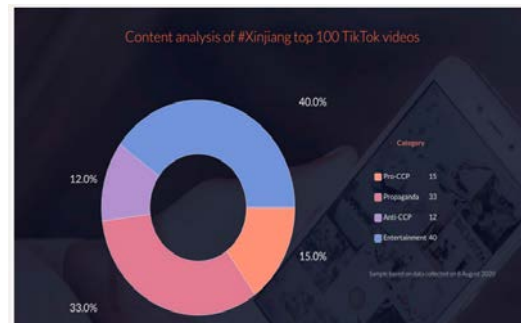


Рис. 11. Аналіз матеріалів про Сінцзян

Контент-аналіз перших ста відео за хештегом #Сінцзян містить будь-яке відео, що заперечує переслідування уйгурів, табори тощо. Пропаганда відео, які в багатьох випадках походять із сестринського додатку TikTok Douyin, що базується в КНР і піддається суворій цензурі, зображає Сінцзян у винятково ідеальному світлі.

Інші політичні теми також нейтралізуються, цензуруються або забороняються через TikTok, але не тільки в Китаї. Наприклад, такі теми, як історичні події, геноцид в Камбоджі в TikTok також піддавалися маніпуляціям. Частина тіншової заборони полягає в тому, що TikTok дозволяє цим повідомленням залишатися на сторінці облікових записів, але блокує можливість розповсюдження кліпу на головний потік TikTok.

Нейтралізація в межах жорсткої влади є одним із способів захисту уряду від погроз і критики. Авторитарна гостра влада прагне бути єдиною владою і підтримувати системи або розповіді, які можуть послабити демократичні вияви суспільства. Застосування нейтралізуючої сили на те, що TikTok видаляє або забороняє контент, можна пояснити тим, що ці уряди вважають вміст чутливим і загрозою для їхнього майбутнього.

TikTok також використовується владою з корисних причин. Додаток відіграв важливу роль, адже люди підтримували зв'язок із родичами під час пандемії COVID-19, а також для інформаційної пропаганди. Важлива інформація про вірус дійшла до багатьох людей через TikTok [10]. Але TikTok також був використаний китайським урядом для поширення

дезінформації про процес захворювання на COVID-19 [1]. Пропаганда Китаю під час спалаху COVID-19 полягала в тому, щоб зберегти інформацію, яка відповідає лише тому, що було сказано китайським урядом.

Висновки. Між китайським урядом та соціальною мережею TikTok існує доволі тісний зв'язок, частково тому, що внутрішні правила вимагають, щоб платформа взяла на себе відповідальність за просування майбутнього країни. До того ж, КНР підтримує розширення цієї соціальної мережі, але підкреслює, що TikTok повинен також і просувати національний інтерес. Однак, Китай заперечує звинувачення у використанні зібраних даних для національних інтересів, натомість стверджує, що США намагаються перешкоджати КНР, щоб на міжнародній арені вона не стала сильнішим гравцем.

Література:

1. Addressing the Threat Posed by TikTok, and Taking Additional Steps To Address the National Emergency With Respect to the Information and Communications Technology and Services Supply Chain. *Federal Register*. 2020. URL: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/FR-2020-08-11/pdf/2020-17699.pdf>
2. Boxiner A., Vaknin E., Volodin A., Barda D., Zaikin R. Tik or Tok? Is TikTok secure enough? *Check Point Research*. 2020. URL: <https://research.checkpoint.com/2020/tik-or-tok-is-tiktok-secure-enough/>
3. China's sharp power through TikTok. A case study of how China can use sharp power through TikTok. URL: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1527742/FULLTEXT01.pdf>
4. Dickinson S. China Cybersecurity: No Place to Hide. *China Law Blog*. 2020. URL: <https://www.chinalawblog.com/2020/10/china-cybersecurity-no-place-tohide.html>
5. Goh B. TikTok Apologises for Temporary Removal of Video on Muslims in China. *Reuters*. 2019. URL: <https://uk.reuters.com/article/ukbytedance-tiktok-xinjiang-idUKKBN1Y2096>
6. Graphika. «Deepfake It Until You Make It». 2023. URL: <https://public-assets.graphika.com/reports/graphika-report-deepfake-it-till-you-make-it.pdf>
7. Han E. An Update on Recent Content and Account Questions. *Newsroom TikTok*. 2019. URL: <https://newsroom.tiktok.com/en-us/an-update-on-recent-content-and-account-questions>
8. Margaret S. COVID-19 Propaganda in China. URL: <https://visualizingthevirus.com/entry/covid-19-propaganda-in-china/>
9. Medcalf R. Australia And China: Understanding the Reality Check. *Australian journal of international affairs*. 2019. № 73(2), P. 109–118.
10. Ostrovsky A. M., Chen J. R. TikTok and Its Role in COVID-19 Information Propagation. *Journal of Adolescent Health*. 2020. № 67(5). P. 730.
11. Perper R. Report claims TikTok parent company ByteDance is working with China's Communist Party to spread propaganda on Xinjiang. *Business Insider*. 29 November. 2019. URL: <https://www.businessinsider.com/tiktok-parent-company-bytedance-spreads-chinese-propaganda-report-2019-11>
12. Ryan F., Fritz A., Impiombato D. TikTok and WeChat: Curating and controlling global information flows. *Policy Brief Report*. 2020. № 37. URL: <https://s3-ap-southeast-2.amazonaws.com/ad-aspi/2020-09/TikTok%20and%20WeChat.pdf?7BNJWaoHImPVE.6KKcBP1JRD5fRnAVTZ>
13. Walker, C., Ludwig, J. Executive Summary. In National Endowment for Democracy. URL: <https://www.ned.org/wp-content/uploads/2017/12/Sharp-Power-Rising-Authoritarian-Influence-Full-Report.pdf>
14. Zhang Z. Infrastructuralization of Tik Tok: Transformation, Power Relationships, and Platformization of Video Entertainment in China. *Media, Culture & Society*. 2020. P. 12–15.

UDC 811.111*25:159.9

DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.8

Aelita LEBEDIEVA

PhD in Philology, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Specialised Translation and Foreign Languages, Kherson National Technical University, panielya@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4747-8530**Natalia KOVALSKA**

PhD in Pedagogy, Associate Professor, Associate Professor at the Department of State Administration and Local Self-Government, Kherson National Technical University, kovalsknm@ukr.net

ORCID: 0000-0002-5758-8373**TRANSLATION PECULIARITIES
OF PSYCHOLOGICAL TERMINOLOGY**

The article focuses on the translation peculiarities of terminological units in the field of psychology, which is an important element of modern English-language scientific discourse. Psychological terminology not only enriches the vocabulary of the English and Ukrainian languages, but also ensures the accuracy and unambiguity of communication in scientific circles. Technological advances emphasise the importance of accurate translation in psychology. The emergence of digital platforms, online therapy, and virtual learning environments has increased the need for standardised terminology to facilitate communication and collaboration across language boundaries. Ukrainian-speaking users of psychological applications, tools and resources developed in English often rely on translated interfaces and content. The ever-evolving psychological terminology poses new challenges for translators, particularly in the process of adapting terms, which is often complicated by cultural and semantic nuances. Errors or inconsistencies in translation can cause distrust among users and hinder the effectiveness of these technologies, which underscores the need for careful translation practices.

Ukrainian and foreign researchers highlight the key features of psychological terminology, emphasising that the specificity of terms as a separate lexical class lies in their creation in the course of scientific and production activities, where they function mainly among those who are familiar with the relevant scientific and production realities.

However, at present, there is an active transition of scientific psychological terms into the general lexicon. Today, the state of psychology as a separate science is characterised not only by its rapid development and growing interest of specialists, but also by its active integration with various fields of activity. The combination with other sciences contributes to the formation and enrichment of universal psychological terminology, and most of the psychological lexical units come from related fields. Thus, at the present stage, the psychological macro-terminology system is one of the most developed and extensive terminological systems in English and Ukrainian.

Key words: terminology, specifics of translation, equivalence of translation, psychology terms.

**Аеліта Лебедєва, Наталя Ковальська. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ПСИХОЛОГІЧНОЇ
ТЕРМІНОЛОГІЇ**

Статтю присвячено особливостям перекладу термінологічних одиниць сфери психології, яка виступає вагомим елементом сучасного англomовного наукового дискурсу. Психологічна термінологія не лише збагачує лексичний запас англійської й української мов, а й забезпечує точність і однозначність комунікації в наукових колах. Технологічний прогрес підкреслює важливість точного перекладу в психології. Поява цифрових платформ, онлайн-терапії та віртуальних навчальних середовищ збільшує потребу в стандартизованій термінології для полегшення комунікації й співпраці через мовні кордони. Україномовні користувачі психологічних додатків, інструментів і ресурсів, розроблених англійською мовою, часто покладаються на перекладені інтерфейси та контент. Психологічна термінологія, яка постійно еволюціонує, висуває нові виклики для перекладачів, зокрема в процесі адаптації термінів, що часто ускладнюється культурними й семантичними нюансами. Помилки або невідповідності в перекладі можуть викликати недовіру користувачів і перешкодити ефективності цих технологій, що підкреслює необхідність ретельних перекладацьких практик.

Українські та зарубіжні дослідники виділяють ключові особливості психологічної термінології, підкреслюючи, що специфіка термінів як окремого лексичного класу полягає у створенні їх під час наукової та виробничої діяльності, де вони функціонують переважно серед тих, хто знайомий із відповідними науковими і виробничими реаліями. Проте, у даний час спостерігається активний перехід наукових психологічних термінів у загальну лексику.

На сьогодні стан психології як окремої науки характеризується не лише її стрімким розвитком та зростаючим інтересом фахівців, але й активною інтеграцією з різними сферами діяльності. Поєднання з іншими науками сприяє формуванню та збагаченню універсальної психологічної термінології, більшість лексики якої походить із суміжних областей. Так, на сучасному етапі психологічна макротерміносистема є однією з найбільш розвинених і об'ємних термінологічних систем в англійській та українській мовах.

Ключові слова: термінологія, специфіка перекладу, еквівалентність перекладу, терміни психології.

Problem statement. The constantly evolving psychological terminology poses new challenges for translators, in particular in the process of adapting terms, which can be complicated by cultural and semantic nuances. Errors or inconsistencies in translation can cause distrust among users and impede the effectiveness of these technologies, which makes the research topic relevant.

Research publications. Researchers both in Ukraine and abroad highlight the key features of psychological terminology, emphasising that the specificity of terms as a separate lexical class lies in their creation in the course of scientific and production activities. Terminological units function mainly among those who are familiar with the relevant scientific and industrial realities. However, recently there has been an active transition of scientific psychological terms into the general vocabulary. Theoretical and practical scientific research on psychological terminology in the context of English-Ukrainian translation is presented in the works of such Ukrainian and foreign linguists as R. Statsiuk, T. Kiiak, O. Selivanova, V. Karaban, I. Kvitko, M.-T. Cabret Castelvi, H. Felber, A. Adelstein, P. Brown and others.

The purpose of the article. The purpose of the article is to study the translation specifics of modern psychology terms into English and Ukrainian.

The main material. To date, the state of psychology as a separate science is characterised not only by its rapid development and growing interest of specialists, but also by its active integration with various fields of activity. Moreover, the combination with such sciences as philosophy, sociology, medicine, etc. contributes to the formation and enrichment of universal psychological terminology. Most of the vocabulary in modern psychological dictionaries comes from related fields. It is also worth noting the insufficient study of the psychological macro-terminology system, despite the fact that it is one of the most developed and extensive terminological systems.

It should be noted that psychological terms are considered to be cognitive constructs that affect the way people perceive and interpret their mental states and the states of other people. This cognitive aspect is closely related to the cultural variation in psychological terminology. Different languages and cultures have unique ways of conceptualising and naming psychological phenomena that reflect different worldviews and value systems. At the same time, it should be borne in mind that a psychological term is defined as a fixed concept in oral and written forms, which is a semantically integral and functionally significant element of the lexical system of a language

within the psychological terminology. They are used to denote psychological concepts, objects, subjects and phenomena [1, p. 32].

Translation, in general, is a complex process that requires a multicomponent approach. The complexity of translation activity lies in the fact that a translator must not only have high professional translation skills and knowledge of the languages he or she works with, but also have a sufficient level of professional knowledge in the relevant field in which the text is translated. Particular difficulties arise when working with highly specialised texts, which usually require much more attention and effort.

T. Kiyak notes that the main requirements for a high-quality sectoral translation are that the text should accurately reflect the content of the original, contain generally accepted terminology in the target language and meet the standards of scientific and technical literature for which the translation is performed [3, p. 45].

V. Karaban, analysing the lexical difficulties of scientific and technical translation, points out that translators face the following difficulties: the ambiguity of words (terms) and the choice of an adequate dictionary equivalent or translation option; the specificity of the use of commonly used vocabulary in professional texts; determining the necessary lexical transformations in translation; translation of neologisms, abbreviations, internationalisms and false friends of the translator [2, p. 316].

The main difficulties of translation are caused not only by the translation of individual terms in the glossary, but also by the transmission of the correct meaning of each phrase, which is not always possible to achieve through literal translation. This requires a certain knowledge of the topic in question. It should be noted that a prerequisite for a high-quality translation, i.e. choosing the right word from among the options that convey the original terms in different meanings, is an adequate understanding of the context, which includes knowledge of real phenomena and their names.

Terminological spelling is a particularly important issue in translation. The translator should take into account the degree of usage of a particular variant in a particular terminology at the moment, which should be confirmed by the latest dictionaries.

It is worth emphasising the translation difficulties that arise from the oversaturation of psychological terminology with internationalisms and borrowed terms that came into Ukrainian from Greek and Latin through English, German and other languages. They complicate the translation process with additional procedures, such as semantic analysis of the source text in which

they are presented; consideration of the linguistic and extralinguistic contexts of the terms' use in it; and the possibility of multiple interpretations in the source and target languages.

With regard to synonymy, the translator needs to distinguish between cases where terms have similar meanings but are not synonymous and cannot be interchanged. For example, *stress* and *pressure* have similar meanings at first glance. Thus, *stress* occupies an appropriate place in the psychological terminology system, as this term means such concepts as 'psychological tension' and 'psychological pressure'. The dictionary notes that *stress* is a state of tension – a set of protective physiological reactions that occur in the body of animals and humans in response to the impact of various adverse factors (stressors) – cold, starvation, mental and physical trauma, radiation, blood loss, infection, etc. [6].

According to the Ukrainian dictionary, *tension* is a mental state caused by experimental conditions for a given person [5].

The English translation of this term is *pressure*, and the English Psychological Dictionary defines it as 'excessive or stressful demands, imaginary or real, placed on a person that make him or her think, feel, or act in a certain way' [8].

It is worth noting that 'psychological tension' could be the national equivalent of 'stress', but the latter term is somewhat broader, and in this case it is important to emphasise that it covers both the concepts of 'tension' and 'pressure', so the term *stress* was translated using transcoding and found its place in the Ukrainian psychological terminology. It follows that in this and similar cases, the translator must understand that he or she cannot translate these terms variably.

Another translation problem is the ambiguity of terms. For example, the term *pressure* in English covers both 'pressure' and 'tension'. In Ukrainian, these words can be considered synonyms in everyday speech, but in the language of terminology, their meanings differ. *Pressure*, unlike *tension*, which is a state of mind, means psychological influence. This makes it difficult for the translator to choose the most accurate translation option and requires reference to the context.

A large number of neologisms is another significant feature of psychological terminology. It is their novelty and incomprehensibility that causes difficulties for translators. Difficulties are already apparent at the first stage of translation, when a specialist has to understand the essence of a new term. At the first stages of use, neologisms are not yet reflected in dictionaries, so the translator can only find out the meaning from the context. In this context, the translator asks him-

self what exactly the words in question mean and how they should be translated. Of course, first of all, he or she looks at the context. In particular, a translator who is close to psychology can guess that the concept is similar to the term *attitude*. According to the glossary, *attitude* is a position taken by a person, which consists in determining the attitude towards the goals and objectives that he or she faces and is expressed in mobilisation readiness for activities aimed at their realisation.

Another peculiarity and complexity of translating a psychological text is the certain metaphorical nature of the terms, which is an important factor in terminology. In the process of terminologisation, there is a primary scientific idealisation of objects, processes, characteristics of the linguistic world picture, which is evidenced in everyday consciousness, and this is how the influence of the linguistic world picture on the national scientific picture is manifested [4, p. 36].

The process of metaphorisation occurs by adding new components to the semantics of commonly used words or terms that change its meaning and direct it to a particular terminology. Usually, language is the words and sounds that we manifest, our body is not able to say something, but not in psychology. In psychology, this concept is explained as non-verbal communication, and by its construction, the term consists of two commonly used words, which makes it a full-fledged term. Such metaphors enrich the respective terminology systems, and their richness is a feature of popular psychological literature, as they make scientific terms more accessible to the reader. At the same time, the metaphorical nature of the terms adds to the complexity of the translator's task, as it is necessary to understand whether to translate it literally or not, the essence of the metaphor should remain unchanged.

The translation of professional texts is also complicated by the authors' use of abbreviations, including terminology. To translate an abbreviation correctly, you need to study the context in detail, because sometimes the same abbreviation in a dictionary can stand for different terms. If an abbreviation is long-established and well-established within a particular terminology, it simplifies the translator's task. However, sometimes abbreviations are neologisms that have not yet had time to gain a foothold in dictionaries.

Analysing the above terms, we can identify another difficulty in the process of translating psychological terms, such as choosing a translation method if there is no appropriate equivalent in the target language.

It should be noted that the terminological system of the Ukrainian language is constantly being updated with new terms in the field of psy-

chology. However, this also leads to new translation challenges. Professional translation of psychological texts is considered one of the most difficult tasks. At the translation stage, the problem of matching an English-language term with the existing system of concepts in national psychology often arises. Ukrainian psychological science, which has its own stable terminology, is not always ready to describe and assimilate new concepts borrowed from foreign sources, especially in scientific publications based on frequently updated data from foreign periodicals.

One of the reasons that complicates the translation of psychological terminology is the humanitarian nature of this science. In the process of translating borrowed terms, additional procedures are often required, such as semantic analysis of the source text, consideration of the linguistic and extralinguistic context of the terms, and the possibility of multiple interpretations of terms in the source and target languages.

In terminology translation, it is important to be aware of the relationship of a particular term to other elements of the terminology system. Reducing or distorting the meaning of a term during translation negatively affects its role in a particular field of knowledge and in the terminological description. Thus, the main requirement for the translation of a term is the accurate transmission of its meaning, taking into account the specifics of the interaction between the terminological systems of the source and target languages.

In the current practice of translating psychological terms from English into Ukrainian, the use of lexical equivalents, as well as transcription and transliteration methods, remains a common method. Adaptive transcoding is increasingly used, which involves practical transcription with the adaptation of a word from the source language to the phonetic and/or grammatical form of the target language. The terminology borrowed by these methods is becoming more and more common and is becoming fixed in the language.

The key to effective interlingual communication is the accuracy of the translation and the completeness of its transmission. To describe the process and adequacy of translation, researchers use the terms 'translation equivalence' and 'translation adequacy'. These categories are the main ones in translation theory. Equivalence and adequacy are the key requirements for translation, the fulfilment of which varies in actual practice depending on many objective and subjective factors.

Translation of scientific and popular science texts in psychology is an informative type of translation. The main stylistic feature of texts in the scientific and popular science genres is the accuracy and clarity of the material, as well as

the high saturation of special terminology inherent in this field of knowledge. In psychological texts, terms are used widely, as they carry the main semantic load. The main requirement for such terms is maximum accuracy of expression, which excludes the possibility of ambiguous interpretations, i.e. the terms must have an unambiguous, clearly defined meaning.

In general, it should be noted that the stylistic diversity of scientific and popular psychological texts is interesting for translation activities and opens up opportunities for applying various translation transformations to achieve an adequate translation. In the process of translation, it is important to accurately convey the terms that are the key units of a specialised text, as this is a prerequisite for the correctness of the translation of the entire text.

To successfully translate a text on psychology, a translator must first familiarise himself or herself with the specifics of this science, as it is extremely difficult to produce a high-quality translation without the relevant knowledge in this field. When working with scientific texts in a particular field, a translator must first of all learn the special terminology and possible methods of translating it using transformations to achieve adequacy of the text. That is why the adequate translation of terms as the main units of a specialised text is a prerequisite for the accuracy of the entire translation.

Regarding the methods of translating psychological terminology, it should be borne in mind that the choice of a particular method may cause difficulties for the translator, as some terms, especially new ones, have no equivalents in the target language. Moreover, the scope of some concepts denoted by the same words may not be the same in different languages.

There are several reasons for errors that occur when translating English-language psychological texts into Ukrainian:

1) the adequacy of the translation largely depends on the knowledge of the topic under discussion. It should also be borne in mind that specialists in specialised areas of psychology may have difficulty translating texts of a wider scientific spectrum;

2) the context does not always allow for a clear understanding of the meaning of the term;

3) high idiomaticity of terms and phrases, as well as specialised meanings of common literary words used as psychological terms, can cause errors, especially in the absence of a psychological dictionary;

4) in the process of translating terms and phrases, some errors are associated with difficulties in determining the semantic relations between components [7].

It should be noted that mistakes can be avoided due to knowledge of the subject matter and a clear context. However, in the absence of well-established English-Ukrainian parallels recorded in dictionaries, the process of translating psychological terms becomes extremely difficult.

Technological advances and the globalisation of knowledge have further highlighted the problems of equivalence in the translation of psychological terminology. As psychological research becomes more and more international, the need for multilingual dissemination of its results is growing. Machine translation tools and automated terminology management systems offer valuable support, but often fail to cope with the complexity of psychological terms. These tools deal with contextual sensitivity, cultural nuances and theoretical differences, highlighting the continued importance of human expertise in this field.

In addition to linguistic and cultural issues, ethical considerations play an important role in the translation of psychological terminology. Inaccurate or incorrect translations can have serious consequences, especially in clinical and therapeutic contexts where misunderstanding of

psychological terms can affect diagnosis, treatment, and patient outcomes. Translators must be cautious about these ethical issues, ensuring that their work promotes clarity, understanding, and respect for the individuals and communities involved.

Conclusions and further research prospects. The translation of psychological terminology is a complex and multifaceted process that involves overcoming linguistic, cultural, theoretical, and ethical challenges. Achieving equivalence requires more than linguistic proficiency; it requires a deep understanding of the conceptual, contextual and functional dimensions of psychological terms. As psychological science continues to evolve and expand its global reach, the study of equivalence in the translation of psychological terminology will remain a critical area of research and practice, contributing to the effective and inclusive communication of psychological knowledge across languages and cultures.

It is promising to conduct further cross-cultural research to better understand the semantic and pragmatic aspects of psychological terms in different languages.

Bibliography:

1. Защепа О. В. Англomовні психологічні терміни та їх переклад. *Іноземна філологія*. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. Вип. 125. С. 32–39.
2. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологія та жанрово-стилістичні проблеми: навч. посіб. Вінниця : Нова книга, 2004. 576 с.
3. Кияк Т. Р. Теорія і практика перекладу: навч. посіб. Вінниця : Нова книга, 2006. 240 с.
4. Кримець О. Термінологізація та детермінологізація як результат взаємовпливу мовної та наукової картин світу. *Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка»*. Серія «Проблеми української термінології». Львів, 2015. № 817. С. 36–40.
5. Психологічний словник / авт.-уклад.: В.В. Синявський, О.П. Сергєєнкова; за ред. Н.А. Побірченко. К. : Наук. Світ, 2007. 274 с.
6. Шапар В. Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Х. : Прапор, 2007. 640 с.
7. Шаранова Ю. В., Цепкало О. В., Кібець О. О. Лексико-семантичні особливості англomовних термінів фахової мови психології (перекладацький аспект). *Академічні студії*. Серія «Гуманітарні науки». Вип. 3. 2021. С. 232–238.
8. APA Dictionary of Physiology. URL: <https://dictionary.apa.org/> (дата звернення: 12.12.2024).

УДК 811.1612

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.9>**Анна МАКСИМОВА**

кандидат наук з державного управління, доцент, Дніпровський державний університет внутрішніх справ

ORCID: 0000-0002-8332-4988

КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ПІДХОДІВ ТА МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ АМЕРИКАНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

Фразеологізми є невід'ємною частиною мовної системи, що відображають культурно-історичний контекст, національну ідентичність і світогляд носіїв мови. Вивчення американських фразеологізмів має особливе значення, оскільки вони формують важливий компонент міжкультурної комунікації у глобалізованому світі. Ця стаття розглядає основні методи та підходи до дослідження американських фразеологізмів, включаючи когнітивно-семантичний аналіз, історичний метод, перекладацький підхід, а також компаративне вивчення. Когнітивно-семантичний аналіз дозволяє виявити, як фразеологізми відображають ментальні моделі та культурні концепти, притаманні американському суспільству. Історичний метод забезпечує розуміння походження і трансформації фразеологізмів у соціальному та культурному контексті. Перекладацький підхід акцентує увагу на специфіці передачі значень американських фразеологізмів іншими мовами, зокрема українською, уникаючи втрати культурної специфіки. Лексикографічний підхід дозволяє визначити існуючі американські фразеологізми, їх впорядкувати і описати, що спрощує процес спілкування, навчання і пошуку відповідника у рідній мові. Соціолінгвістичний підхід дозволяє досягнути взаємозв'язок американської англійської та суспільства і дозволяє виявити культурно-історичний вплив емігрантів, корінного населення на формування американських фразеологізмів, що в цілому обумовило їх унікальність. Компаративне вивчення фокусується на порівнянні американських фразеологізмів із відповідними одиницями інших варіантів англійської мови (наприклад, британської) та мов світу. У дослідженні визначено, що сучасні аспекти вивчення американських фразеологізмів, такі як вплив новітніх технологій і регіональні варіації, залишаються недостатньо дослідженими. Зокрема, значний інтерес становлять питання адаптації фразеологізмів у цифровому середовищі, їхня роль у соціальних мережах і медіа, а також диференціація на основі регіональних діалектів.

Ключові слова: фразеологізми, американський англійський, когнітивна семантика, міжкультурна комунікація, переклад, регіональні варіації.

Anna Maksymova. CONCEPTUALIZATION OF METHODS AND APPROACHES TO THE STUDY OF AMERICAN IDIOMS

Phraseologisms are an integral part of the language system, reflecting the cultural and historical context, national identity and worldview of native speakers. The study of American phraseologisms is of particular importance, since they form an important component of intercultural communication in a globalized world. This article considers the main methods and approaches to the study of American phraseologisms, including cognitive-semantic analysis, historical method, translation approach, as well as comparative study. Cognitive-semantic analysis allows us to identify how phraseologisms reflect mental models and cultural concepts inherent in American society. The historical method provides an understanding of the origin and transformation of phraseologisms in a social and cultural context. The translation approach focuses on the specifics of transmitting the meanings of American phraseologisms in other languages, in particular in the Ukrainian language, avoiding the loss of cultural specificity. The lexicographic approach allows us to identify existing American phraseology, organize and describe them, which simplifies the process of communication, learning and finding a counterpart in the native language. The sociolinguistic approach allows us to achieve the relationship between American English and society and allows us to identify the cultural and historical influence of immigrants and the indigenous population on the formation of American phraseology, which in general determined their uniqueness. Comparative study focuses on comparing American phraseology with corresponding units of other variants of English (for example, British) and languages of the world. The study determined that modern aspects of the study of American phraseology, such as the influence of new technologies and regional variations, remain insufficiently researched. In particular, the issues of adaptation of phraseology in the digital environment, their role in social networks and media, as well as differentiation based on regional dialects will be of considerable interest.

Key words: phraseology, American English, cognitive semantics, intercultural communication, translation, regional variations.

Актуальність проблеми. Актуальність дослідження методів та підходів до вивчення американських фразеологізмів обумовлена кількома важливими аспектами. Фразеологізми тісно пов'язані з культурою, історією та способом життя народу. Вивчення амери-

канських фразеологізмів допомагає глибше зрозуміти американську культуру, менталітет та цінності, оскільки багато хто з них відображає специфічні реалії та традиції США. У разі глобалізації англійська мова, особливо у його американському варіанті, грає ключову

роль міжнародному спілкуванні. Розуміння фразеологізмів сприяє успішній взаємодії у міжкультурному середовищі, запобігає непорозумінням та сприяє ефективній комунікації. Фразеологізми часто використовуються в літературі, ЗМІ, кіно та повсякденному мовленні. Їхнє знання необхідне для тих, хто вивчає англійську мову, щоб не тільки розуміти мову носіїв мови, а й вільно висловлювати свої думки. Фразеологізми є унікальними мовними явищами, які містять метафоричні, символічні та ідіоматичні сенси. Їх аналіз дозволяє виявити закономірності у розвитку мови, особливості функціонування метафор та стійких виразів. Розуміння методів та підходів до вивчення фразеологізмів може покращити методику викладання англійської мови. Це допомагає студентам швидше освоїти ідіоматичні вирази та почуватися впевненіше у спілкуванні мовою. Отже, вивчення американських фразеологізмів має як теоретичну, і прикладну цінність, сприяючи розвитку лінгвістики, міжкультурної комунікації та освітніх практик.

Невирішені проблеми та питання. Дослідження американських фразеологізмів привернуло увагу багатьох учених з усього світу, включаючи українських та зарубіжних дослідників. Ось деякі з них, а також важливі аспекти, які ще не були достатньо вивчені.

Вивченням американських фразеологізмів займалися українські дослідники Г. Бакланова (метафоричні структури американських фразеологізмів), С. Кузнєцова (аналіз американських фразеологізмів у контексті їхньої перекладності), А. Максимова (історія становлення і функціонування американських фразеологізмів) [8, 11], Ю. Примаченко (дослідження фразеологічних одиниць в американському варіанті англійської мови).

Зарубіжні вчені також досліджували американські фразеологізми К. Хенді (у ЗМІ), Джеймс С. Хікс (історична еволюція американських фразеологізмів), Р. Брайант (лексико-семантичний аналіз фразеологізмів).

Недослідженими залишаються вплив сучасних технологій на американські фразеологізми, зокрема, з розвитком Інтернету, соціальних мереж та цифрових технологій з'являються нові фразеологізми та метафори. Ця тема вимагає глибшого дослідження, щоб зрозуміти, як нові технологічні реалії змінюють традиційні фразеологізми.

Таким чином, незважаючи на значний внесок вчених, залишаються декілька областей, які потребують глибшої розробки, особливо з урахуванням сучасних соціокультурних та технологічних змін.

Мета статті. Мета вивчення підходів та методів дослідження американських фразеологізмів полягає у визначенні специфіки їхнього формування, функціонування та вживання у мовленні, а також у систематизації лінгвістичних підходів до їх аналізу з урахуванням культурно-історичних, соціальних та семантичних аспектів.

Наукова новизна даної роботи полягає у систематизації підходів, визначенню ролі культурного аспекту, інтеграції методів, аналізу трансформацій. Вперше проведено комплексний аналіз сучасних підходів до дослідження американських фразеологізмів, зокрема в контексті когнітивної лінгвістики, дискурсивного аналізу та корпусних методів. Виокремлено культурно-специфічні риси американських фразеологізмів, що відображають соціокультурну ідентичність американців, їхні традиції, історію та менталітет. Запропоновано інноваційну методику аналізу американських фразеологізмів на основі синтезу когнітивних, семантичних та статистичних методів. Досліджено сучасні зміни у фразеологізмах під впливом глобалізації та нових медіа, що не були достатньо висвітлені в попередніх роботах.

Методологія. Вивчення фразеологізмів у рамках когнітивної лінгвістики для виявлення зв'язку між мовою та мисленням, а також концептуальних метафор, які лежать в основі фразеологізмів. Використання корпусів американської англійської мови для збору, аналізу частотності та варіативності фразеологізмів у різних дискурсивних контекстах. Аналіз використання фразеологізмів у письмовому та усному мовленні, зокрема в медіа, художніх текстах та повсякденному спілкуванні. Порівняння американських фразеологізмів з фразеологізмами британського варіанту англійської мови для виявлення унікальних рис та відмінностей. Дослідження впливу історичних та культурних подій на формування фразеологізмів. Застосування кількісних методів для визначення найбільш уживаних фразеологізмів та їх семантичної структури. Таке дослідження сприятиме кращому розумінню фразеологічної системи американської англійської мови, її розвитку та ролі у відображенні культурних цінностей і світогляду.

Виклад основного матеріалу. При вивченні американських фразеологізмів найдоцільніше використовувати історико-лінгвістичний, когнітивний, соціолінгвістичний, порівняльно-типологічний, лексикографічний, дискурс-аналіз, корпусну лінгвістику, культурологічні підходи для розуміння всіх

процесів, що відбуваються в американській англійській.

Історико-лінгвістичний підхід у вивченні американських фразеологізмів ґрунтується на вивченні соціальних, культурних, економічних та політичних явищ. Метою історико-лінгвістичного методу є наукове дослідження джерел та стан еволюції американських фразеологізмів. Основним методом вивчення американських фразеологізмів є вивчення письмових джерел, починаючи з колоніального періоду з 17 століття по сьогоднішній день. Здійснення аналізу запозичень з інших мов, зокрема, нідерландської, французької, іспанської, німецької, а також мов корінних народів Північної Америки. Проведення хронологічної класифікації фразеологізмів за їх походженням (британські корені, неологізми, американізми).

При вивченні американських фразеологізмів доцільно виділити колоніальний період XVII–XVIII, епоху формування американської ідентичності (XIX століття), індустріалізація і урбанізація (XX століття), сучасність (XXI століття). Основними джерелами аналізу американських фразеологізмів у колоніальний період слугували щоденники, листи та література перших поселенців (наприклад, *Diary of Samuel Sewall*); релігійні тексти, зокрема, проповіді пуритан, перші газети (наприклад, *The Boston News-Letter*), які відображали специфічну лексику притаманну для XVII–XVIII [6, р. 121].

Фразеологізм *«pull up stakes»* пов'язаний з життям переселенців, які переносили свої домівки витягуючи кілки з землі.

У XIX столітті американська англійська почала набувати рис відмінних від британської. Західна експансія, громадянська війна, промислова революція впливали на формування американських фразеологізмів того часу. Основними джерелами їх вивчення у XIX столітті політичні промови Авраама Лінкольна, літературні твори, зокрема, Марк Твена, популярні газети та брошури.

Одним з прикладів американського фразеологізмів XIX століття є *«hit the trail»*, який в принципі розкриває сутність та стиль життя тогочасних американців, означає почати подорож з метою опанування нових територій.

Під час індустріалізації та урбанізації у XX столітті формування сучасної американської фразеології відбувалося завдяки технічному прогресу, міграції та культурним змінам.

Основними джерелами американських фразеологізмів є соціальні медіа, як меми сленгові вирази, серіали, фільми, виступи відомих політиків, діячів.

США – це особлива держава, яка виділяється боротьбою за незалежність, освоєння Дикого Заходу, Велика депресія, рух за права вплинули на американське словотворення та появу американських фразеологізмів. Американські фразеологізми відображають колорит американського народу та культурні особливості.

Напопулярнішим американським фразеологізмом у світі став *«the American dream»*, що висловлює можливість досягнення успіху через наполегливу працю.

Когнітивний підхід дозволяє вивчити способи мислення та образності американського народу, що створюють у цілому американський фразеологічний фонд.

Основними методами когнітивного підходу є вивчення і аналіз концептів, що лежать в основі фразеологізмів, дослідження ролі та місця метафор, метонімії, гіпербол у процесі створення американських фразеологізмів.

Когнітивний підхід у вивченні американських фразеологізмів заснований на співвіднесенні та розумінні мови, що відображає стиль мислення, особливості культури та світогляду її носіїв [7, с. 35].

Популярною метафорою є *«hit the road»*, що відображає американський дух свободи щодо пересування та схильність до мобільності.

Американські фразеологізми створюють образи, що сприяють розумінню абстрактних речей через конкретні речі. Американські фразеологізми формують образи, які допомагають осягнути абстрактні поняття через конкретні речі.

Гарним прикладом є американський фразеологізм *«spill the beans»* розкрити секрет, зокрема розсіпання бобів пов'язується з розголошенням прихованої інформації.

Американські фразеологізми, окрім забарвлення мови, водночас відображають сутність американського народу, передають його історичний та соціокультурний досвід. Відомий вираз *«the ball is in your court»* (тепер ваша черга) розкриває зв'язок спорту і мови, оскільки запозичений з тенісу та ввійшло в сферу спілкування США.

Підсумовуючи, когнітивний підхід у вивченні американських фразеологізмів допомагає осягнути механізми їх формування та функціонування і виявити зв'язки із культурою, традиціями, мисленням та історичним досвідом. Цей підхід допомагає зрозуміти особливості фразеологізмів в американській англійській і їх використання у міжкультурній комунікації.

Інший підходом є соціолінгвістичний підхід, що розкриває американські фразеологізми через призму культури, політики, релігії.

Метою даного методу є вивчення та аналіз соціальних чинників, що впливають на формування та сферу вживання американських фразеологізмів.

Основними методами у вивченні впливу соціального середовища на мову є проведення аналізу текстів у різних соціальних групах, акцентуючи увагу на діалекти та жаргони. Вивчення та аналіз змін у використанні американських фразеологізмів залежно від місця, часу та соціального середовища.

Соціолінгвістичний підхід у напрямі вивчення та аналізу американських фразеологізмів досліджує мовні одиниці у соціокультурному контексті, їх історію появи і функціонування, а також існуючі соціальні варіації. Даний підхід допомагає розкрити взаємозв'язок соціуму та мовних трансформацій в американській англійській.

Також соціолінгвістичний підхід допомагає дослідити мінливість американських фразеологізмів в залежності від соціальних груп, мовної політики, етнічного складу, великих міст до дрібних селищ.

Основними методами дослідження соціолінгвістичних змін є вивчення письмових та усних джерел (художні твори, кінофільми, телепередачі, шортси), проведення опитувань американців в різних штатах та різних соціальних верств, а порівняння частоти використання американських фразеологізмів та значень, в яких вони застосовуються.

Зокрема, американський фразеологізм «hit the nail on the head» є розповсюдженим по всій території США та означає потрапити в точку, а інший фразеологізм «fixing» поширений на півдні країни у значенні планувати або готуватися щось зробити.

Соціолінгвістичний підхід дозволяє досягнути взаємозв'язок американської англійської та суспільства і дозволяє виявити культурно-історичний вплив емігрантів, корінного населення на формування американських фразеологізмів, що в цілому обумовило їх унікальність.

Іншим важливим підходом, який дозволяє оцінити місце американської англійської серед інших варіантів англійської мови та зіставити з іншими мовами дозволяє використання порівняльно-типологічного підходу. Відповідно до даного підходу є вивчення загальних та відмінних рис, що обумовлені різними культурними цінностями, іншим історичним розвитком та своєрідними процесами розвитку і становлення мови.

Метою даного методу є можна порівнювати американські фразеологічні одиниці з британськими, українськими тощо.

Методами порівняльно-типологічного підходу є: визначення загального і відмінного у структурі мови, семантиці та прагматиці, пошук міжмовних запозичень та їх аналіз, встановлення калькування і визначення його специфіки; виявлення спільних і відмінних рис у структурі, семантиці та прагматиці; аналіз міжмовних запозичень і калькування.

Основні аспекти порівняльно-типологічного підходу:

1. Загальні риси американських фразеологізмів, які притаманні і іншим мовам, у тому числі й українській:

Переважна більшість фразеологізмів містить універсальні цінності, мудрості, настанови щодо життя, роботи, грошей, моральних якостей людини, людського досвіду, що знайшли своє відображення у мовах світу. Більшість фразеологізмів мають базові універсальні ідеї, зокрема, життєвої мудрості, людського досвіду. Як приклад, американський фразеологізм «time flies» має свій відповідник в українській мові та означає час летить.

Основними методами порівняльно-типологічного методу є: проведення порівняння корпусів фразеологізмів американської англійської (наприклад, Corpus of Contemporary American English) з іншими мовами, семантичного аналізу для пошуку подібних концептів, а також збір, узагальнення перекладів фільмів, серіалів, шоу, літературних творів для вивчення адаптації фразеологізмів.

Прикладами американських фразеологізмів:

1. *To spill the beans* означає «видати секрет, таємницю» (еквівалент).

2. *To add fuel to the fire* – «підливати масла у вогонь» (еквівалент).

3. *To hit the road* – «вирушати в дорогу» (аналог).

Застосування порівняльно-типологічного підходу дозволяє виявити та краще зрозуміти як спільні так і особливі риси американських фразеологізмів. Розуміння цих явищ полегшить роботу перекладачам, спростить роботу у вивченні англійської мови та й спростить міжкультурну комунікацію.

Лексикографічний підхід полягає в узагальненні, систематизації, внесенні та фіксації у словнику, а також у практичному використанні. Цей підхід акцентує увагу на аналізі структур, вивченні значення і контексту фразеологічних одиниць.

Метою лексикографічного підходу є узагальнення і систематизація фразеологічних одиниць.

Основними методами лексикографічного підходу: використання англомовних фразео-

логічних словників, таких як The American Heritage Dictionary of Idioms, Oxford Dictionary of English Idioms, а також формування власного реєстру і корпусів американських фразеологізмів.

Лексикографічний підхід американських фразеологізмів полягає в систематизації та класифікації, фіксації в словниках, контекстуальному аналізі, практичному застосуванні.

1. Систематизація та класифікація американських фразеологізмів полягає у їх виявленні в американській англійській та аналізі, а також їх вивчення у межах всієї загальної системи мови і розподілу за семантичними групами.

2. Розробка і укладання спеціальних словників, у яких виявляється фіксація американських фразеологізмів в словниках. Прикладами таких словників є: The American Heritage Dictionary of Idioms, Oxford Dictionary of English Idioms.

У словниках надається інформація щодо значень, етимології, сфер і варіантів використання американських фразеологізмів.

3. Контекстуальний аналіз виявляється у дослідженні та вивченні американських фразеологічних одиниць у художніх, публіцистичних, технічних текстах тощо, а також виявлення стилістичних функцій американських фразеологізмів у цих текстах.

4. Практичне застосування американських фразеологізмів полягає у їх включенні до підручників, навчальних посібників, монографій з філології. Тлумачення значення американських фразеологізмів у двомовних словниках для представників інших мов.

5. Етимологічний аспект реалізується шляхом вивчення американських фразеологічних одиниць з історичних документів та культурних джерел (як приклад, «*riding shotgun*» сидіти і їздити на передньому сидінні як охоронець. Цей фразеологізм за походженням з Дикого Заходу). Для розуміння сутності і походження американських фразеологізмів та з метою складання двомовних словників доцільно зіставляти, тлумачити відповідно до знань, словникового запасу двох мов [12, с. 123].

Лексикографічний підхід дозволяє визначити існуючі американські фразеологізми, їх впорядкувати і описати, що спрощує процес спілкування, навчання і пошуку відповідника у рідній мові.

Дискурс-аналіз – це підхід, який базується у вивченні американських фразеологічних одиниць в існуючих комунікативних ситуаціях.

Цей підхід вивчає, як фразеологізми функціонують у різних типах дискурсу (розмовному, медійному, політичному, художньому

тощо) і яку роль вони відіграють у створенні смислу, вираженні ідентичності, переконанні чи маніпуляції.

Метою дискурс аналізу є вивчення функціонування американських фразеологізмів у різних типах текстів, зокрема, публіцистиці, художній літературі, соціальних медіа, рекламі.

Основними методами дискурс-аналізу є: пошук і виявлення прагматичних функцій, зокрема, гумору, іронії, підсилення думки тощо, тлумачення культурних і соціальних підтекстів.

Дискурс-аналіз вивчається шляхом аналізу корпусів текстів, вивчення і аналіз дискурсних практик, зіставлення використання фразеологізмів.

Основними аспектами дискурс-аналізу є контекстуальність, прагматичні функції, жанрова специфіка, ідентичність і соціальні групи, динаміка змін тощо.

Дискурс-аналіз дозволяє зрозуміти роль фразеологізмів у побудові комунікації, соціальних відносин та ідентичності. Він підкреслює зв'язок мови з культурою та соціальною реальністю.

Корпусна лінгвістика у вивченні американських фразеологізмів передбачає аналіз їхнього вживання, структури, значення і варіативності на основі великих масивів текстів (корпусів). Цей підхід дає змогу досліджувати фразеологізми в реальних мовленнєвих і текстових контекстах, спираючись на емпіричні дані.

Основними аспектами корпусної лінгвістики у дослідженні фразеологізмів є частотність, контекстуальність, варіативність, діахронічний аналіз, міжмовні зіставлення.

Корпусна лінгвістика забезпечує глибоке емпіричне розуміння американських фразеологізмів, їхньої функціональності та змін. Цей підхід особливо корисний для створення словників, навчальних посібників та перекладознавства.

Культурологічний підхід до вивчення американських фразеологізмів передбачає дослідження їхнього зв'язку з культурними, історичними, соціальними та етнографічними аспектами американського суспільства. Фразеологізми відображають світогляд, ментальність і цінності нації, тому їх аналіз з позицій культурології дозволяє зрозуміти, як вони формувалися під впливом історичних подій і традицій.

Основними аспектами культурологічного підходу є історико-культурна детермінація, етнографічна складова, соціальні ідеї та цінності, культурні символи та архетипи, відо-

браження гумору і сатири, мова ЗМІ та масової культури [12, с. 57].

Культурологічний підхід дозволяє розкрити зв'язок фразеологізмів із національною історією, менталітетом і соціальними процесами. Він сприяє глибшому розумінню американської культури та її впливу на мову.

Отже, комбінація цих підходів дозволяє реконструювати історію американської фразеології, визначити механізми її розвитку, виявити зв'язок між мовою, культурою та мисленням.

Висновки. Таке дослідження сприятиме не лише розширенню знань про фразеологічну систему американської англійської мови, але й збагаченню міжкультурної комунікації та підвищенню ефективності навчання англійської мови.

Концептуалізація підходів до дослідження американських фразеологізмів дозволяє ство-

рити цілісне уявлення про їхню специфіку як мовного явища, що поєднує семантичні, когнітивні та соціокультурні аспекти.

Використання когнітивного, корпусного, дискурсивного та порівняльного підходів дає змогу досліджувати фразеологізми як динамічний феномен, що змінюється під впливом мовних та соціокультурних факторів.

Американські фразеологізми відображають культурно-історичний досвід суспільства, національний менталітет, а також сучасні зміни, спричинені глобалізацією та технологічним розвитком. Результати дослідження можуть бути використані у викладанні англійської мови як іноземної, у перекладознавстві та культурології, а також для створення словників та інших лексикографічних ресурсів. Перспективи подальших наукових досліджень є вивчення впливу глобальних процесів на трансформацію фразеологізмів та появу нових стійких виразів.

Література:

1. Максимова А. Лінгвальні параметри функціонування американської англійської мови та їх реалізація у XXI столітті. *Studia Methodologica*. 2024. № 57. с. 128–137.
2. Максимова А. Особливості словотворення неологізмів у британській пресі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2023. № 60. Том 1. с. 81–84.
3. Максимова А. Я. Процеси глобалізації та завдання англійської фразеології. *Слобожанський науковий вісник. Серія: Філологія*. 2023. №4. Видавничий дім "Гельветика" Суми, с. 28–31.
4. Подп'ятнікова А. Я. Мотиваційний механізм державного регулювання розвитку транзитного потенціалу. *Державне управління та місцеве самоврядування: зб. наук. праць*. 2014. № 4 (23). Дніпропетровськ, ДРІДУ НАДУ. С. 120–129.
5. Подп'ятнікова А. Я. Особливості розвитку демократичного транзиту в Україні. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Державне управління*. К. : Видавничий дім «Гельветика». 2019. Т. 30 (69). № 5. с. 7–14.
6. Vaughn A. C., Cable T. A History of the English Language. fifth edition. Routledge: Taylor & Francis Group. 459 p.
7. Croft W., Cruse D. Cognitive Linguistics: An Introduction. Cambridge University Press, New York. 2004. 374 p.
8. Kapral I., Usova I., Maksymova A., Yefymenko T., Boyko S. Peculiarities of Advertising Information Representation in the English-Language Mass Media Discourse. *World Journal of English Language*. Sciedu Press, vol. 13(4), p. 1–37.
9. Maksymova A. Phraseologisms of American English in the world's language space. *Scientific journal of Polonia University periodyk naukowy akademii Polonijnej*. 2023. № 61 (6). pp 76–81 [Index Copernicus, WorldCat].
10. Maksymova A. The development of American English: a retrospective analysis *Scientific journal of Polonia University periodyk naukowy akademii Polonijnej*. 2023. № 62 (1). pp 74–79.
11. Myronova N., Maksymova A., Senchylo-Tatlilioglu N., Kostyuchok P., Nastenka S. Linguistic divergence in the context of globalization: an analysis of linguistic changes and its impact on cultural identity. *Ad Alta Journal of interdisciplinary research*. 2024. Vol.14, issue 1, special issue XLII. pp. 129–134.
12. Wolfram W., Schilling-Estes N. American English: Dialects and Variation. (Language in Society, 25). 2nd ed. Malden, MA: Blackwell, 2006. 452 p.

УДК 811.161.2 -31:81'42

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.10>**Тетяна НАУМОВА**

кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української мови та слов'янської філології, Приазовський державний технічний університет

ORCID: 0000-0001-7161-004X

«ОТРУТА, ЩО ЧОРНИМИ ВЕРВЕЧКАМИ ВИСОТУВАЛАСЯ З БЕЗЛІЧІ ДИМАРІВ» (МОВНО-СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ НАГНІТАННЯ СТРАХУ В РОМАНІ ЮРІЯ ДАЦЕНКА «ПАСТКА ДЛЯ РІЗНИКА»)

У статті розглянуто основні мовно-стилістичні засоби творення й нагнітання емоційного стану страху в романі Ю. Даценка «Пастка для різника». Мета дослідження – виявити стилістичні особливості реалізації емоційного стану страху у художніх творах жанру горор. У статті на матеріалі роману Юрія Даценка «Пастка для різника» розглядаються стилістичні прийоми, використовувані автором для створення емоційного напруження в тексті твору. Крім цього, аналізуються особливості стилістичних засобів для нагнітання атмосфери страху та інших негативних емоцій. Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що й сьогодні література в жанрі горор не втрачає своєї популярності, більше того, багато творів даного жанру знаходять своє втілення на екрані. Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в результаті аналізу було виявлено ряд стилістичних прийомів, що застосовуються для створення напруженої психологічної атмосфери в романі Юрія Даценка «Пастка для різника». Під час роботи над статтею були використано методи суцільної вибірки та контекстуального аналізу. Було проаналізовано мовно-стилістичні засоби зображення таких емоційно-психологічних станів як втеча та страх, тягар спогадів, відсторонення, внутрішня темрява, життєвий ритм, полювання на живу істоту як сенс існування тощо. У результаті доведено, що стилістичні прийоми, які використовуються автором протягом усього сюжету, сприяють нагнітання атмосфери страху та емоційного напруження пристрастей.

Ключові слова: мовно-стилістичні засоби, експресивні, образотвірні засоби, Юрій Даценко, горор, стилістика тексту.

Tetyana Naumova. "THE POISON, BLACK LINES RISING FROM MANY CHIMNEYS" (MOVEMENT-STYLISTIC WAYS OF INCITING FEAR IN YU. DATSENKO'S NOVEL "TRAP FOR THE RIPPER")

The article examines the most important linguistic and stylistic techniques used to create and evoke emotional danger in the novel by Yu. Datsenko «Trap for the ripper». The aim of the work is to identify the stylistic features of the implementation of the emotional state of fear in works of the horror genre. The article is based on the novel by Yuri Datsenko «Trap for the ripper» and examines the stylistic techniques used by the author to create emotional tension in the text of the work. In addition, the ability of stylistic techniques to arouse fear and other negative emotions is analyzed. The relevance of the research topic lies in the fact that the literature of the «horror» genre has not lost its popularity even in modern conditions and many of these genres are released on screens. The scientific novelty of the study lies in the fact that the analysis revealed several stylistic techniques for creating a tense psychological atmosphere in the novel by Yuri Datsenko «Trap for the ripper». During the work related to this article, we used continuous sampling and contextual analysis. In the aspect of contrastive comparison, the author analyzes the linguistic and stylistic means of depicting such emotional and psychological states as escape and fear, the burden of memories, alienation, inner darkness, life rhythm, and the hunt for a living being as the meaning of existence. This indicates that the stylistic techniques used by the author in the plot contribute to the creation of an attractive atmosphere of fear and emotional tension.

Key words: linguistic and stylistic techniques, expression, visual techniques, Yuriy Datsenko, horrors, text stylistics.

Постановка проблеми. Основний принцип літератури жанру горор полягає в тому, щоб зацікавити читача і вразити його. Юрій Даценко втілює цей принцип у своєму романі, підтримуючи динамічність розповіді, і цим не дає читачеві послабити свою увагу до кінця сюжету. Автор не лише досягає своєї основної мети – справити враження на читача, але також створює образний сюжет з глибоким змістом, торкається психологічних мотивів поведінки своїх героїв і досліджує їх внутрішній світ.

Застосування лексико-стилістичних засобів є одним з найбільш важливих та поширених тактик у художній літературі жанру горор, саме мовні засоби допомагають читачеві домальовувати авторську картину у своїй уяві, поринати у світ ілюзій та фантазій. Використання з цією метою відповідних лексико-стилістичних засобів – одна з ефективних тактик реалізації основної стратегії при передачі сенсу та авторського задуму.

Для нас цікавим було з'ясувати, якими саме мовними засобами користується автор для досягнення своєї мети – нагнітання атмосфери страху та інших негативних емоцій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці страху присвячено роботу як українських, так і закордонних літературознавців, серед яких М. Бьонемарк, Д. Д. Джонсон, С. Т. Джоші, Ю. Івате, К. Левін, О. В. Матвієнко, С. Монк, Е. Мюррей, Н. Т. Пахсарьян, І. Шен, М. Уер. Значний інтерес до цього питання виявляли також лінгвісти Дж. Доув, Д. Лодж, М. Стернберг тощо. Однак і досі залишається відкритим питання про сутність феномену «саспенс» (очікування, напруження, тривога) та його природу – чи є він більшого лінгвістичним (М. Тулан, Дж. Томсон) або психологічним (Р. Герріг, Дж. Паблос).

У літературознавчих дослідженнях розглядаються особливі риси жанру літератури жахів, його типові сюжетні схеми та підходи до формування художньої картини світу. Наприклад, у своїй роботі «Жанрові особливості літератури жахів» [7] А. Трофименко розкриває типологію персонажів, організацію просторово-часової структури та емоційний вплив на читача як ключові принципи класифікації цього гатунку художньої літератури.

Дисертація Олени Божко «Лінгвальна репрезентація атмосфери саспенсу в англійських художніх творах жанру горор: семантико-когнітивний аспект» [1] аналізує семантико-когнітивні характеристики мовного представлення атмосфери напруження та страху в англійській літературі. У дослідженні представлено аналіз вербальних засобів створення напруги, моделювання концептуальної системи жаху, а також виявлення схованих значень, які лежать в основі створення концептуального простору тривоги, напруженого очікування, жаху тощо.

У роботі «Текстова репрезентація атмосфери саспенс у романі Сьюзен Гілл «Туман у дзеркалі»» О. Марчак [5] виокремлює застосування спеціальних засобів вербалізації, за допомогою яких автор передає атмосферу напруження і страху, щоб заволодіти увагою читача. До них належать опис причини виникнення жаху, сигналізація про небезпеку та акцентуація на незрозумілості та невідомості.

З точки зору перекладознавства, А. Гудманян і А. Іванова [3] досліджують особливості жанру літератури жахів, акцентуючи увагу на головних принципах її перекладу, зокрема на створенні ефекту страху та напруженого очікування, що є основою жанрової специфіки,

спрямованої на відтворення атмосфери тривоги, емоційного напруження, які формують ключові аспекти сприйняття читачем літературного твору цього напрямку.

Практичне значення пропонованої розвідки полягає в можливості використання цих матеріалів у розробці курсів з лінгвістичної підготовки спеціальних курсів з художнього редагування, створенні навчальних матеріалів для студентів, а також для вдосконалення методів аналізу художніх текстів.

Мета пропонованого дослідження полягає у виявленні стилістичних особливостей реалізації емоційного стану страху в художніх творах жанру горор. У статті на матеріалі роману Ю. Даценка «Пастка для різника» [4] розглядаються стилістичні прийоми, що використовуються даним автором для створення емоційної напруги в тексті твору. Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в результаті аналізу було виявлено низку мовно-стилістичних прийомів, які застосовуються для створення напруженої психологічної атмосфери у романі Юрія Даценка. У результаті доведено, що стилістичні прийоми, які використовуються автором протягом усього сюжету, сприяють нагнітання атмосфери страху та емоційного напруження пристрастей.

Виклад основного матеріалу. Жанр літератури жахів, як і інші популярні жанри, має свої особливості, що відрізняють його від інших літературних напрямів. У його основі лежить прагнення вселити в читача почуття жаху, яке може бути досягнуто найрізноманітнішими способами. Це і несподівані повороти сюжету, і загальна похмура атмосфера твору, і зображення психологічних розладів або фізичних травм тощо. У літературі жахів, як і в багатьох інших жанрах, автори представляють читачам сцени конфлікту між добром і злом. Однак якщо в інших жанрах цей конфлікт може бути представлений доволі неоднозначно, то в літературі жахів він, як правило, чітко окреслений, а інколи навіть перебільшений. У літературі жахів часто присутній абсолютний негативний герой (антигерой), наприклад, божевільний або істота з іншого світу, і позитивні персонажі, які борються з ним. Крім того, однією з найважливіших характеристик жанру жахів є використання лексики, що має на меті викликати в читача страх, емоційне напруження та відчуття тривожного очікування. Цей ефект досягається завдяки використанню лексики з негативною конотацією, відповідних оцінних лексем, голосового наслідування та повторів, що викликають відчуття тривоги.

Юрій Даценко, сучасний український письменник, вийшов на літературну сцену у 2019 році з дебютним романом «Пастка для різника», який, певною мірою, належить до жанру горору з елементами психологічного трилера. Попри свою популярність серед читачів, цей жанр не дуже поширений в українській літературі.

Події роману відбуваються наприкінці XIX століття в Проскуріві (нині Хмельницький). Перед читачем постає детективна історія, яку автор майстерно наповнює елементами таємничості, жаху та стилістично виразними мовними засобами. Ми читаємо загадкові історії самого Проскурова (автор ретельно опрацював важливі архівні матеріали). У романі йдеться про різні загадкові вбивства дівчат, які змушені неетично заробляти на життя, і про хірурга Якова Ровнера, якому доводиться розслідувати ці злочини й паралельно лікувати пацієнтів.

Насамперед варто звернути увагу на структуру тексту роману «Пастка для різника». Для створення емоційно-психологічного контрасту автор використовує курсивний друк, який одразу ніби перекидає читача з однієї реальності в спотворену реальність антигероя – Різника. За допомогою цього прийому демонструється внутрішній світ і відображається уявний монолог маніяка-злочинця, за яким слідкує читач протягом усього роману. Стан Різника можна описати як складний комплекс емоцій, що поєднує в собі страх, розгубленість, біль, а також темні імпульси, які здаються самому герою порятунком, втечею від реальності, яку він не здатен та й не хоче прийняти. Емоційні реєстри втечі та страху головного антигероя змальовано в тексті нанизуванням і протиставленням дієслів: *Він їхав світ за очі. Чи, краще, не брехати самому собі й зізнатися, що не їхав – тікав.* Фразеологізм *тікав світ за очі* передає хаотичний, безцільний рух, що є радше емоційним, ніж фізичним. Герой не просто їде, а намагається втекти від свого минулого, від себе, від спогадів. Так, герой тікав, відчуваючи загрозу, яка переслідує його навіть на рівні уяви: *Десь далеко за видноколом причаїлася незрозуміла загроза, що жалючими батогами переїхала змилених коней його втечі.* Широка метафора *загроза жалючими батогами змилених коней його втечі* в тексті сприймається як щось живе й агресивне, що штовхає героя вперед, змушуючи його бігти, навіть коли сили закінчуються – він мов загнаний звір, а коні його втечі біжать, керовані страхом. Це уособлення страху й переслідування створюється автором через використання таких експресем

як *жалючі* – Який має властивість жалити. *перен.* Дошкульний, різкий; *переїхати* – від ПЕРІЩИТИ, сильно бити, сікти, шмагати [6].

Минуле постійно переслідує героя у вигляді тягаря болісних спогадів, реалізованих в тексті стилістично навантаженими прикметниками, дієприкметниками та дієсловами: *Спогади назавжди лишаються з ним. Пошматовані, уривчасті, з вихопленими миттєвостями, що застрягли в мозку.*

Ю. Даценко ретельно вимальовує психологічний злам свого героя через образ матері, яка в його спогадах перебуває в стані емоційної апатії, що лише посилює його власне почуття ізольованості та несприйняття світу: *Мама по-довгу плакала й заціпеніло сиділа біля заляпаного вікна, об яке постійно переїхав дощ.* Внутрішній світ матері так само забруднений, затьмарений і похмурий – *заляпаній*, як і зовнішнє середовище, а вікно символізує бар'єр між світом і її відчуженим станом, вона відчуває безсилля і тисне своїм тілом до стіни, ніби шукаючи в ній опору чи порятунку. *Стіна* в цьому контексті – символ внутрішньої замкненості та ізоляції. Емоційні реакції жінки коливаються між любов'ю, сварками та байдужістю, що неодмінно залишить відбиток на дитячій психіці: *Вона наче відсторонювалась від усього, завмираючи біля брудної стіни, втискаючись у неї лобом.* У такі миті вона *не реагувала на його згорьований плач, не чула криків, не відчувала нічого.* Вона *сварилася, тієї самої миті обціловуючи його мокре личко.* Калейдоскоп дій, виражений дієсловами *відсторонювалась, завмирала, втискалась, не реагувала, не чула, не відчувала, плакала, сиділа, сварилася, обціловувала* особливо виразно сприймається на тлі постійної, за спостереженнями самого різника, характеристики-якості його дитячого існування: *постійно переїхав дощ.* Автор намагається певною мірою пом'якшити дитячий образ свого героя, тому й використовує зменшено-пестливу лексему *личко*, увиразнюючи її дієсловом *обціловувати*. Порівняння маминої любові з вогником, який може горіти або згаснути – кульмінація зламу психічного стану, усвідомлення початку перетворення: *Мамина любов почала згасати.* Почуття матері до дитини зникають, як вогонь, що поступово згасає. Метафорою *любов згасала* автор підводить ризик у завершенні процесу відчуження та втрати тепла між мамою та маленьким хлопчиком.

Зображення емоційного відсторонення, похмурих картин минулого, пересипаних такими емотивами як *мама, личко, згорьований плач* ріжуть свідомість читача, змушу-

ючи нести тягар спогадів антигероя, його дій разом із ним.

Згасання любові матері – це початок фази формування внутрішньої темряви, і герой звертається до «нього» – темного аспекту свого ества, який пропонує йому спосіб порятунку через полювання і насильство: *І тоді звідкілясь із найтемнішого кутка, заснованого павутинням, з'явився він – той, хто прийшов йому на допомогу.* Контекстуальне поле ще більше увиразнює і спотворює образ «того, хто прийшов на допомогу»: куток – *найтемніший*, та ще й *заснований павутинням*. Саме таємних кутків із павутинням боїться більшість дітей. Автор вдається до стилістичної фігури контекстуального оксиморону, ситуативно поєднуючи контрастні поняття *допомога* – *вбивство, полювання*. Опис цієї темної сторони душі Різника, малює читачам спотворену картину ілюзії контролю і сили, хоча насправді автор ще більше занурює свого героя в темряву. «*Той, хто прийшов йому на допомогу*» – уособлений образ темної сторони героя, його внутрішній демон – «він», який почав керувати його діями та емоціями.

Процес полювання на *здобич* (дівчата-повії) стає для Різника одночасно привабливим і легким, що викликає суміш задоволення й відчаю: *Як просто полювати, як легко йшла до рук здобич!* – це свідчення морального розладу й втрати людяності. Полювання сприймається як легкий вихід, засіб зняття напруги. Тут віддієслівні іменники *полювання, здобич* – символи деградації, втрати емпатії та моральних принципів. У цьому контексті стилістично емною є лексема *бог*, яка контрастує з іменниками *полювання, здобич*, а також експресивним словосполученням *недолуге місто: Адже так приємно було почуватися богом, чийй волі підвладна кожна жива істота в цьому недолугому місті.* Ці стилістичні засоби виписування внутрішнього ества Різника створюють багатшарову картину психологічного стану героя, його внутрішнього конфлікту та боротьби між боєм і темними інстинктами; підкреслюють трагічність його шляху і те, як глибокі травми впливають на його дії.

Окремої уваги заслуговує образ міста, де власне динамічно й розвивається детективно-містичний сюжет. Простежується дві репрезентації Проскурова: одна – очима антигероя, інша – очима самого автора та його героя Якова Ровнера, який протягом роману полює на «зарізяку». Образ міста в творі змальовано багатогранно, із використанням багатого сенсорного опису, що передає атмосферу, емоції й життя провінційного містечка кінця XIX ст. Проскурів для Різника – «*місто неполаханих*

зайців», де *зайці* в уяві персонажа – легковажні, безтурботні або дурні, недоумкуваті мешканці міста, які ще не зустрілися з тим пекельним жахом, у який планує занурити їх Різник. Тому й оцінний дієприкметник дібрано відповідний – *неполаханих*, тобто *яких не лякали, не полахали*[6]. Місто здається героєві відчуженим і бездушним. Пустка та ізоляція підсилюють його відчуття самотності. Негативно-оцінні характеристичні іменники *бруд* і *сморід* – ключові зорові та запахові образи, що закарбувались в його пам'яті: *Бруд і сморід – ось і все, що він пам'ятав.* БРУД – 2. перен. Розпуста, аморальна поведінка, нечесні вчинки і т. ін. СМОРИД – перен. Про те, що викликає почуття огиди, відрази до кого-, чого-небудь [6]. Ю. Даценко дуже влучно добирає означені іменники, оскільки у хворій уяві Різника Проскурів – розпліднювач розпусти й аморальності, що викликає в нього почуття огиди. Знецінення ним цього провінційного містечка відбувається крізь призму свого «призначення» – фізичного знищення представниць тієї самої розпусти. І в цьому процесі він бачить себе *богом*. Ця уява про власну могутність контрастує з реальністю його внутрішньої слабкості та морального розпаду: *Адже так приємно було почуватися богом, чийй волі підвладна кожна жива істота в цьому недолугому місті.* Місто здається вбивці хаотичним і дріб'язковим, тому й зводиться до кількох незначущих деталей: *Теж мені місто! Перехрестя двох вулиць, де він зустрів ту шльондру. Та ще одне перехрестя, де порішив свою першу...* І в цьому описі автор концентрує всю зневагу Різника до людей і всього, що його оточує. Проскурів нагадує герою міста, які він відвідував раніше, проте саме воно має особливий характер занедбаності: *бруд, сморід, недолуге місто.* Він відчуває ворожість: навіть повітря тут сприймається як отруєне, що викликає фізичний дискомфорт: «*Ніби саме повітря було просякнуте отрутою, що чорними вервечками висотувалася із безлічі димарів*». Це розширене метафоричне порівняння відображає душевний стан Різника – отруєність власними діями та думками. Місто очима вбивці постає як місце ізоляції, бруду та хаосу, де він відчувається ворожим і відчуженим. Його сприйняття спотворене внутрішньою темрявою, яка робить місто не лише декорацією для злочинів, але й символом його деградації.

Висновки. Мовно-стилістичні особливості роману «Пастка для різника» є одним із ключових чинників, що формують його художню цінність, реалізовану в жанрі горору. Через багатство лексики, майстерність у створенні

метафор і символів, а також через стилістичні прийоми автор вдало передає психологічну складність героїв, атмосферу провінційного міста та трагізм особистої історії свого героя. Добрі лексико-стилістичного та тропейного

інструментарію роману не лише підсилює емоційний вплив на читача, формує в нього емоції страху, тривоги, але й дозволяє глибше зрозуміти внутрішні конфлікти персонажу й основні ідеї твору.

Література:

1. Божко О. С. Лінгвальна репрезентація атмосфери саспенс в англомовних художніх творах жанру хоррор: семантико-когнітивний аспект: *автореф. дис ... канд. філол. наук*: 10.02.04. Херсон, 2018. 19 с.
2. Борзова М. «У драговині визначень та змін, які невтомно множаться як цвіль у «Будинку Ашерів»: атрибутивні ознаки горор-жанру. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика*. 2023. Вип. 1(33). С. 16–23. URL: <https://philology-journal.com/index.php/journal/issue/view/18> (дата звернення 24.12.2024).
3. Гудманян А., Іванова А. Генеза та жанрові особливості літератури жахів з позиції сучасної науки про переклад. *Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах: зб. наук. праць*. 2017. Вип. 36. С. 12–17. URL: <https://jrn1.nau.edu.ua/index.php/go/article/view/12197> (дата звернення 29.12.2024).
4. Даценко Ю. Пастка для різника: роман / Юрій Даценко. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Досуга», 2019. 320 с. URL: <https://knigogo.top/chitati-online/pastka-dlya-riznyka/> (дата звернення 28.12.2024).
5. Марчак О. Текстова репрезентація атмосфери саспенс у романі Сьюзен Гілл «Туман у Дзеркалі». *Сучасні дослідження з лінгвістики, літературознавства і міжкультурної комунікації (ELLIC 2021): матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції, Івано-Франківськ, 07 жовтня 2021 р. Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. Івано-Франківськ, 2021. С. 38–41.*
6. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. Київ : Наукова думка, 1970–1980. URL: <https://sum.in.ua/> (дата звернення 20.12.2024).
7. Трофименко А. Жанрові особливості літератури жахів. *Літературний процес: методологія, імена, тенденції. Збірник наукових праць (філологічні науки)*. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка. Вип. 17. 2021р. С. 72–78. URL: <https://litp.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/551> (дата звернення 26.12.2024).

УДК [811.112.2:81'42]:336.221

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.11>**Олена ОХРИМЕНКО**

кандидат філологічних наук, доцент кафедри сучасних європейських мов,
Державний торговельно-економічний університет, o.okhrimenko@knu.edu.ua
ORCID: 0000-0002-4428-8777

**СЛОВОТВІРНІ ГНІЗДА ІЗ ВЕРШИНАМИ STEUER, GEBÜHR
ТА ABGABE У ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНОМУ АСПЕКТІ**

У статті розглядається, що словотвірні системи як споріднених, так і неспоріднених мов має важливе значення, оскільки дає змогу не лише виявити лінгвістичні універсалиї загальної дериватології, а й глибше дослідити формальну та семантичну структуру похідних слів і складних словотвірних одиниць у кожній мові. Це також дозволяє визначити їхню роль у процесах мовної номінації. Особливості концептуалізації дійсності в різних мовах визначаються структурою цих мов, що робить зіставлення словотвірних систем важливим для виявлення похідних одиниць, які є ментальними відображеннями людського досвіду та знань. Аналіз похідних лексем зосереджується на визначенні їхнього семантичного простору та словопороджувальних властивостей. Тому перспективними є дослідження, в яких акцентується увага не на окремих словах, а на словотвірних гніздах. Словотвірне гніздо являє собою впорядковану сукупність слів зі спільним коренем, організованих за відношеннями похідності. Його структура визначає місце кожного компонента відповідно до системи мови, а послідовність підпорядкування демонструє ступінчатий характер словотворення. Словотвірні гнізда найповніше розкривають семантику кореня як змістового ядра, який виступає базою для цілої групи споріднених слів. Аналіз гнізда дозволяє визначити словотвірну потенцію кореня, встановити набір похідних, а також виявити смислові зв'язки з мотивувальним словом. Такі дослідження дозволяють виявити національно-культурну специфіку словотвірного гнізда як лексичної мікросистеми, що особливо важливо при аналізі слів-універсалиї із широкими словотвірними зв'язками. Зв'язок утворений таким чином, створює складну одиницю словотворення, мають спільну твірну основу і перебувають на одному рівні словотворення. Усі слова виступають твірними основами, утворюють свою словотвірну парадигму.

Ключові слова: словотвірне гніздо, вершини, ТТФ «BESTEUERUNG», податкове законодавство, термінооддиниці.

**Olena Okhrimenko. WORD-FORMATION NESTS WITH THE TOPS STEUER, GEBÜHR
AND ABGABE IN THE LEXICAL AND SEMANTIC ASPECT**

The article considers that the word-formation systems of both related and unrelated languages are of great importance, as they allow not only to identify linguistic universals of general derivatology, but also to study the formal and semantic structure of derived words and complex word-formation units in each language. It also allows us to determine their role in the processes of linguistic nomination. The peculiarities of conceptualization of reality in different languages are determined by the structure of these languages, which makes the comparison of word-formation systems important for identifying derivational units that are mental reflections of human experience and knowledge. The analysis of derived lexemes focuses on determining their semantic space and word-formation properties. Therefore, studies that focus not on individual words but on word-formation nests are promising. A word-formation nest is an ordered set of words with a common root, organized by the relations of derivation. Its structure determines the place of each component in the language system, and the sequence of subordination demonstrates the stepwise nature of word formation. Word-formation nests reveal the semantics of the root as a semantic core that serves as the basis for a whole group of related words. The analysis of the nest allows us to determine the word-forming potential of the root, establish a set of derivatives, and identify semantic connections with the motivating word. Such studies make it possible to reveal the national and cultural specificity of the word-formation nest as a lexical microsystem, which is especially important when analyzing universal words with broad word-formation relations. The relationship formed in this way creates a complex unit of word formation, having a common derivational basis and being at the same level of word formation. All words act as derivational bases and form their own word-formation paradigm.

Key words: word nest, vertices, TTF «BESTEUERUNG», tax legislation, term units.

Метою статті є вивчення словотвірної системи податкового законодавства ФРН, моделюючи ТТФ «BESTEUERUNG» для 50 текстів, зокрема аналіз формальної та семантичної структури похідних слів і складних словотвірних одиниць, для виявлення лінгвістичних універсалиї загальної дериватології, дослідити роль цих одиниць у процесах мовної номінації та виявити національно-культурну специфіку словотвірних гнізд.

національно-культурну специфіку словотвірних гнізд.

Методологічною основою роботи є дослідження словотвірної системи мови, що дозволяє виявити закономірності у структурі похідних слів і словотвірних одиниць. Окрема увага приділяється аналізу словотвірних гнізд, що являють собою групи слів, організованих за відношеннями похідності. Методика дослідження

дження включає визначення семантичного простору похідних лексем, дослідження їхніх словопороджувальних властивостей і смислових зв'язків з мотивувальними словами.

Наукова новизна полягає в застосуванні концепції словотвірних гнізд до аналізу термінів податкового законодавства ФРН, що дозволяє не тільки структурно організувати терміни, але й виявити закономірності та тенденції у використанні певних структур. Крім того, розширює поняття словотвірного гнізда, застосовуючи його до специфічної лексики, що є важливим для подальшого дослідження системи податкових термінів у німецькому податковому праві.

У точках перетину ланцюжків та парадигм з'єднуються синтагматичні та парадигматичні зв'язки слів. Словотвірне гніздо можна розглядати як мініатюрну модель словотвору. Як складова частина словотвірної системи, гніздо є мікросистемою, в якій елементи організовані через структурно-семантичну мотивацію. Всі одиниці всередині словотвірного гнізда об'єднані спільним мотиватором [5, с. 102–105].

Кількість елементів у словотвірних гніздах може варіюватися від двох до сотень. Деякі з них можуть бути представлені лише однією словотвірною парою, ланцюжком або парадигмою.

Визначення гнізда через словотвірні ланцюжки та парадигми не лише підтверджує, що словотвірне гніздо є комплексною одиницею українського словотвору, важливою для систематизації словотвірних одиниць, а й демонструє, що саме в межах гнізда здійснюється перетин і взаємодія синтагматичних і парадигматичних відносин, що лежать в основі будь-якої мовної системи [9].

Отже, уявлення про словотвірне гніздо як мікросистему або «словотворення в мініатюрі» ґрунтується на двох вимірах: парадигматичному та синтагматичному. Парадигматичний вимір визначається через словотвірні парадигми, а синтагматичний – через словотвірні ланцюжки. В результаті, в межах словотвірного гнізда відбувається взаємодія парадигматичної та синтагматичної складових.

В наукових працях інколи використовуються різні трактування відносин у словотвірному гнізді. Наприклад, Р. Бачкур виділяє три типи відносин у гнізді: парадигматичні, що визначають відмінності та схожості між словами; синтагматичні, які проявляються через відносини між морфемами одного слова; та дериваційні – відношення похідності, що формуються через дериваційні ланцюжки. Така різниця у трактуванні свідчить

про певну термінологічну невизначеність у словотворі. Деякі науковці вживають терміни «дериваційне гніздо» та «словотвірне гніздо» як синоніми, хоча іноді під дериваційним гніздом розуміють набір не лише словотвірних одиниць, а й словосполучень, що мають стійку структуру [2].

Слід розрізняти терміни «словотвірне гніздо» та «лексичне гніздо». Лексичне гніздо складається з однокореневих слів, пов'язаних не тільки через словотворення, але й через лексичні відносини, такі як синонімія, полісемія, конверсія, гіпонімія і т.д.

Словотвірне гніздо – це структура словотвірних відносин, де вводиться поняття «відносин сполучуваності», що стосуються прогнозування зв'язків між дериваційними категоріями похідних [3, с. 176].

Нещодавно в словотвір увійшов термін «кореневе гніздо», яке визначається на морфемному рівні, на відміну від словотвірного гнізда, що працює на рівні слів. Кореневі гнізда зосереджені навколо спільних коренів і складаються з підгнізд, що знаходяться у словотвірних відносинах.

Зарубіжна лінгвістика також має численні дослідження словотвірних гнізд, зокрема з дієслівними вершинами, що описують мовлення, мислення, рух (J. Lyons, P. Marchand, M. Dokulil), а також іменниками та прикметниками (H. Aronoff, L. Bauer). Особливий інтерес становлять праці, присвячені порівнянню структурно-семантичних параметрів словотвірних гнізд у споріднених мовах (R. Beard, V. Adams, I. Plag), які дозволяють глибше зрозуміти закономірності формування лексичних мікросистем.

Наявність двох спільнокореневих слів, з яких одне є твірним, а інше – похідним, яке виникає через застосування відповідної словотвірної операції, створює словотвірну пару. Це є основою формування складної словотвірної одиниці, якою є словотвірне гніздо, що функціонує як на синтагматичному, так і на парадигматичному рівнях. Ключовою умовою виділення словотвірного гнізда є здатність певного кореня (твірної основи) утворювати не лише окремі слова, а й більшу кількість дериватів [7, с. 50].

Багато досліджень присвячено аналізу словотвірного гнізда в різних мовах, зокрема в українській (Є. А. Карпіловська, В. В. Грещук, П. С. Вовк), польській (Х. Ядацька, Т. Вогельгесанг), болгарській (Й. Пенчев), англійській (Ю. А. Авдеева, С.М. Єнікеева, L. Bauer, G. Malkiel, G. Halkiel). М. В. Крушевський ще в XIX столітті, говорячи про словотвір, назвав його «масою систем», оскільки похідні

слова утворюють розгалужені системи, які ми і визначаємо як словотвірне гніздо та ряди. Саме ці гнізда та ряди становлять основні одиниці словотвору.

Проблема дослідження словотвірного складу мови через аналіз словотвірного гнізда є надзвичайно актуальною сьогодні. Гніздовий підхід дозволяє виявити характерні особливості словотвірних систем, що притаманні мовам різного типу, як синтетичним, так і аналітичним. Вивчення словотвірного гнізда дає можливість простежити шляхи створення нових слів, що є важливим для глибшого розуміння словотворення [8].

Існує багато визначень словотвірного гнізда. Одне з них було запропоноване О. М. Тихоновим, який визначив гніздо як «упорядковану сукупність слів, що об'єднані спільним коренем і характеризуються відносинами похідності». Кислюк Л. П. трактує його як «сукупність слів, що об'єднані на основі зв'язків між ними на певному етапі розвитку мови». Інші науковці, такі як Н. Ф. Клименко і М. П. Лесюк, наголошують на важливості спільного кореня та живих словотвірних зв'язків для формування гнізда [2].

В. І. Іванчук підходить до аналізу гнізд з точки зору семантики та структури, описуючи їх як сукупності однорідних слів, що мають спільні семантичні ознаки. Л. В. Щигло виділяє три основні ознаки системності словотвірного гнізда: спільність кореня, похідність і наявність словавершини (непохідної основи). Важливим аспектом є рухомість меж словотвірного гнізда: вони можуть поповнюватися новими словами або, навпаки, слова можуть вибувати з гнізда через семантичну декореляцію [10, с. 110].

Словотвірне гніздо можна розглядати як сукупність словотвірних ланцюжків, кожен з яких складається з ряду спільнокореневих слів, що формально і семантично виводяться одне з одного. Словотвірні ланцюжки можуть мати різну довжину та різні типи похідних, а також відрізняються залежно від того, чи є ці похідні одиницями однієї частини мови, чи належать до різних частин.

О. М. Тихонов зазначає, що словотвірний ланцюжок об'єднує усі споріднені слова, зв'язані між собою відносинами похідності і мотивованості. Вони складаються з твірних основ, здатних утворювати інші основи, що разом створюють словотвірну пару. Мотивувальна і мотивована основи утворюють словотвірний ланцюжок, що є найменшою одиницею словотвору і важливим компонентом словотвірного гнізда [6].

Таким чином, вивчення словотвірних гнізд дозволяє глибше зрозуміти механізм слово-

творення, ідентифікувати важливі словотвірні зв'язки та параметри, які визначають роль кожного слова в системі. Крім того, вивчення словотвірного гнізда дозволяє дослідити, як виникають нові слова в процесі словотворення і як змінюється лексичний склад мови. Всі ці аспекти підкреслюють важливість словотвірного гнізда як складної, але організованої системи, що має чітку структуру і функціональну роль у мовному процесі.

Щодо вертикального аналізу словотвірного гнізда, то він розглядається як сукупність словотвірних парадигм, об'єднаних спільною твірною основою. Кожне словотвірне гніздо формує свої парадигми, кількість яких залежить від кількості твірних основ. Кожне слово в словотвірне гніздо займає своє місце в ієрархії похідності, і глибина цієї ієрархії визначається кількістю словотвірних актів, здійснених для утворення похідного слова [2].

Вивчення словотвірного гнізда в часі дозволяє розглядати його як у синхронічному, так і в діахронічному аспекті, що дає змогу порівнювати слова та їх зв'язки в різні історичні періоди. У результаті можна відстежити зміни в структурі та семантиці слів, а також вивчати, як процеси синхронії та діахронії взаємодіють і доповнюють одне одного.

Таким чином, словотвірне гніздо є основою одиницею для дослідження словотвору і мовної системи загалом. Вивчення словотвірного гнізда дає можливість здійснювати глибокий лінгвістичний аналіз, виявляючи всі особливості словотвірних зв'язків і парадигм, що дозволяє зробити новий внесок у наукові дослідження як української, так і англійської мов [5, с. 87].

Попри багату історію дослідження (І. І. Ковалик, М. Ю. Федурко, М. І. Голянич, М. П. Лесюк, Г. Я. Василевич, В. О. Горпинич, С. П. Гірняк, О. В. Дияк та ін.), словотвірне гніздо залишається об'єктом численних наукових розвідок. Серед основних завдань у цій сфері, за словами О. О. Селіванової, автора термінологічної енциклопедії «Сучасна лінгвістика», є моделювання словотвірного гнізда та створення морфемних і словотвірних словників. Словотвірне гніздо, як найважливіші комплексні одиниці в дериватологічній системі мови, заслуговують особливої уваги дослідників [10, с. 109].

Українська дериватологія має давню традицію дослідження словотвірного гнізда. Зокрема, І. І. Ковалик заклав основи їх вивчення, розробив принципи укладання гнізд, визначив основні проблеми формально-сислової структури, підкреслив роль кореня у структуризації словотвірного гнізда та запро-

Таблиця 1

Словотвірне гніздо з вершиною *Abgabe*

| Вершина | I парадигма | II парадигма |
|-----------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Abgabe | <i>Abgabenrecht</i> | |
| | <i>Abgabentrachtung</i> | |
| | <i>Abgabenangelegenheiten</i> | |
| | <i>Eingangsabgaben</i> | |
| | <i>Förderabgabe</i> | |
| | <i>Sonderabgabe</i> | |
| | <i>Sozialabgabe</i> | |
| | <i>Troncabgabe</i> | |
| | <i>Vermögensabgabe</i> | |
| | <i>Spielbankabgabe</i> | |
| | <i>Kreditgewinnabgabe</i> | |
| | <i>Abgabenordnung</i> | <i>Reichsabgabenordnung</i> |
| <i>Ausfuhrabgaben</i> | <i>Ausfuhrabgabenbescheid</i> | |
| <i>Einfuhrabgaben</i> | <i>Einfuhrabgabenbescheid</i> | |
| Усього: | 14 | 3 |

Таблиця 2

Словотвірне гніздо з вершиною *Gebühr*

| Вершина | I парадигма |
|-------------------------|----------------------------|
| Gebühr | <i>Gebührenordnung</i> |
| | <i>Gebührenrecht</i> |
| | <i>Pfändungsgebühren</i> |
| | <i>Verwertungsgebühren</i> |
| | <i>Wegnahmegebühren</i> |
| | <i>Prüfungsgebühr</i> |
| <i>Zulassungsgebühr</i> | |
| Усього: | 7 |

Змішане словотвірне гніздо утворене з 14 термінів, вершинами якого виступають такі терміноодиниці, як: *Lasten*, *Veranlagung* і *Gesetz* (табл. 3).

Таблиця 3

Змішане словотвірне гніздо

| Вершина | I парадигма | II парадигма |
|--------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| <i>Lasten</i> | <i>Versorgungslasten</i> | |
| <i>Veranlagung</i> | <i>Veranlagungsarbeit</i> | |
| | <i>Veranlagungszeitraum</i> | |
| | <i>Zusammenveranlagung</i> | |
| <i>Gesetz</i> | <i>Zerlegungsgesetz</i> | |
| | <i>Umwandlungsgesetz</i> | |
| | <i>Bewertungsgesetz</i> | |
| | <i>Erhebungsverfahren</i> | |
| | <i>Hauptfeststellung</i> | |
| | <i>Eigenheimzulage</i> | <i>Eigenheimzulagengesetz</i> |
| Усього: | 10 | 1 |

Розподіл податкових термінів за словотвірними гніздами дає змогу зробити висновок про переважання складних лексичних одиниць (88,45%) над простими (1,84%) і складеними (9,71%), що можна детермінувати як змістов-

понував методичку аналізу їхньої семантики. Його праці були доповнені дослідженнями В. І. Верещаки, М. І. Голяничя, М. П. Лесюка, Г. Я. Василевич та Н. Я. Тишківської, які аналізували специфіку словотвірного гнізда зі значеннями різних концептів, таких як мислення, рух чи почуття [2].

У кінці ХХ – на початку ХХІ століття вивчення словотвірного гнізда набуло нової активності. Так, С. П. Гірняк дослідив структурно-семантичну організацію словотвірного гнізда із базовими дієсловами мовлення в українській мові ХІХ–ХХ ст., а М. Ю. Федурко запропонував аналіз морфології відіменникового словотворення. О. В. Дияк у своїй роботі дослідив словотвірне гніздо із вершинами, що позначають метали, акцентуючи на їхній породжувальній здатності у сучасній українській мові [10, с. 135].

Дослідження словотвірного гнізда отримали розвиток і в англіцистиці. Наприклад, аналіз етимології та структури «word families» (G. Malkiel, L. Bauer) дозволив поглибити розуміння словотвірних процесів у англійській мові.

Моделюючи ТТП «BESTEUERUNG» для 50 текстів податкового законодавства ФРН, було звернуто увагу на той факт, що деякі терміноодиниці повторюються або мають аналогічну структуру, тому за доцільне було визнано побудувати словотвірні гнізда. Такий підхід дає змогу не тільки скласти реєстр податкових термінів, а й виявити тенденцію до використання в німецьких податкових текстах термінів певної структури.

Словотвірним гніздом, підтримуючи Л. Є. Рибачківську, вважається «сукупність слів, упорядкованих відношеннями похідності й об'єднаних спільним коренем» [10, с. 16]. На основі змодельованих полів нам вдалося побудувати чотири словотвірні гнізда – три для базових податкових термінів (*Steuer*, *Abgabe*, *Gebühr*) й одне змішане.

Словотвірне гніздо для *Steuer* є найбільшим. Гніздо нараховує 305 одиниць, з яких 109 перебувають у I парадигмі, 148 – у II парадигмі, 43 – у III парадигмі та 5 – у IV парадигмі.

Словотвірне гніздо *Abgabe* складається з 18 одиниць, а саме: вершини *Abgabe*, 14 одиниць у I парадигмі, 3 одиниць у II парадигмі, при чому в синтагматичному плані є 3 трислівні ланцюжки, як-от: *Abgabe* ← *Abgabenordnung* ← *Reichsabgabenordnung* (табл. 1).

Словотвірне гніздо *Gebühr* складається з 8 одиниць: вершини *Gebühr* і 7 одиниць у I парадигмі (табл. 2).

ністю таких податкових термінів, так і їхньою мовною економією порівняно зі складеними одиницями. Таким чином, кількість неповторюваних податкових термінів становить 381 одиницю: з них складних – 337, складених – 37, простих – 7.

Словотвірні гнізда є одними з найважливіших одиниць дериватології, які залишаються актуальним об'єктом досліджень завдяки їхній ключовій ролі в структурі мови.

Українська дериватологія має потужну традицію. Дослідження словотвірних гнізд в українському мовознавстві мають багаторічну традицію, започатковану такими дослідниками, як І. І. Ковалик, та активно продовжувану іншими науковцями [4].

Зростання уваги до словотвірних гнізд спостерігалось в кінці ХХ та на початку ХХІ століття. Це було пов'язано з розширенням методів дослідження, аналізом нових аспектів і застосуванням міждисциплінарних підходів.

Ключові внески зробили як українські, так і зарубіжні науковці. В Україні це дослідження структури, семантики, породжувальної здатності різних типів словотвірних гнізд. У англістиці значний прогрес досягнутий у вивченні

етимології та структури "word families". Незважаючи на велику кількість праць, недостатньо розробленими залишаються окремі аспекти, зокрема контрастивне дослідження словотвірних гнізд із вершинами-онімами в українській та англійській мовах. Необхідність подальших студій у сфері словотвірних гнізд зумовлена потребою в заповненні існуючих лакун, аналізі нових структур і взаємозв'язків між гніздами, а також моделюванні їхньої семантико-структурної організації. Ці вказує на значення словотвірних гнізд у вивченні мовних систем та на актуальність їхнього аналізу в сучасній лінгвістиці [4].

Висновки. Таким чином, проблеми виникнення нових словотвірних гнізд, заповнення лакун у вже існуючих структурах та взаємозв'язків усередині гнізд є актуальними як для українського, так і для світового мовознавства. Незважаючи на широкий спектр досліджень, окремі аспекти, такі як контрастивне вивчення словотвірних гнізд із вершинами-онімами в українській, англійській та німецькій мовах, залишаються недостатньо розробленими, що робить їх актуальними для подальшого аналізу.

Література:

1. Аркушин Г. Л. Іменний словотвір західнополіського говору. Дис. доктора філол. наук, Волинський держ. ун-т імені Лесі Українки. Луцьк, 2004. 540 с.
2. Бачкур Р. О. Структура словотвірних парадигм іменників на позначення свійських тварин. Актуальні проблеми українського словотвору. Івано-Франківськ, Плай, 2002. С. 354–365.
3. Бачкур Р. О. Структура словотвірних парадигм українських назв тварин та рослин. Дис. кандидата філол. наук. Прикарпатський ун-т ім. Василя Стефаника. Івано-Франківськ, 2004. 396 с.
4. Биховець Н. М. Дослідження романських, германських та балтійських мов. Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України. 1930–2005. Матеріали до історії. Київ, Довіра, 2005. С. 279–292.
5. Валюх З. О. Типологія словотвірних парадигм іменника в українській мові. Дис. доктора філол. наук. НАН України, Інститут української мови. Київ, 2005. 393 с.
6. Валюх З. О. Функціональна роль основи твірного слова в процесах деривації. Українське мовознавство. *Міжвідомчий науковий збірник. КНУ ім. Тараса Шевченка*, 2011. Вип. 41. С. 24–31.
7. Васильченко В. М. Мотивація і словотвірне вираження відносних прикметників в історії української мови (відіменникові деривати). Дис. кандидата філол. наук. Київ, 2000. 219 с.
8. Воротняк Л. І. Вивчення онімів у складі англійських фразеологізмів як чинник формування навичок міжкультурної взаємодії у магістрів вищих навчальних закладів. *Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України Нац. акад. Держ. прикордон. служби України ім. Богдана Хмельницького*. 2012. Вип. 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadsps_2012_1_6
9. Врabelь Т. Т. Словотворча прагматика у сучасній англійській мові. Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. Донецьк, 2005. 16 с.
10. Рибачківська Л. Є. *Словотвірні гнізда з вершинами-онімами в українській та англійській мовах: контрастивний аспект*. Дис. канд. філол. наук. Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова Київ, Україна. 2017, 247 с.

УДК 792.08:821.133.1-2Помра

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.12>**Татьяна, Соня ПОДКОВИРОФФ НАНУШКА**

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри зарубіжної літератури та кафедри іноземних мов професійного спрямування, Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, nanouchka.ts.podkovyroff@gmail.com

ORCID: 0000-0001-6165-4436

**«ЖИВА П'ЕСА» ЯК КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГІЯ
У ТВОРЧОСТІ ЖОЕЛЯ ПОМРА**

У статті досліджується специфіка творчості Жоеля Помра, зокрема способи комунікації драматурга, режисера з акторами та глядачем. Зазначено, що Жоель Помра творить у руслі експериментаторського театру, має свою театральну компанію *La compagnie Louis Brouillard*, де є одночасно драматургом, постановником та продюсером, що забезпечує можливість експериментування. Спосіб організації комунікативного процесу, де трансформовані адресант і текст повідомлення потрактовано як живий та постійно змінний процес, не як щось стале та постійно задане, а як живий організм, що з часом трансформується та збільшується. Таке текстове повідомлення є твором-виставою одночасно, яка перебуває у стані амбівалентності, аморфно-дифузного становлення, що є комунікативною стратегією текстового рівня.

Комунікативна стратегія поєднання режисера-драматурга в одній особі відрізняється методом написання текстів безпосередньо в процесі репетицій, коли актори імпровізують на сцені в рамках заданого драматургічного зіткнення, уточнюючи і доповнюючи основну лінію сюжету, розвиваючи конфлікт, персональні характеристики, постановки різноманітні, відрізняються манерою виконання і драматургічним матеріалом, – тому сам Помра називає свої твори «спонтанні п'єси». Проаналізовано постановку О. Мельничуком п'єси «Це дитя» Жоеля Помра у Закарпатському обласному угорському театрі яка показує, що на рубежі XX і XXI століть пріоритетом в написанні п'єси стає текст не літературний, а театральний. Використання незвичайних засобів комунікації, новаторських форм і прийомів у комунікації між автором і глядачем демонструє новий рівень взаємодії сценічного мистецтва і драматургії де акторська гра є дослідженням, де в ігровій та одночасно трагічно-комічній формі постає перед глядачем «жива п'єса», до творення якої залучається найбільшою мірою й сам глядач.

Ключові слова: Жоель Помра, «жива п'єса», комунікативна стратегія, «спонтанна п'єса», експериментальний театр.

**Tatiana, Sonia Podkovyroff Nanouchka. THE LIVE PLAY AS A COMMUNICATIVE STRATEGY
IN THE WORKS BY JOËL POMMERAT**

The article explores the specifics of Joël Pommerat's works, and the ways of communication between the playwright, director, actors, and the audience. Joël Pommerat's works in the vein of experimental theatre. He owns the theatre company *La compagnie Louis Brouillard*, where he is simultaneously a playwright, director, and producer, which provides the opportunity for experimentation. The method of organizing the communicative process, where the transformed addressee and the text of the message are treated as a living and constantly changing process. It is not something constant and constantly given, it is a living organism that transforms and increases over time. Such a text message is a work-performance at the same time, which is in a state of ambivalence and amorphous-diffuse formation. That makes it a communicative strategy of the text level.

The communicative strategy of combining a director and playwright in one person is distinguished by the method of writing texts directly during rehearsals. The actors improvise on stage within the framework of a given dramatic clash, clarifying, and supplementing the main plot line, developing conflict and character characteristics. Productions differ in the manner of performance and dramatic material, thus Joël Pommerat calls his works spontaneous plays. We analysed the production of Joël Pommerat's play *This Child* by O. Melnychuk staged in the Transcarpathian Regional Hungarian Theatre. At the turn of the 20th and 21st centuries, the priority in writing a play was not a literary text, but a theatrical one. The use of unusual means of communication, innovative forms, and techniques in communication between the author and the audience demonstrates a new level of interaction between stage art and dramaturgy. Acting is a study, where in a playful and simultaneously tragic and comic form a live play appears before the audience, in the creation of which the audience itself is involved to the greatest extent.

Key words: Joël Pommerat, a live play, communicative strategy, spontaneous play, experimental theatre.

Французька драматургія ХХІ століття розвивається у кількох напрямках: академічному, комерційному, експериментаторському. Останній, за спостереженням дослідників французького театру, як-от: Н. Нежданової, О. Бондаревої, Є. Васильєва, Л. Синявської, Н. Фесенко, – є найбільш плідним з погляду комунікації автора з глядачем, драматурга та

режисера, тексту та спектаклю. Дослідження вищезазначених науковців складають методологічну базу роботи.

Однією з провідних комунікативних стратегій сучасного французького театру є поєднання драматурга та режисера в одній постаті, або драматурги часто співпрацюють разом із театральною трупкою, стаючи членами актор-

ської спільноти. Наприклад, драматург Ренан Шено співпрацює з режисером Давидом Бобе, підключаючи до створення тексту акторів, музикантів, танцюристів. Деякі режисери самі пишуть п'єси, як Марьон Обер для своєї трупи, яка складається з актрис. Жоель Помра створив свою театральну компанію *La compagnie Louis Brouillard*, а Олів'є Пі *L'inconvénient des boutures* (Недоречність осаду). Отже, можемо констатувати, що популярною є комунікативна стратегія, коли драматург для сценічного втілення п'єси стає її постановником та продюсером, що зумовлено соціально-економічними реаліями театрального життя у Франції, прагненням авторів до експерименту. Дослідження особливостей та специфіки даної комунікативної стратегії є **метою** даної статті.

Творчість Жоеля Помра з погляду комунікативістики не була предметом спеціального дослідження у вітчизняному літературознавстві, тому дана стаття є актуальною та новаторською. У руслі експериментаторського театру пише Жоель Помра, який поєднує у своїй персоні драматурга та режисера, імпресаріо та актора одночасно. Жоель Помра працює з великою творчою командою *Compagnie Louis Brouillard*. Ця компанія була заснована ним в 1990 році, «Компані Луї Бруйяр» існує вже 27 років під його керівництвом, де він режисер та драматург одночасно. Небагато театральних спільнот Франції успішно працюють протягом такого тривалого терміну. «Компані Луї Бруйяр» ставить у середньому по одній п'єсі на рік, але власного майданчика не має, вистави Ж. Помра ставляться на різних сценах у різних містах Франції. Так, «Полюси» (*Ples*, 1995) поставлені в Національному драматичному центрі Оверні, «Мій друг» (*Mon ami*, 2001) – в Театрі Пари-Вілетт, «Що ми зробили?» (*Qu est-ce qu on a fait?*, 2003) – у Національному драматичному центрі Нормандії, «До миру» (*Au Monde*, 2004) і «Торгівці» (*Les Marchands*, 2006) – у Національному театрі Страсбурга. У 2006 р. одразу три спектаклі Помра «До миру», «Червона шапочка» та «Торгівці» були показані в рамках ювілейного шістдесятого Авіньйонського фестивалю, що сприяло неймовірній популярності французького автора-режисера. У 2007 р. Помра удостоюється Гран-Прі в галузі драматургії за п'єсу «Торгівці». Цього ж року «Компані Луї Бруйяр» стає на три роки резидентом Театру Буфф дю Нор, який очолює Пітер Брук, на сцені якого в жовтні 2007 р. виходить їхня нова вистава «Я тремчу» (*Je tremble*). З 2010 до 2013 рр. Жоель Помра стає запрошеним автором (*artiste associé*) театру Одеон

та Національного Брюссельського театру. Цей статус надає йому право працювати в театрах певний термін, де немає постійного режисера (стандартна ситуація для Франції), творить у їхніх майстернях та представляє на їх сценах кілька спектаклів у сезон, але при цьому залишається «вільним художником», співпрацює з іншими театрами, та не перериває роботи з власною трупю «Компані Луї Бруйяр». Тобто дана комунікативна стратегія стосується скоріше організації постановки спектаклю, де адресант об'єднує в собі драматурга та режисера в одній особі, який не лише організовує сценічне дійство, а й працює для усунення комунікативних бар'єрів та шумів. Дані комунікативна стратегія має досить виразний експериментаторський характер, адже не маючи єдиного театрального майданчика для творчості, Помра знаходиться у процесі безперервного пошуку, експерименту, доопрацювання своїх п'єс та вистав. На думку Помра, робота над виставами не припиняється ніколи навіть у процесі гастролей. Проводячи репетицію нової п'єси з частиною своєї трупи, займаючись новим проєктом, майстер не випускає з уваги вже створений варіант п'єси, тому можемо говорити про множинність варіантів твору. Жоель Помра підкреслює, що він ніколи не хотів очолити будь-який Драматичний центр (*Centre dramatique*) для того, щоб продовжити свої дослідження на більш зручній і звичній сцені: «Я мрію про можливість зберегти для життя всі мої вистави і таким чином створити репертуар, що складається з п'єс, кількість яких збільшується щороку. Ідеально було б грати наші твори протягом 20-30 років та довше. Спостерігати, як старіють актори разом із спектаклями» (*Ubersfeld, A. Lire le théâtre III. Le dialogue de théâtre. – Paris: Belin, 1996. – 224 p.*). Стосовно експерименту у драматургічному творі слушною є думка Л. Синявської: «Експеримент із формою драматичного тексту стосується правил і послідовності організації висловлювань, яких дотримується адресант у драматичному тексті – наперед визначеній родожанровій формі, що ним корелюється. Змістова стратегія – це покрокове змістова планування мети комунікації із залученням для її досягнення ідейно-тематичної та художньо-образної системи драматичного твору» (Синявська, с. 24).

Отже, маємо досить цікавий спосіб організації комунікативного процесу, де трансформовані адресант і текст повідомлення: адресант є однією особою, яка виступає драматургом і режисером одночасно, який не просто доносить текст до театральної трупи, а залучає акторів, декораторів, оформлювачів

сцени, тощо до процесу текстотворення, тому текст за такого підходу можна трактувати як живий та постійно змінний процес, не як щось статичне та постійно задане, а як живий організм, що з часом трансформується та збільшується. Таке текстове повідомлення є твором-виставою одночасно, яка перебуває у стані амбівалентності, аморфно-дифузного становлення, що є її комунікативною стратегією Ж. Помра.

Комунікативна стратегія поєднання режисера-драматурга в одній особі відрізняється особливим підходом до твору, до процесу постановки кожної вистави. Драматург використовує метод написання текстів безпосередньо в процесі репетицій і називає себе «автором п'єси». Під час репетиції актори імпровізують на сцені в рамках заданого драматургічного зіткнення, уточнюючи і доповнюючи основну лінію сюжету, розвиваючи конфлікт, персонажні характеристики. У своїх п'єсах Жоель Помра досліджує процеси, що відбуваються в сучасному суспільстві, порушує актуальні питання, торкається широкого кола проблем. Автор п'єси прагне зробити кожен твір неповторним, його постановки різноманітні, відрізняються манерою виконання і драматургічним матеріалом. Сам автор ділить свої твори на дві групи. Перша – це «спонтанні п'єси», написані в ході постановки: «Я тремчу» (2008) або «Возз'єднання двох Кореї» (*La Réunification des deux Corées*, 2013). Друга – заздалегідь розроблений текст, який грається акторами на сцені, як-от: *Les Marchands* (2006) або *Ma chambre froide* (Моя холодна кімната, 2011). Репетиційний процес однієї вистави може тривати кілька місяців, що нетипово для роботи театральних спільнот Франції. Не маючи єдиного театального майданчика для творчості, Помра перебуває в процесі постійного пошуку, експериментів та вдосконалення своїх п'єс та вистав, однак це йому не заважає ставити незвичайно велику кількість вистав: від 200 до 300 виступів кожного сезону. Фінансовий та міжнародний успіх компанії Joël Pommerat обумовлений добре організованою постановочною та гастрольною діяльністю, свіжістю репертуару, експериментальним та неповторним характером п'єс, різноплановою тематикою.

У соціальних п'єсах («Купці» і «Це дитя») політичні проблеми країни й особисті проблеми пересічної людини переплітаються у відтворенні повсякденного життя, що дозволяє автору виявити психологічні аспекти розглянутого конфлікту. Тобто Жоель Помра у цих п'єсах втілює комунікативну стратегію текстового рівня, соціальні п'єси – це свого роду відповідь французькому суспільству

на питання, які його хвилюють найбільше. Однак незвичайний метод роботи автора з драматургічним матеріалом принесли популярність п'єсам і на міжнародному рівні.

Можемо говорити про інтерес українських режисерів до творчості Жоеля Помра, адже його п'єси перекладаються українською мовою та ставляться на театральних сценах України. У 2021 вистава «Це дитя» за однойменною п'єсою Жоеля Помра була поставлена в Україні Олегом Мельничуком на сцені Закарпатського обласного угорського театру. Цікаво, як український драматург поєднує сценографію та текст Жоеля Помра у своєму спектаклі. Олег Мельничук продовжує комунікувати з глядачами за рахунок акторської гри, актори не просто грають на кону, «своєю грою-дослідженням шокроку зменшують відстань між героями та глядачем, вправно поєднуючи психологічний малюнок з ігровою ексцентрикою, притаманною східноєвропейській традиції», – пише у своїй рецензії на виставу театрознавця Олена Либо. (<https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3396229-ce-dita-zakarpatskogo-oblasnogo-ugorskogo-teatru-putivnik-topvistavami-ukraini.html>).

Український режисер бере за основу текст п'єси Жоеля Помра, який у свою чергу створив текст на основі документальних оповідей, інтерв'ю, які він та його актори з Театральної компанії Луї Бруяр (*Compagnie Louis Brouillard*) записали з жінками, що мешкають у бідних районах Нормандії. Фактично це документальна проза, нотатки інтерв'ю, які записані драматургом без ремарок та власних коментарів, тобто не звичний текст п'єси, однак саме така комунікативна стратегія Жоеля Помра надає режисерам можливість бути співавторами тексту, по-своєму інтерпретувати його. Гострота конфлікту та соціальні протиріччя героїв французького автора цікавлять мало, натомість вони стають важливими для українського режисера, який «оглядає» проблему з різних кутів та підходів та подає їх як серію «вівісекцій». О. Либо – театральний критик, яка опублікувала відгук на виставу, говорить про метафоричність «вівісекції» як жанру, що спричиняє «препарування» появи у глядача нових сенсів, роздумів, неочікуваних рішень заплутаних життєвих ситуацій. (<https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3396229-ce-dita-zakarpatskogo-oblasnogo-ugorskogo-teatru-putivnik-topvistavami-ukraini.html>). Тобто суха та лаконічна документальність Жоеля Помра забезпечує реалізацію комунікативної стратегії ролі режисера як співавтору тексту, а також залучає глядача до процесу текстот-

ворення як імпліцитного автора. Задокументовані історії з життя 10 жінок подані у лаконічних, сухих, жорстких діалогах, вони фактично означені драматургом лише схематично, завдяки режисерській роботі О. Мельничука, художниці та сценографу Іболі Орос, перетворюються на стихію живого життя, душевні бесіди на привокзальній вузловій залізничній станції. Режисеру вдалося відтворити динамізм та швидкоплинність життя завдяки комунікативній тактиці двоплановості відображення дійсності: вокзальної та сімейно-побутової, відповідно це дві стихії життя-динамічна та статична, весела та сумна, комічна та драматична, які раз у раз змінюють одна одну, трансформуються відповідно від персонажа чи його життєвої ситуації. Цікаво, що на вокзалі персонажі більш відкриті та відверті, ніж у розмовах зі своїми рідними, тому що випадковий попутник так само швидко зникне з твого життя, як і з'явився в ньому, тому спілкування щире та довірливе, але не забуваймо, що відбувається воно перед публікою, яка теж імпліцитно залучається до комунікації. Виходить, що перед чужими людьми персонажі відвертіші, ніж перед близькими, бо до рідних людей відчують відразу, біль, страх. При чому ці відчуття та образи властиві старшому та молодшому поколінню однаковою мірою, цей конфлікт поколінь Жоель Помра, а слідом за ним й О. Мельничук переносять в план онтологічний Сімейне спілкування батьків та дітей подано через ряд історій-сцен, персонажі яких не мають опори й тилу, що є такими важливими у сімейних відносинах. Відсутність підтримки викликає бунт, жорстокість, байдужість, ненависть, гнів або агресію, відмову від покорі, бажання вести будь-який діалог. Ось ці емоції перетворюють сухі та лаконічні, документальні діалоги Жоеля Помра завдяки режисерському баченню та акторській грі в «живу п'єсу», що є своєрідною комунікативною стратегією драматурга-режисера. Дітей-підлітків у п'єсі грають дорослі, що є теж своєрідною тактикою О. Мельничука, яка забезпечує комунікацію та зв'язок поколінь, вказує на циклічність та повторюваність певних подій, їх причинно-наслідковий зв'язок для сім'ї та цілої родини. Адже вчорашні діти дорослішають, мають власні сім'ї та стають батьками, однак уже в іншому статусі вони повторюють помилки своїх батьків, що призводить до конфліктів та непорозумінь, до трагедій та неврозів. Діти у цих суперечках відстоюють право бути самими собою, а дорослі не готові йти на поступки, аби

прийняти ті соціальні, культурні й моральні цінності, які сповідають юні. Спілкування, дивна поведінка, неприйняття одне одного перетворюються на справжнє випробування, це емоційне протистояння, здається, персонажі через емоції виплескують свої страхи та переживання. П'єса побудована як картина-малюнок, кожна з яких має свій сюжет У кожному із сюжетів розглядаються різні моделі відносин між батьками та дітьми, за якими криється чимало непорозумінь. Так, одна дівчина-підліток на останньому місяці вагітності залишається без домівки, бо батьки не приймають її, не розуміють її поведінку та вибір, але вона все одно хоче народити дитину. Поряд інша картина-малюнок: після народження дитини, юна матір впадає в післяпологову депресію, наслідком чого є «подарунок» своєї дитини бездітному подружжю. У чому причина такої поведінки, чому так сталося, відповіді шукають актори та глядачі разом у ході вистави. Чому у відносинах між батьками завжди страждає дитина, чому дітей використовують для маніпуляції та укріплення своєї позиції у конфлікті сторін, де та межа, яка розділяє власні амбіції та турботу про дітей? Чому навіть любов у такій ситуації не рятує, а переростає у байдужість та ненависть, випробування для всіх? Що відчуває матір, на долю якої випадає процедура впізнання тіла свого сина, померлого від передозування? Що розділяє батька-деспота, який з часом перетворюється на хвору й безпомічну людину, тоді як син дорослішає і починає виміщувати на ньому свої страхи та комплекси, наслідуючи його поведінку у зрілому віці? Коли одна матір буде готова визнати дорослішання та відпустити свого сина, а інша перестане вимагати від дочки виправдань її надій, не буде її звинувачувати у несправданих сподіваннях? Всі ці історії про розрив комунікації, про втрату зв'язку та теплоти між людьми, про власне его та амбіції, коли відсутнє бажання розуміння одне одного, поваги до рідних. Небажання спілкування веде до агресії та загострення конфлікту, до неправильних рішень та дій. Кожна картина-малюнок є спробою відповіді на ці непрості питання, О. Мельничук використовує лаконічні та документальні записи діалогів Жоеля Помра, залучаючи до процесу текстотворення свою фантазію, гру акторської трупи, сценографію, музичне оформлення, глядацьку залу. Це й є комунікативною стратегією «живої п'єси», тобто народження тексту на кону, прямо перед глядачами. Однак трагічність та драматизм ситуацій понижується завдяки іронії та комізму.

«Напруга у виставі збалансована за рахунок легких, іронічних, іскрометних мізансцен, героями яких є постійні мешканці станції: місцеві завсідники, буфетниця й електрик, які за сумісництвом працюють касиркою та двірником. Саме вони наповнюють яскравими емоціями залу, а візуальний простір – життям. Вони перемикають увагу глядача, готуючи його для серії відкритих розмов у наступних епізодах. Взагалі, майстерність акторів викликає надзвичайно сильні емоції. Актори своєю грою-дослідженням шокроку зменшують відстань між героями та глядачем, вправно поєднуючи психологічний малюнок з ігровою ексцентрикою, притаманною східноєвропейській традиції», справедливо зазначає О. Либо. (<https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3396229-ce-dita-zakarpatskogo-oblasnogo-ugorskogo-teatru-putivnik-topvistavami-ukraini.html>).

Висновки. Важливою відмінною рисою творчості Жоеля Помра є провідна роль драматурга на всіх етапах створення театрального проєкту, що сприяє практичній реалізації задумів автора на сцені. Аналіз поставленої О. Мельничуком п'єси «Це дитя» Закарпатського обласного угорського театру стає історією, важливою в контексті сучасного теа-

трального процесу в Україні та показує, що на рубежі ХХ і ХХІ століть пріоритетом в написанні п'єси стає текст не літературний, а театральний. Використання незвичайних засобів комунікації, новаторських форм і прийомів у комунікації між автором і глядачем демонструє новий рівень взаємодії сценічного мистецтва і драматургії де акторська гра є дослідженням, де виголошуються не просто діалоги, а в ігровій та одночасно трагічно-комічній формі постає перед глядачем «жива п'єса», до творення якої залучається найбільшою мірою й сам глядач. При постановці своїх п'єс Жоель Помра враховує інтереси широкого кола глядачів, інтернаціональність теми, інтерактивність, перформанс, застосовуючи і комбінуючи сучасні технічні можливості сцени. Важливою відмінною рисою творчості Жоеля Помра є провідна роль драматурга на всіх етапах створення театрального проєкту, що сприяє практичній реалізації задумів автора на сцені, за допомогою комунікативної стратегії «живої п'єси», яку сам Жоель Помра називає «ситуативною п'єсою». Перспективу подальших досліджень цієї теми вбачаємо у виявленні особливостей «живої п'єси», ролі адресата у комунікативному процесі творення тексту.

Література:

1. Ubersfeld A. Lire le théâtre III. Le dialogue de théâtre. Paris: Belin, 1996. 224 p.
2. Синявська Л. І. Українська драматургія кінця ХІХ – початку ХХ століття: комунікативні стратегії. Одеса: КП ОМД, 2019. 24 с.
3. Либо Олена URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3396229-ce-dita-zakarpatskogo-oblasnogo-ugorskogo-teatru-putivnik-topvistavami-ukraini.html>.
4. Pommerat J. Théâtre en présence. Arles: Actes Sud, 2007. 56 p.

УДК [378.016.091.21.011.3-051:811.161.2]:376-053.5
DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.13>

Олеся СКОЛОЗДРА-ШЕПІТКО

кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови імені професора Івана Ковалика,
Львівський національний університет імені Івана Франка, skolozdraolesia@ukr.net
ORCID: 0009-0002-8274-8559

ОСНОВИ ІНКЛЮЗИВНОГО НАВЧАННЯ ЯК ВАЖЛИВА ОСВІТНЯ КОМПОНЕНТА ПІДГОТОВКИ ВЧИТЕЛЯ-СЛОВЕСНИКА

Впровадження інклюзивного навчання в заклади загальної середньої освіти вимагає концептуально нового підходу до підготовки вчителя-словесника, який має не лише володіти викладацькою майстерністю, мати добрі теоретичні знання, але й бути компетентним щодо роботи в інклюзивному класі. Тому мета науково-методичної розвідки – запропонувати та описати модульний курс «Інклюзивне навчання в закладах загальної середньої освіти», звернути увагу на методику навчання української мови в інклюзивному класі.

Методи дослідження: аналіз і синтез наукової, науково-методичної літератури та законодавчих документів, пропозиція та доведення науково-методичної гіпотези, узагальнення.

Запропоновано науково-методичні ідеї створення навчальної дисципліни «Інклюзивне навчання в закладах загальної середньої освіти» для студентів спеціальності 014 Середня освіта предметної спеціальності 014.01 Середня освіта (Українська мова і література).

Основними формами проведення занять є класична лекція, лекція-екскурсія до інклюзивно-ресурсного центру, лекція майстер-клас, гостьова лекція та практичні заняття в аудиторіях університету й інклюзивно-ресурсному центрі.

Для самостійної роботи та роботи на практичних заняттях запропоновано зробити порівняльний аналіз теми на вибір у підручниках із української мови та спеціальному підручнику з української мови для дітей із особливими освітніми потребами і з'ясувати, як адаптовано навчальний матеріал для таких учнів.

Звернено також увагу на такий важливий блок дисципліни, як адаптація матеріалів для учнів із різними видами інклюзії (аутизмом, відхиленням у пізнавальному розвитку, порушенням слуху, зору, мовлення, опорно-рухового апарату; складними комплексними порушеннями) та різними рівнями підтримки (від першого до п'ятого). Цей блок поділено на три частини: теоретично-аналітичну (аналіз основних наукових праць та законодавчих документів і написання тез), порівняльну (порівняння підручничкового матеріалу та завдань, уміщених на різних онлайн-платформах) та креативно-практичну (створення адаптивних завдань шляхом гейміфікації, спрощення завдань, створення зображень, схем та флеш-карток тощо).

Запропоновано також ще один варіант самостійної роботи як різновид інформальної освіти – проходження безкоштовного курсу про інклюзивне навчання на відомих освітніх платформах, отримання сертифіката та захист основних положень курсу.

Підсумовано, що в освітньо-професійні програми підготовки вчителів варто додавати обов'язкові та вибіркові дисципліни, пов'язані з інклюзивним навчанням у закладах загальної середньої освіти, що полегшить роботу майбутніх вчителів в інклюзивному класі.

Ключові слова: інклюзивна освіта, діти з особливими освітніми потребами, адаптація навчальних матеріалів, професійна підготовка, майбутні вчителі української мови та літератури.

Olesia Skolozdra-Shepitko. FUNDAMENTALS OF INCLUSIVE EDUCATION AS AN IMPORTANT EDUCATIONAL COMPONENT OF THE LANGUAGE TEACHER'S TRAINING

The introduction of inclusive education in general secondary education requires a conceptually new approach to training a language teacher who should possess excellent teaching skills and good theoretical knowledge, as well as be competent in working in an inclusive classroom. Therefore, the purpose of the scientific and methodological research is to propose and describe a modular course «Inclusive Education in General Secondary Education Institutions», to pay attention to the methods of teaching the Ukrainian language in an inclusive classroom.

The research methods are as follows: analysis and synthesis of scientific, scientific and methodological literature and legislative documents, proposal and proof of a scientific and methodological hypothesis, generalization.

Scientific and methodological ideas for establishing the discipline «Inclusive Education in General Secondary Education Institutions» for students graduating from the specialty 014 Secondary Education of the subject specialty 014.01 Secondary Education (Ukrainian Language and Literature) are proposed.

The main forms of conducting classes are a classical lecture, a lecture-excursion to the inclusive resource center, a master class lecture, a guest lecture and practical classes in the university classrooms and the inclusive resource center.

It is proposed to make a comparative analysis of a topic in Ukrainian language textbooks and a special Ukrainian language textbook for children with special educational needs and find out how the educational material is adapted for such students for independent work and practical classes.

The attention is also drawn to such an important block of the discipline as the adaptation of materials for students with different types of inclusion (autism, cognitive developmental disabilities, hearing, vision, speech, musculoskeletal disorders; severe complex disorders) and different levels of support (from the first to the fifth). This block is divided into three parts: theoretical and analytical (analysis of basic scientific works and legislative documents and writing theses), comparative (comparison of textbook material and tasks posted on different online

platforms) and creative and practical (creation of adaptive tasks through gamification, simplification of tasks, creation of images, diagrams and flash cards, etc.).

Another option for independent work as a type of informal education is offered – attending a free course on inclusive education on well-known educational platforms, obtaining a certificate and defending the main provisions of the course.

It is summarized that compulsory and elective disciplines related to inclusive education in general secondary education institutions should be included in the educational and professional teacher training programs, which will facilitate the work of future teachers in an inclusive classroom.

Key words: inclusive education, children with special educational needs, adaptation of educational materials, professional training, future teachers of the Ukrainian language and literature.

Постановка проблеми та актуальність дослідження. Сьогодні впровадження інклюзивного навчання в закладах загальної середньої освіти стало важливим кроком у правовому, морально-етичному та психолого-педагогічному ракурсах. Тому сучасна українська школа базується на принципах гуманізму, поваги особистості, дитиноцентризму та компетентнісного підходу до навчання.

На законодавчому рівні це гарантують Закони України «Про освіту» та «Про повну загальну середню освіту». Бачимо також, що Стандарти вищої освіти України забезпечують формування у здобувачів освіти інтегральної, загальних та спеціальних компетентностей. Відповідно до Наказу Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України № 2736-20 «Про затвердження професійного стандарту за професіями «Вчитель початкових класів закладу загальної середньої освіти», «Вчитель закладу загальної середньої освіти», «Вчитель з початкової освіти (з дипломом молодшого спеціаліста)» від 23.12.2020 року вчитель повинен володіти такими компетентностями, як: мовно-комунікативна, предметно-методична, інформаційно-цифрова, психологічна, емоційно-етична, здоров'язбережувальна, прогностична, організаційна, інноваційна, рефлексивна, оцінювально-аналітична, компетентності «педагогічне партнерство» та «здатність навчання впродовж життя». Ще однією компетентністю є інклюзивна, яка передбачає: 1) здатність створювати умови, що забезпечують функціонування інклюзивного освітнього середовища; 2) здатність до педагогічної підтримки осіб з особливими освітніми потребами (далі ОПП); 3) здатність забезпечувати в освітньому середовищі сприятливі умови для кожного учня, залежно від його індивідуальних потреб, можливостей, здібностей та інтересів [7].

Тому, як слушно зауважують автори статті «Підготовка майбутніх учителів української мови до роботи в інклюзивному середовищі», робота вчителя в умовах інклюзивної освіти значно розширює його обов'язки, оскільки педагог тепер, крім основних дидактичної, виховної та розвивальної функцій, мусить

реалізовувати ще й діагностичну, корекційну, інклюзивну та рефлексивну функції [6]. Отже, цілком слушним є резюмування, що «майбутні педагоги мають отримати не лише загальну професійну, а й спеціалізовану підготовку з інклюзивної та корекційної педагогіки й психології» [6].

Отож підготовка вчителя-словесника в закладах вищої освіти мусить містити освітню компоненту, пов'язану з інклюзивним навчанням, оскільки випускники спеціальності 014 Середня освіта предметної спеціальності 014.01 Середня освіта (Українська мова і література), потрапляючи на роботу до закладу загальної середньої освіти, нерідко працюють на посаді асистента вчителя або входять до команди супроводу дитини з ОПП. Тому **мета статті** – запропонувати та описати модульний курс «Інклюзивне навчання в закладах загальної середньої освіти», звернути увагу на методіку викладання української мови в інклюзивному класі.

Методи дослідження: аналіз і синтез наукової, науково-методичної літератури та законодавчих документів, пропозиція та доведення науково-методичної гіпотези, узагальнення.

Аналіз останніх досліджень. Аналіз наукової літератури засвідчив, що сьогодні маємо багато ґрунтовних наукових студій, присвячених інклюзії та навчанню дітей з ОПП. Усі праці можна поділити на кілька тематичних груп: наукові роботи, що аналізують законодавчу базу інклюзивної освіти (І. Зозуля, С. Калинюк, А. Колупаєва, Н. Шматко та ін.); праці, присвячені загальнотеоретичним та практичним питанням інклюзивного навчання (О. Зоярнюк, А. Колупаєва, О. Листопад, О. Москалюк, Ю. Найда, Л. Перхун, К. Савостікова, І. Фаловська, І. Хренова, З. Шевців та ін.); наукові розвідки щодо професійної підготовки вчителів та асистентів учителів до роботи в інклюзивному класі (Я. Баранець, О. Дем'янчук, А. Колупаєва, А. Шевцов та ін.). Є уже й чимало наукових студій, присвячених особливостям навчання української мови в інклюзивному класі та підготовці вчителів-словесників до роботи з дітьми з ОПП (І. Даценко, А. Доценко,

В. Механцева, Р. Павлюк, В. Пивоваров, Н. Подлевська, О. Стадніченко, С. Стеблюк, О. Хома та ін.). Зокрема, І. Даценко та Р. Павлюк дослідили особливості адаптування навчальних завдань з української мови для учнів середнього шкільного віку з порушенням мовлення [5]; Н. Подлевська, А. Доценко та О. Стадніченко описали особливості підготовки майбутніх учителів української мови до роботи в інклюзивному середовищі, запропонували такі ефективні методи підготовки майбутніх вчителів, як кейс-метод, аналіз практичних ситуацій, адаптивну методку та методичку диференційованого навчання [6]. С. Стеблюк та С. Хома, аналізуючи наукові підходи до методики навчання мовно-літературної галузі в контексті інклюзивної освіти, виділяють три блоки щодо методики навчання мовно-літературної освітньої галузі в інклюзивному середовищі: загальнотеоретичний, психолого-педагогічний та методичний [8, с. 224]. Г. Блеч описує реалізацію компетентнісного підходу у навчанні української мови школярів із порушеннями інтелектуального розвитку [1]. У праці О. Ферт та Г. П'ятакової проаналізовано стратегії навчання письмового мовлення в учнів із гіперактивністю й порушенням уваги та запропоновано ефективну методичку удосконалення письмового мовлення в таких учнів [10].

Отже, хоч інклюзивне навчання в закладах загальної середньої освіти впроваджено порівняно недавно, однак маємо багато ґрунтовних наукових та науково-методичних студій, навчально-методичних розробок, що сприяють ефективному функціонуванню інклюзивного навчання.

Виклад основного матеріалу. Пропонуємо науково-методичні ідеї створення модульної навчальної дисципліни «Інклюзивне навчання в закладах загальної середньої освіти» для студентів освітньої програми «Середня освіта (Українська мова та література)» спеціальності 014 Середня освіта предметної спеціальності 014.01 Середня освіта (Українська мова і література), яку викладатимуть два фахівці – фахівець спеціальної освіти та філолог-методист. Такий формат дисципліни забезпечить якісне навчання студентів, тому що фахівець спеціальної освіти зможе сформулювати в студентів загальні знання про інклюзивне навчання, різновиди інклюзії, методи роботи з дітьми з особливими потребами; розтлумачити місце інклюзивного навчання в законодавстві. Філолог-методист розвине практичні вміння роботи з такими дітьми на уроках української мови, зокрема покаже, як варто адаптувати навчальний матеріал від-

повідно до рівня підтримки дитини з особливими освітніми потребами. Корисним, на нашу думку, є запрошення й гостей лекторів – практичних фахівців у галузі інклюзивного навчання.

Пререквізитом навчальної дисципліни є психологія, а кореквізитом педагогіка, тому студентам буде неважко опанувати основну термінологію, пов'язану з інклюзивним навчанням.

Під час вивчення дисципліни пропонуємо такі форми проведення занять, як класична лекція, лекція-екскурсія до інклюзивно-ресурсного центру, лекція майстер-клас, гостьова лекція та практичні заняття в аудиторіях університету й інклюзивно-ресурсному центрі. Зокрема лекція-екскурсія до інклюзивно-ресурсного центру допоможе студентам краще побачити злагоджену роботу професіоналів, унаочнить відомості про роботу з документацією тощо. У силабусі навчальної дисципліни пропонуємо лекцію-екскурсію до Лабораторії ресурсного центру з інклюзивної освіти ЛНУ імені Івана Франка (<https://pedagogy.lnu.edu.ua/laboratory/resursnyy-tsentr-z-inkliuzyvnoi-osvity-lnu-imeni-ivani-franka>). Такі заходи передбачені Положенням про Ресурсний центр з інклюзивної освіти Львівського національного університету імені Івана Франка, у якому до основних завдань та функцій центру зараховано: формування інформаційної, навчально-методичної, наукової бази літератури, періодичних видань, електронних ресурсів з проблем інклюзивної освіти в академічному середовищі; організація науково-методичних семінарів для викладачів психолого-педагогічних дисциплін, методик викладання фахових предметів із питань впровадження інклюзивної освіти та ін. У лабораторії є добра матеріально-технічна база, зокрема принтер для друку шрифтом Брайля.

Філологічний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка має підписано кілька меморандумів про співпрацю із закладами загальної середньої освіти, тому студенти матимуть змогу прослухати лекцію майстер-клас про створення індивідуальної програми для дитини з ОПП як результат злагодженої командної роботи дирекції школи, практичного психолога, вчителів-предметників та асистента вчителя.

Важливим елементом дисципліни є поняття адаптації навчальних матеріалів з української мови для учнів з ОПП. Власне цей блок курсу складається з трьох частин. Перша частина – *теоретично-аналітична*, яка передбачає ознайомлення студентів із

науковими та науково-методичними працями, присвяченими питанням адаптації навчальних матеріалів для учнів із ОПП, детальним аналізом цих праць та написанням основних тез статей. Друга частина є *порівняльною* і передбачає порівняння матеріалів певної мовної теми для учнів без ОПП та учнів з ОПП. Для реалізації цього завдання пропонуємо порівняти матеріал чинних підручників з української мови для 6 класу. Студенти виконують письмовий порівняльний аналіз теми на вибір (наприклад, рід іменника). До уваги варто брати подання теоретичного матеріалу, систему завдань, ілюстрації, оформлення підручників. Пропонуємо саме підручники для 6 класу, оскільки для цього класу є підручник, призначений для дітей з особливими освітніми потребами (F70) [3] і його можна завантажити чи читати онлайн. Підручникові матеріали для інших класів треба адаптовувати до потреб кожного учня зокрема, зважаючи на особливості його сприймання, здатності засвоювати та відтворювати матеріал.

У третій частині, яка є *креативно-практичною*, пропонуємо студентам створити адаптовані завдання для учнів з ОПП, враховуючи різновиди інклюзії (аутизм, відхилення в пізнавальному розвитку, порушення слуху, зору, мовлення, опорно-рухового апарату; складні комплексні порушення тощо) та рівні підтримки дитини з ОПП (від першого до п'ятого). Як зазначає О. Гаяш, адаптація навчальної частини в інклюзивному середовищі відбувається шляхом зміни самого процесу навчання, методів ознайомлення з новим матеріалом, диференціації та індивідуалізації навчання, урізноманітнення форм організації пізнавальної діяльності учнів [2]. Для створення адаптивних завдань студенти можуть використовувати гейміфікацію, спрощення завдань, візуалізацію (зображення, схеми, флеш-картки), метод ейдетики, створення інтерактивних завдань на платформах Kahoot, LearningsApp, Wordwall та ін. Цьому завданню передують аналіз кількох навчальних програм та індивідуальних планів для дітей з ОПП, а також лекція майстер-клас від учасників команди супроводу дітей з ОПП.

Ще одним важливим завданням та елементом інформальної освіти є проходження курсу, пов'язаного з інклюзивним навчанням. Для цього пропонуємо здобувачам вищої освіти перелік безкоштовних курсів на платфор-

мах «На урок», «Всеосвіта», «Prometheus», «Ранок» та ін. Щоб отримати за таке завдання бали, студенти повинні показати сертифікат та підтвердити отримані знання на захисті завдання. Для захисту пропонуємо створити презентацію, яка містить такі важливі елементи: 1. Назва курсу, автор, освітня платформа; 2. Основні теоретичні аспекти курсу; 3. Практичне спрямування курсу; 4. Самоаналіз отриманих знань (що було відомим, чого навчилися, що сподівалися почути і що варто було б додати). Крім цього, обов'язковими є відповіді на запитання викладача та інших студентів. Для такого захисту можна використати не стандартні аудиторні заняття, а, наприклад, лекцію-конференцію чи круглий стіл.

Як результат вивчення цієї дисципліни студенти мають зібрати портфоліо, яке складатиметься з таких папок: «Законодавчі матеріали щодо інклюзії», «Приклади адаптованих навчальних програм та планів», «Рубрикована бібліографія», «Електронні версії окремих наукових статей, монографій», «Корисні покликання на матеріали про інклюзію» (важливі сайти, відео, презентації), «Сертифікат та презентація-захист пройденого курсу», «Виконані практичні завдання» та інші (за бажанням). Таке портфоліо буде корисним для студентів, якщо працюватимуть у майбутньому з дітьми з ОПП.

Отже, в освітньо-професійні програми підготовки вчителів варто додавати обов'язкові та вибіркові дисципліни, пов'язані з інклюзивним навчанням у закладах загальної середньої освіти, що полегшить роботу майбутніх вчителів в інклюзивному класі. Хоч, безумовно, робота з дітьми з ОПП потребує індивідуального підходу, толерантного ставлення та розуміння відповідальності за навчання особливої дитини. Навіть учні з однаковим діагнозом по-різному сприйматимуть навчальний матеріал, тому завдання вчителя та асистента вчителя максимально сприяти засвоєнню кожної мовної теми.

Перспективи дослідження. Перспективним є дослідження методики створення адаптивних завдань з української мови та літератури відповідно до різновидів інклюзії та рівнів підтримки дитини з ОПП, а також опис навчального алгоритму проектно-командної роботи – створення (адаптації) індивідуальної навчальної програми для учнів з ОПП (1–2 рівнів підтримки).

Література:

1. Блеч Г. Компетентнісний підхід у навчанні української мови школярів з порушеннями інтелектуального розвитку. *Освіта осіб з особливими потребами: шляхи розбудови*. Том 1. № 16, Київ. 2020. С. 44–60. DOI: <https://doi.org/10.33189/epsn.v1i16.140> (дата звернення: 12.12.2024)

2. Гаяш О. В. Сутність процесів адаптації та модифікації для ефективності навчання учнів з особливими освітніми потребами. *Інновації партнерської взаємодії освіти, економіки та соціального захисту в умовах інклюзії та прагматичної реабілітації соціуму. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Кам'янець-Подільський, 27-28 травня 2021 року*. Кам'янець-Подільський. 2021. С. 172–174.

3. Гнатенко В. С. Українська мова: підручник для осіб з особливими освітніми потребами (F70). 6 клас. Київ, 2020. 192 с.

4. Механцева В. М., Сокуренько В. В. Особливості адаптації навчальних матеріалів з української мови для учнів середнього шкільного віку з порушенням мовлення. *The XVIII International Scientific and Practical Conference «Actual scientific ideas of the development of the latest technologies» (May 06–08, 2024, Lisbon)*. Lisbon, Portugal. 2024. С. 203–209. URL: <https://euconf.com/wp-content/uploads/2024/04/ACTUAL-SCIENTIFIC-IDEAS-OF-THEDEVELOPMENT-OF-THE-LATEST-TECHNOLOGIES.pdf#page=204> (дата звернення: 06.07.2024).

5. Павлюк Р. О., Даценко І. Особливості адаптування навчальних завдань з української мови для учнів середнього шкільного віку з порушенням мовлення. *Освітологічний дискурс*. 2023. № 4 (43). <https://doi.org/10.28925/2312-5829.2023.414> (дата звернення: 10.07.2024).

6. Подлевська Н. В., Доценко А. О., Стадніченко О. О. Підготовка майбутніх учителів української мови до роботи в інклюзивному середовищі. https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/50176/1/A_Dotsenko_N_Podlevska_O_Stadnichenko_PA_FKU.pdf.pdf DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13789519> (дата звернення: 10.12.2024).

7. Про затвердження професійного стандарту за професіями «Вчитель початкових класів закладу загальної середньої освіти», «Вчитель закладу загальної середньої освіти», «Вчитель з початкової освіти (з дипломом молодшого спеціаліста)»: наказ М-ва розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 23.12.2020 р. № v2736915-20. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v2736915-20#Text> (дата звернення: 27.12.2024).

8. Стеблюк С., Хома О. Наукові підходи до методики навчання мовно-літературної освітньої галузі в контексті інклюзивної освіти. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип. 66. Т.3. 2023. С. 222–226. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/66-3-32> (дата звернення: 10.12.2024).

9. Стеченко Т. О., Тютюнник О. М. Підготовка майбутніх вчителів філологів до роботи в інклюзивному освітньому середовищі: практичні аспекти. *Вісник Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка*. 2023. № 23(179). С. 120–124. DOI: 10.58407/visnik.232320 (дата звернення: 10.12.2024).

10. Fert O., Pyatakova H. Written language teaching strategies for students with attention deficits. *English Studies in NBU*. Т1, № 9, (2024). Р. 95–106. DOI: <http://dx.doi.org/10.33919/esnbu.24.1.6> (дата звернення 15.12.2024).

УДК 378.147:81`243:378.016(477)

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.14>**Тетяна СУХАНОВА**

кандидат філологічних наук, доцент, Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», sukhanova72@ukr.net
ORCID: 0000-0002-6569-1346

Ірина КОЛЯДА

старший викладач, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
irina_kolyada_@ukr.net
ORCID: 0000-0002-4904-160X

Катерина ВНУКОВА

старший викладач, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
katiket09@gmail.com
ORCID: 0000-0002-8437-1030

ІНТЕГРАЦІЯ МОВНИХ І ПРОФЕСІЙНИХ ДИСЦИПЛІН У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

У сучасному світі глобалізації та інтеграції іноземна мова відіграє одну з ключових ролей у професійно-му та особистісному розвитку студентів, адже іноземна мова є ключем до глобальної освіти та наукового обміну. Вивчення предметів іноземною мовою дає студентам доступ до новітніх наукових досліджень, міжнародних практик та можливостей для стажування. Інтегроване навчання є ефективним підходом для поєднання вивчення іноземної мови та професійно орієнтованих дисциплін. Мета цієї статті полягає в розкритті особливостей інтегрованого навчання іноземної мови у вищих навчальних закладах, його значення, переваги та виклики. Автори переконані, що інтегроване навчання сприяє підвищенню мотивації студентів завдяки можливості застосовувати мову у реальних та практичних завданнях. Цей підхід дозволяє студентам не лише вивчати теоретичні аспекти мови, але й використовувати їх у контекстах, які є актуальними для їхнього життя чи професійної діяльності. У дослідженні розглядається, як інтегроване навчання формує комунікативну компетенцію та фаховий словниковий запас. Автори стверджують, що воно є потужним інструментом для розвитку критичного мислення, особливо завдяки роботі з іноземними джерелами. Але попри численні переваги, впровадження інтегрованого навчання супроводжується певними труднощами: недостатній рівень володіння іноземною мовою як серед студентів, так і серед викладачів, відсутність навчальних матеріалів, адаптованих для інтегрованого навчання, перевантаження викладачів, які повинні викладати предмет мовою, що не є їхньою рідною, тощо. У статті приділяється увага плануванню й структуруванню заняття, щоб інтегроване навчання було максимально ефективним і забезпечувало одночасне засвоєння фахових знань та розвиток мовних та мовленнєвих навичок. Наводяться приклади завдань, що можна використовувати на різних етапах заняття, залежно від його загальної мети.

Ключові слова: інтегроване навчання, навчання іноземних мов, комунікативні навички, когнітивні здібності, культурний контекст, міждисциплінарні зв'язки, критичне мислення.

Tetiana Sukhanova, Iryna Koliada, Kateryna Vnukova. INTEGRATION OF LANGUAGE AND PROFESSIONAL DISCIPLINES IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

In today's world of globalization and integration, a foreign language plays a pivotal role in students' professional and personal development, serving as a key to global education and scientific exchange. Studying subjects in a foreign language provides students access to the latest scientific research, international practices, and internship opportunities. Integrated learning is an effective approach that combines the study of foreign languages with professionally oriented disciplines. This article aims to explore the features of integrated language learning in higher education institutions, emphasizing its significance, advantages, and challenges. The authors argue that integrated learning enhances student motivation by enabling the practical application of the language in real-world tasks. This approach allows students to learn the theoretical aspects of a language and use it in contexts relevant to their lives and professional activities. The study examines how integrated learning fosters communicative competence and develops a professional vocabulary. The authors assert that it is a powerful tool for cultivating critical thinking, especially through working with foreign sources. However, despite its numerous advantages, the implementation of integrated learning faces certain challenges: insufficient proficiency in a foreign language among students and teachers, a lack of adapted teaching materials, and teacher overload due to teaching subjects in a non-native language, among others. The article addresses the planning and structuring of lessons to ensure that integrated learning is as effective as possible, facilitating the simultaneous acquisition of professional knowledge and the development of linguistic and communicative skills. Examples of tasks are provided for various lesson stages, depending on their overall goal.

Key words: integrated learning, foreign language teaching, communicative skills, cognitive abilities, cultural context, interdisciplinary connections, critical thinking.

Постановка проблеми. Вивченню іноземної мови у вищих навчальних закладах завжди приділялося багато уваги. Але в сучасному світі глобалізації та інтеграції іноземна мова відіграє одну з ключових ролей у професійному та особистісному розвитку студентів, адже іноземна мова є ключем до глобальної освіти та наукового обміну. Вивчення предметів іноземною мовою дає студентам доступ до новітніх наукових досліджень, міжнародних практик та можливостей для стажування. Безсумнівно, що вища освіта стоїть перед необхідністю підготувати студентів до міжнародного співробітництва та роботи в умовах багатокультурного середовища. Саме тому інтегроване навчання є ефективним підходом для поєднання вивчення іноземної мови та професійно орієнтованих дисциплін. **Мета цієї статті** полягає в розкритті особливостей інтегрованого навчання іноземної мови у вищих навчальних закладах, його значення, переваги та виклики.

Інтегроване навчання є методикою, що поєднує вивчення кількох дисциплін одночасно. У контексті іноземної мови цей підхід полягає у викладанні навчальних предметів мовою, яка не є рідною для студентів. Форми й методи інтегрованого навчання дозволяють студентам вивчати іноземну мову не ізольовано, а в процесі засвоєння фахових дисциплін. Це сприяє не лише розвитку мовленнєвої компетенції, а й глибшому розумінню цих дисциплін.

Аналіз останніх досліджень. Вітчизняні й зарубіжні фахівці зробили вагомий внесок у розвиток теорії та практики інтегрованого навчання, особливо у контексті викладання іноземних мов у вищій освіті. Вони запропонували як теоретичні основи, так і конкретні методичні інструменти для успішної реалізації цього підходу. Авторами було зроблено важливі й цікаві дослідження. Одним із перших дослідників методів інтегрованого навчання за змістом і мовою був Девід Марш. Він визначив ефективні підходи до інтеграції предметного навчання та вивчення мови – CLIL (Content and Language Integrated Learning). Окреслив можливості CLIL для підвищення конкурентоспроможності студентів у Європі [5]. До Койл розробила підхід, що базується на чотирьох складових: зміст, спілкування, мислення, культура. Вона запропонувала інтеграцію когнітивного розвитку та культурної компетенції у процесі вивчення мови [2]. Пітер Мехісто вивчав організаційні умови успішного впровадження CLIL у навчальних закладах. Він розкрив важливість мотивації студентів до навчання, заува-

жував необхідність підтримки викладачів для успішної реалізації інтегрованого навчання [6]. Естер Де Йонг досліджувала, як інтегроване навчання сприяє мовленнєвому зануренню та розвитку академічної грамотності студентів. Вона визначила, як CLIL підвищує здатність студентів до критичного мислення [4]. Полін Гіббонс зосередилася на методах підтримки студентів у процесі вивчення предметів іноземною мовою. Вона запропонувала поетапну підтримку ефективного засвоєння матеріалу іноземною мовою [3]. Філ Болл розробив практичні методики та завдання для інтегрованого навчання. Він запропонував конкретні інструменти для підготовки уроків, що поєднують предметний зміст і мову [1]. Вітчизняні фахівці продовжують досліджувати інтегроване навчання в освітньому середовищі, розробляють практичні рекомендації для українських вишів. Вони пропонують методики адаптації автентичних матеріалів та інтеграції цифрових технологій в Україні [7, 8, 9, 10].

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтегроване навчання може реалізуватися через різноманітні форми й методи. Наприклад, проєктне навчання, під час якого студенти виконують міждисциплінарні проєкти іноземною мовою, що поєднують спеціальні знання та мовленнєву компетенцію. Кейс-методи – вирішення професійних завдань, що вимагають аналізу ситуацій іноземною мовою. Важливою є інтеграція з іншими дисциплінами, тобто викладання спеціальних предметів (економіки, інженерії, медицини) повністю або частково іноземною мовою. Слід згадати також цифрові технології – використання онлайн-платформ, відеолекцій, інтерактивних завдань для поглиблення знань як з предмета, так і з іноземної мови.

Безперечно інтегроване навчання має цілу низку переваг. Воно сприяє підвищенню мотивації студентів завдяки можливості застосовувати мову у реальних та практичних завданнях. Такий підхід дозволяє студентам не лише вивчати теоретичні аспекти мови, але й використовувати їх у контекстах, які є актуальними для їхнього життя чи професійної діяльності. Наприклад, виконання проєктів, написання електронних листів або участь у командних дискусіях створюють відчуття значущості навчання. Це допомагає студентам усвідомити, що мова є не просто предметом у розкладі, а інструментом для досягнення конкретних цілей, що, у свою чергу, мотивує їх до активнішої участі в освітньому процесі.

Крім того, інтегроване навчання формує комунікативну компетенцію та фаховий слов-

никовий запас, адже воно зосереджується на використанні мови у реальних комунікативних ситуаціях. Студенти навчаються висловлювати свої думки, аргументувати позиції та брати участь у діалогах, що сприяє розвитку їхньої мовленнєвої впевненості. Завдяки інтегрованому підходу вони засвоюють фаховий словниковий запас, оскільки виконують завдання, які пов'язані з їхньою майбутньою професією. Наприклад, під час обговорення кейсів, написання звітів чи презентацій за фаховою тематикою студенти не лише засвоюють терміни, а й навчаються використовувати їх у відповідному контексті. Така методика забезпечує підготовку до реальних викликів професійної діяльності, роблячи навчання максимально практичним та результативним.

Інтерактивне навчання є потужним інструментом для розвитку критичного мислення, особливо завдяки роботі з іноземними джерелами та вирішенню кейсів. Аналіз текстів іншою мовою змушує студентів глибше занурюватися у зміст, порівнювати різні точки зору, оцінювати достовірність інформації та формувати власні висновки. Вирішення кейсів додає практичний вимір: учні мають знайти ефективне рішення конкретної проблеми, використовуючи логіку, творчий підхід і мовленнєві навички. Такий процес не лише розвиває когнітивні здібності, а й навчає працювати з різними форматами інформації, що є важливим для їхньої майбутньої професійної діяльності.

Світова спільнота все більше підкреслює важливість інтегрованого навчання під час підготовки до академічної мобільності, стажувань і роботи у міжнародному середовищі. Цей підхід дозволяє студентам здобувати не лише теоретичні знання, а й практичні навички, які допомагають адаптуватися до вимог сучасного глобалізованого світу. Завдяки інтегрованому навчанню вони краще опановують мову, вивчають культурні особливості інших країн та розвивають міжкультурну компетентність. Це особливо важливо в умовах міжнародного середовища, де комунікація, вміння працювати в багатонаціональних командах і швидка адаптація до нових умов є ключовими чинниками успіху. Таким чином, інтегроване навчання стає важливим інструментом для підготовки молоді до ефективної участі у світовій професійній та академічній спільноті.

Попри численні переваги, впровадження інтегрованого навчання супроводжується певними труднощами. По-перше, недостатній рівень володіння іноземною мовою як серед студентів, так і серед викладачів. Це може ускладнювати процес сприйняття матеріалу,

обмежувати можливості для активного обговорення та взаємодії, а також знижувати ефективність засвоєння знань. Викладачі, які недостатньо впевнено володіють мовою, можуть мати труднощі з підготовкою навчальних матеріалів, проведенням занять та забезпеченням якісного зворотного зв'язку. У свою чергу, студенти з низьким рівнем мовленнєвих навичок часто відчують страх перед комунікацією, що гальмує їхню активність і розвиток. Для подолання цих труднощів важливо забезпечити додаткову мовну підготовку, залучати кваліфікованих фахівців і створювати сприятливе середовище для навчання. По-друге, відсутність навчальних матеріалів, адаптованих для інтегрованого навчання, також є суттєвою перешкодою. Багато існуючих ресурсів не враховують потреби інтеграції мови та предметного змісту, що змушує викладачів витрачати додатковий час на підготовку матеріалів або адаптацію вже наявних. Це може впливати на якість навчального процесу, оскільки такі матеріали не завжди відповідають стандартам як з точки зору фахового змісту, так і мовного рівня. Відсутність структурованих посібників, розроблених для інтегрованого підходу, ускладнює завдання для студентів, які не мають достатньої підтримки у вивченні мови в контексті своєї спеціальності. Для вирішення цієї проблеми необхідно розробляти навчальні ресурси, які поєднують мовну підготовку з професійним контекстом, а також впроваджувати програми підготовки викладачів для ефективного використання таких матеріалів. По-третє, перевантаження викладачів, які повинні викладати предмет мовою, що не є їхньою рідною, є ще однією значною проблемою інтегрованого навчання. Вимога вести заняття іноземною мовою вимагає від викладачів не лише глибоких знань свого предмета, але й високого рівня володіння мовою, що створює додаткове навантаження. Підготовка лекцій, розробка навчальних матеріалів та проведення занять іншою мовою потребує значно більше часу та зусиль. Це може призводити до професійного вигорання, зниження ефективності викладання та навіть відмови від участі в інтегрованих програмах. Для вирішення цієї проблеми важливо організувати курси мовної підготовки для викладачів, надавати їм методичну підтримку та заохочувати до професійного розвитку у сфері інтегрованого навчання. Нарешті, опір традиційного метода навчання, який зберігається у багатьох закладах освіти, також є суттєвим бар'єром для впровадження інтегрованого навчання. Багато викладачів, які звикли до традиційних підходів, не завжди готові

змінювати свої методи роботи, адже це вимагає перегляду усталених практик, освоєння нових технологій та підходів до викладання. У таких закладах часто відсутня культура інновацій, а інтегроване навчання сприймається як зайве ускладнення. Крім того, адміністрація деяких закладів може не надавати достатньої підтримки для впровадження змін, через що викладачі залишаються сам на сам із новими викликами. Подолання цього опору можливе через організацію тренінгів, демонстрацію успішних прикладів інтегрованого навчання та забезпечення ресурсами для підтримки викладачів у перехідному періоді.

В Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» (НТУ «ХПІ») на кафедрі іноземних мов розроблено посібник «English for Computer Science and Information Technologies», що відповідає потребам інтегрованого навчання студентів, які вивчають комп'ютерні науки. Кожен розділ цього посібника містить велику кількість текстових, відео та аудіо матеріалів на розширення словникового запасу, розвиток комунікативних навичок, уміння працювати самостійно та в команді. Усі тексти, аудіо– та відеоматеріали відібрані з автентичних професійних або науково-популярних джерел.

Наведемо приклади завдань, що можна використовувати на різних етапах заняття, залежно від його загальної мети. Наприклад, працюючи над темою «Web Design», студенти англійською мовою висловлюють свої думки щодо великої кількості різноманітних питань: What is meant by web design? What in your opinion are the most important aspects in web design? Have you ever created a web site? What do you need to build a website? What does a well-designed website mean? Are all web design elements effective? та багатьох інших. Обговорення такого роду питань є ключовим елементом під час інтегрованого навчання, адже воно сприяє глибшому розумінню матеріалу та розвитку критичного мислення. Воно дає можливість студентам аналізувати інформацію з різних точок зору, інтегруючи знання з іноземної мови й комп'ютерних наук. Крім того, обговорення тем допомагає формувати цілісне уявлення про загальну тему, встановлювати зв'язки між теорією й практикою, а також розвивати комунікативні навички. У процесі обговорення студенти навчаються висловлювати свої думки, аргументувати їх, слухати інших і співпрацювати для пошуку ефективних рішень. Це стане особливо важливою навичкою в реальних професійних ситуаціях, де успіх залежить від командної роботи та здатності розуміти різні аспекти

проблеми. Таким чином, обговорення стає потужним інструментом навчання, що готує студентів до практичної діяльності у сучасному міждисциплінарному світі.

Робота з лексикою в інтегрованому навчанні є важливим компонентом, адже вона сприяє глибшому засвоєнню нових термінів і понять у різних контекстах. Розглянемо декілька варіантів завдань, які можна виконати, щоб ефективно опрацювати лексику.

1. З метою розвитку навичок розуміння лексики через контекст і міждисциплінарні зв'язки можна провести контекстуальний аналіз. Наприклад, дати студентам текст із термінами з різних дисциплін. У рамках теми «Web Design» можуть бути слова, пов'язані з дизайном, програмуванням і маркетингом. Студенти аналізують значення цих слів у контексті, а потім обговорюють, як їх значення змінюється залежно від сфери використання.

2. Вивчаючи терміни в реальних контекстах, для розвитку комунікативних навичок можна застосовувати рольові ігри. Працюючи у групах, студенти виконують завдання, пов'язані з реальними професійними ситуаціями. Наприклад, одна група працює над презентацією дизайну сайту клієнту, а інша розробляє технічне обґрунтування. В процесі вони використовують відповідну лексику.

3. Для розвитку мовленнєвої компетенції та глибшого розуміння культурних відмінностей у використанні лексики доречно виконувати «перекладацькі» вправи, тобто переклад термінів або коротких текстів із рідної мови на цільову (наприклад, із української на англійську). Під час подібної роботи студенти пояснюють, чому вибрали той чи інший переклад, і обговорюють, чи потрібна адаптація термінів.

4. Щоб закріпити лексику в легкій та цікавій формі, варто звернутися до різних видів ігрових вправ. Наприклад, гра «Вгадай слово»: один студент пояснює термін без його прямого називання, а інші вгадують. Адаптуючи цю гру під тему «Web Design», варіантами можуть бути: shows what your future website will look like (mockup); something that is used as a pattern for producing other similar things (template).

Такого роду завдання допомагають зробити вивчення лексики інтегрованим, залучаючи знання з реальних контекстів. Вони не лише розвивають мовленнєву компетентність, а й формують міждисциплінарне мислення.

У контексті інтегрованого навчання корисним, цікавим і ефективним завданням може бути аналіз сайту університету. Така робота дозволить студентам застосувати теоретичні

знання в реальних умовах, інтегруючи мову, технології та критичний аналіз у процес навчання. Студентам пропонується відвідати офіційний сайт університету та знайти певну інформацію, наприклад: розклад занять, контактну інформацію викладачів, інформацію про доступні навчальні програми або правила вступу. Під час виконання завдання вони мають звертати увагу на такі аспекти: «Що було легко знайти? Що виявилось складним для пошуку? Чому, на їхню думку, цей сайт є зручним або незручним? Які позитивні та негативні аспекти вони помітили у структурі та дизайні сайту?»

Цю роботу можна виконувати в парах або групах. Після виконання завдання студенти презентують свої висновки, використовуючи тематичну лексику. Обговорення допомагає виробити спільне бачення й розвинути аналітичні навички.

Висновки. Таким чином, інтегроване навчання дозволяє студентам вивчати іноземну мову не ізольовано, а в процесі засвоєння фахових дисциплін, що сприяє не лише розвитку мовленнєвої компетенції, а й глибокому розумінню дисциплін, які будуть необхідні студентам у їхній майбутній професійній діяльності. Інтегроване навчання підвищує мотивацію студентів, оскільки вони застосовують мову в практичних завданнях. Воно формує комунікативну компетенцію та фаховий словниковий запас, адже зосереджується на використанні мови у реальних комунікативних ситуаціях. Інтерактивне навчання є потужним інструментом для розвитку критичного мислення. Аналіз текстів іншою мовою змушує студентів глибше зану-

рюватися у зміст, порівнювати різні точки зору, оцінювати достовірність інформації та формувати власні висновки. Такий процес не лише розвиває когнітивні здібності, а й навчає працювати з різними форматами інформації. Обговорення різноманітних тем, які пов'язані зі спеціальністю студентів, стає потужним інструментом навчання, що готує їх до практичної діяльності у сучасному міждисциплінарному світі. У межах інтегрованого навчання вправи зі словотвору можуть стати потужним інструментом розвитку мовленнєвих навичок, критичного та творчого мислення. Використання інтерактивних вправ, ігор та досліджень у процесі роботи над словотвором робить навчання не лише ефективним, але й цікавим. Студенти залучаються до активної роботи, навчаюся аналізувати, узагальнювати та творчо підходити до вирішення завдань. У контексті інтегрованого навчання творчі завдання дозволяють студентам застосовувати теоретичні знання в реальних умовах, інтегруючи мову, технології та критичний аналіз у процес навчання. Дискусії допомагають виробити спільне бачення, розвинути аналітичні навички, критичне мислення, креативні здібності. Отже, Інтегроване навчання іноземної мови у вишах є потужним інструментом для підготовки конкурентоспроможних фахівців. Впровадження цього підходу потребує підтримки на рівні адміністрації вишів, підготовки викладачів та розробки якісних навчальних матеріалів. Поступове впровадження інтегрованого навчання сприятиме підвищенню якості освіти та забезпечить студентам необхідні навички для успішної кар'єри у глобалізованому світі.

Література:

1. Ball P., Kelly K., Clegg J. Putting CLIL into Practice. Oxford Handbooks for Language Teachers, 2015. 336 p.
2. Coyle D., Hood P., Marsh D. Content and Language Integrated Learning. Cambridge University Press, 2010. 182 p.
3. Gibbons P. Scaffolding Language, Scaffolding Learning. University of Technology, Sydney, Australia, 2014. 260 p.
4. Jong E. Foundations for Multilingualism in Education: From Principles to Practice. Caslon Pub., 2011. 288 p.
5. Marsh D. The European Dimension: Actions, Trends and Foresight Potential. UniCOM, Continuing Education Centre, 2002. 203 p.
6. Mehisto P., Marsh D., Uncovering CLIL: Content and Language Integrated Learning in Bilingual and Multilingual Education. Macmillan Education, Oxford, 2008. 238 p.
7. Дольнікова Л. В. Інтеграція та систематизація змісту фундаментальних дисциплін у вищій школі як передумова формування фахової компетенції випускника вищої школи. *Педагогічні інновації у фаховій освіті*. 2011. Вип. 2. С. 49–56.
8. Мілютіна О., Федченко К. Інтегроване навчання як сучасний підхід до викладання іноземної мови в педагогічних закладах вищої освіти. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Серія «Педагогічні науки»*. 2023. Вип. 3. С. 498–509.
9. Письменна І. І. Імплементация зарубіжного досвіду щодо використання принципів інтегрованого навчання у вищій школі. *Вісник університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія»*. 2019. № 1 (17) С 169–174.
10. Сажко Л. А. Інтегративна основа навчання іноземних мов. *Вісник київського лінгвістичного університету. Серія «Педагогіка і психологія»*. 2011. Вип. 19. С. 18–25.

УДК 821.111-3.09:81'38

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.15>**Юлія ТОРГОВЕЦЬ**кандидат філологічних наук, доцент кафедри германської філології, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, y.torhovets@kubg.edu.ua

ORCID: 0000-0002-2324-8215

**ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ
КОМІЧНОГО У ЗБІРЦІ НАРИСІВ ДЖЕРЕМІ КЛАРКСОНА
«ЯК Я ВЖЕ КАЗАВ... СВІТ ЗА КЛАРКСОНОМ»**

У статті здійснено спробу виявити лексико-стилістичні засоби вираження комічного у збірці нарисів відомого британського ведучого та журналіста Джереми Кларксона «Як я вже казав... Світ за Кларксоном». Сміх – важлива, властива лише людям і певним приматам, підсвідома, еволюційна реакція на комічне. Більшість науковців погоджується, що комічне є категорією естетики, філософії, психології, літературознавства та лінгвістики, яка описує явища та об'єкти реальності через призму осміяння або жартівливого ставлення до них. Механізми творення комічного здавна перебували у фокусі уваги дослідників, і з часом це питання не втратило своєї актуальності.

Досягнення комічного ефекту у вибраних нарисах Джереми Кларксона здійснюється шляхом використання іронії, гіперболи, порівняння, градації, парцеляції та метафори, які розкривають емоційно-психологічний стан автора, виражають його критичне, подекуди, зневажливе ставлення до суспільно-політичних норм та стереотипів. Ключову роль серед перерахованих лексико-стилістичних засобів відіграє іронія. Вона стає потужним інструментом у майстерних руках автора, оскільки, завдяки своїй двоплановості, дозволяє йому маніпулювати змістом, створюючи контраст між буквальним значенням і тим, що насправді мається на увазі. Комічність ситуації створюється завдяки використанню автором логічно або семантично несподручаних елементів, введенню одиниць низької передбачуваності, що призводить до когнітивного дисонансу і логічного збою читача, адже часто така несумісність є абсурдною, що у свою чергу викликає сміх або усмішку.

Водночас результати дослідження показали, що автор вдається до використання складного комізму, який вимагає від читача наявності певного рівня фонових знань, необхідних для повноцінного розуміння та інтерпретації інформації, закладеної у тексті.

Ключові слова: комічне, іронія, гіпербола, ефект обманутого очікування.

**Yuliia Torhovets. LEXICAL AND STYLISTIC MEANS OF COMIC IN THE COLLECTION
OF ESSAYS “AS I WAS SAYING ... THE WORLD ACCORDING TO CLARKSON”
BY JEREMY CLARKSON**

This article is an attempt to outline the lexical and stylistic means used to express the comic in the collection of essays by a renowned British presenter and journalist Jeremy Clarkson «As I Was Saying... The World According to Clarkson». It has been established that laughter is an important, subconscious, evolutionary reaction to the comic, which is unique to humans and certain primates. Although the researchers have long been interested in the category of comic, this issue has not lost its relevance over time.

Most scholars agree that the comic describes phenomena and objects of reality through the lens of mockery or a humorous attitude. The comic effect in Jeremy Clarkson's essays is achieved through the masterly use of irony, hyperbole, simile, gradation, parcellation and metaphor. These stylistic devices reveal the author's emotional and psychological state, expressing his critical, sometimes contemptuous, attitude towards social norms, politics and existing stereotypes. Irony plays a pivotal role in creating a comic effect. It becomes a powerful tool in the skilled hands of the writer, as its ambiguous nature allows the author to manipulate the content, creating a contrast between what is said and what is actually meant. The study has also shown that the use of logically or semantically incompatible elements, along with the introduction of elements of low predictability, creates the effect of deceived expectation, which confuses the reader and leads to cognitive dissonance or logical disruption. Thus, laughter arises as a reaction to the absurdity of this incompatibility.

The research results have revealed that the author employs «complex comic», which requires the reader to possess a certain level of background knowledge (cultural, contextual and social nuances); this prerequisite makes a deeper understanding of the information decoded in the text possible.

Key words: comic, irony, hyperbole, the effect of deceived expectation.

Постановка проблеми. Сміх займає важливе місце в нашому житті, оскільки є унікальною рисою властивою тільки людям та деяким приматам [11]. З точки зору еволюції сміх є сигналом – «все гаразд, можна розслабитися», а з погляду неврології – це доволі складний процес, в якому залучено багато різ-

них частин мозку [9]. Сміх – форма соціальної взаємодії, яка сприяє формуванню та підтримці міжособистісних зв'язків та стосунки [12]. Кожна людина, незалежно від віку, статі, соціального статусу чи культурних традицій, може знайти щось, що її розвеселить. Однак сміх – явище несвідоме, щирий сміх важко

імітувати, оскільки він є реакцією на комічне, на ту чи іншу ситуацію, синтезом радості і злості, або розрядкою від напруги [3, с. 11]. Сміх та його вплив на організм здавна цікавили дослідників, особлива увага приділялася соціальним, фізіологічним та психофізичним механізмам його виникнення. У цьому контексті особливої значущості набуває категорія комічності та способи її вербалізації, оскільки традиційно вважається, що сміх є реакцією на комічне.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові дослідження категорії комічного ведуться ще з часів Платона та Арістотеля і охоплюють значущі питання від власне його природи і типів до засобів вираження (О. М. Калита, О. Я. Кузьмич, Л. І. Мацько, Д. В. Мовчан, Є. С. Стрельнікова, А. І. Савчук, В. О. Агеєва).

Мета статті – проаналізувати лексико-стилістичні засоби творення комічного у збірці нарисів відомого британського ведучого та журналіста Джеремі Кларксона «Як я вже казав... Світ за Кларксоном».

Виклад основного матеріалу дослідження. Традиційно комічне розглядають як категорію естетики, філософії, психології, літературознавства і лінгвістики, яка характеризує об'єкти й явища дійсності з більшою або меншою мірою осміяння [2, с. 35]. Однак варто пам'ятати, що комічне (*грец. komikos – веселий, смішний*) обов'язково смішне, але не все те, що смішне, можна назвати комічним... Комічне завжди змістовне, несе в собі різне емоційне забарвлення – від глибокого обурення до доброзичливого жарту [10, с. 64].

Воно виникає як результат контрасту, протиріччя: форми – змісту, мети – засобам, дії – обставинам, сутності – її видимості, причини – наслідку, процесу – його результату, реальності – її уявленням про неї і под. Ефект очікування у реципієнта викликаний передусім самим змістом тексту, у ході викладу подій якого спостерігається логічний збій. Реципієнт сміється під час сприйняття такої інформації, до якої він не є підготовленим попереднім змістом або власним досвідом. Різновидом ефекту несподіванки є різного роду дисонансні явища, за яких навмисно порушуються автором логічна, семантична, синтаксична сполучуваність... Усі вказані прийоми досягнення комічного ефекту основані на маніпуляції зі змістом [2, с. 36].

Таким чином, комічне відображає невідповідність між недосконалим, віджилим, неповноцінним змістом явища чи предмета і його формою, що претендує на повноцінність і значущість, між важливою дією і її

недосконалим результатом, високою метою і непридатним засобом. Вияв і розкриття цієї невідповідності породжує почуття комічного. [5, с. 3–4].

Загальною теоретичною основою, що об'єднує усі точки зору на комічне, є розуміння його як певного протиріччя, відхилення від норми, внаслідок якого виникає «другий план» повідомлення, який різко контрастує з першим [3, с. 10]. Залежно від емоційного наповнення і наявності раціонально-оцінкового компонента виділяють два основні типи комізму: простий (елементарний) і складний. Простий комізм характеризується поверховістю та нейтральністю. Він нічого не критикує, не потребує глибокого аналізу, якихось особливих знань при декодуванні. Складний комізм обов'язково спонукає до аналізу і роздумів, він містить оцінку, яка ґрунтується на суспільному досвіді, вироблених суспільством ідеалах та цінностях [4, с. 13].

На думку В.О. Агеєвої, засобами створення комічного ефекту вважаються стилістичні прийоми, такі як іронія, сарказм, каламбур, алюзія, перифраза, оксюморон, метафора тощо, оскільки, як правило, комічний ефект породжує відхилення, яке надає додаткове значення, другий план, що різко контрастує з першим, у такий спосіб сміх викликається порушенням когнітивних правил [1, с. 57].

Серед лексико-стилістичних засобів вираження комічного у збірці нарисів Джеремі Кларксона особливе місце належить іронії. Іронія (*грец. εἰρωνεία – лукавство, насмішка*) – слово або словесний зворот, що набувають змісту прямо протилежного до їхнього буквального значення [10, с. 57]. Поняття іронії полісемантичне; етимологічно пов'язане зі словами лукавство, глузування, прихований гумор [6, с. 61].

Особливістю іронії є співіснування двох смислових планів – прямого експліцитного й імпліцитного, що суперечить прямому. Іронія реалізується як спосіб вираження авторських інтенцій, причому інтенсивність емоційної насмішки може варіюватися від добродушної до в'їдливої [8, с. 102].

Приклад віртуозного використання автором іронії можна побачити у наступному уривку:

Obviously I had to cancel it. Which meant ringing a cheerful computer that asked me to say my sixteen-digit number. I read it out. But it didn't understand. So I used my best Richard Burton voice and tried again. It still didn't understand. And then I lost the signal. And had to start again [13, с. 5].

Для розкодування іронічної інформації, закладеної у фрагменті, необхідно загли-

битися у смислову неоднозначність фрази *a cheerful computer*. Майстерно підібраний метафоричний епітет наділяє комп'ютер людськими рисами: бадьорістю та веселістю, що не є притаманним цифровому помічнику на основі ШІ, оскільки програми позбавлені емоцій та почуттів. Подальший досвід спілкування Кларксона з комп'ютером розкриває іронічний відтінок вдало підібраних лексичних одиниць. Використання антропоніма Річард Бартон (британський актор відомий своїм сильним та водночас м'яким баритоном [14]), вказує на неймовірні зусилля, яких доклав автор для покращення виразності свого мовлення, але «*a cheerful computer*», ніби знущаючись з нього, нічого не зрозумів. Негативний емоційно-психологічний стан автора підсилюється парцеляцією останніх елементів: одне речення ніби поділене на частини, що, на нашу думку, покликано імітувати вимову кризь стиснуті зуби.

To try to see if he was indeed dying. I turned on a satellite tracking device that would pinpoint his precise position ... Guess what. It didn't work. I'd have been better off trying to work out where James was by using nothing but a forked stick [13, с. 8].

Джеремі Кларксону вдається тонко розкритикувати прилад супутникового стеження, надаючи свою суб'єктивно-авторську оцінку цьому девайсу. Іронія реалізується шляхом невідповідності прямого змісту висловлювання ситуації. Таким чином, фраза *be better off* зазвичай виражає пораду, думку, що певна дія є корисною для її виконавця і очікувано призведе до позитивних результатів. Однак іронічний ефект виникає саме за рахунок контрасту між ситуативним контекстом та прямим значенням елементу, адже навряд роздвоєна палиця є кращим знаряддям для відстеження та пошуку, ніж прилад супутникового стеження.

Compared with the jails found in other countries in this part of the world, they are not bad, apparently. Only some mouthfuls of food contain insects, and many of the latrines are occasionally emptied. In addition the straw in your mattress is changed from time to time, and the hospital is said to have a complete set of pliers [13, с. 24].

Тонкість іронії у наведеному прикладі полягає у зіткненні двох планів: експліцитного – твердження, що індонезійські в'язниці доволі непогані, та імпліцитного – розуміння, що комахи в їжі в будь-якій кількості, матрац із соломи, яку інколи замінюють, і наявність повного набору плоскогубців – це не просто погано, а жахливо.

But sadly, because of modern technology, I can't enjoy any of the things it has to offer. Not its wine or its sunshine or even the scrutiny of its fastidiously attentive paparazzi. Because on the way there I lost my credit card [13, с. 5].

Для вираження прихованої насмішки автор не лише використовує іронію, але й створює легкий контраст, чим викликає у читача логічний збій, перераховуючи речі, якими він не зможе насолодитися через втрачену кредитну картку. У той час як ми можемо зрозуміти рівень задоволення від хорошого вина та сонечка, прискіпливо уважні папараці вносять певний дисонанс у змальовану ідилію. Відповідно, комічний ефект створюється як за рахунок контекстуального переосмислення фрази *I can't enjoy*, так і введенням елементу несподіванки.

Таким чином, задля досягнення комічного ефекту Джеремі Кларксон часто порушує логічну та семантичну сполучуваність, використовуючи ефект обманутого очікування, який є одним із типів актуалізації, що полягає у контрасті, який виникає при заміні звичного, «очікуваного» за умов даного контексту елементу на елемент низької передбачуваності [8, с. 101].

When a local council in Devon announced that it would no longer be using apostrophes in its street signs, middle England painted its face blue and erupted in a rousing, teeth-gnashing chorus of, «They can take our savings. They can take our land. They can take our children. But they can't take our apostrophes» [13, с. 10].

Автору вдалося колоритно і життєво змалювати британську прив'язаність до традицій та консерватизму, які виражаються в їхній радикальній налаштованості та готовності протистояти будь-яким, навіть незначним, змінам. Комічність ситуації реалізується шляхом використання паралелізму та градації, які сприяють нарощенню смислового та емоційного навантаження фрагменту. Однак останній елемент, який за логікою має бути кульмінаційним моментом (*But they can't take our apostrophes*) не виправдовує очікування читача.

God's not daft. He made dry land for nice stuff such as giraffes and koalas and supermodels. And for all the failed experiments – anything dangerous or ugly – he created an environment where nice stuff couldn't breathe. The sea [13, с. 21].

Логічний ланцюжок, який наводить автор, надаючи перелік приємних та милих, на його думку, створінь таких як жирафи та коали, порушується введенням лексеми *supermodels*, оскільки вони не є представниками світу тварин. Таке введення порушує логічну послі-

довність викладу та створює ефект обманутих очікувань, адже лексема *supermodels* у зазначеному фрагменті є елементом низької передбачуваності.

When you pick up your mobile phone in the middle of the afternoon and it's a man claiming he can clear all your debts and help you lose weight at the same time, you have to have the IQ of a vole to think «Hmmm. This sounds interesting» [13, с. 28].

У наведеному прикладі, порушення логічної сполучуваності призводить до смішних та несподіваних результатів, оскільки елементи *he can clear all your debts* та *help you lose weight at the same time* не співвідносяться між собою, оскільки відносяться до різних сфер життя: фінансової та побутової. Абсурдність думки, що хтось може повірити такій пропозиції, викликає осміяння та критику.

It happens everywhere. Stone-clad houses. Hideous double glazing. Disease-infested cruise liners. And the Iberian peninsular, which is a graveyard for broken dreams of a million suckers. You can have a villa by the sea for just 1.99. No. You. Can't [13, с. 28].

Майстерно використовуючи градацію, парцеляцію та метафору, автор виражає своє несхвальне ставлення до легковірних людей. У нього відсутнє відчуття жалю до людей, які дали себе ошукати, про це свідчить метафора *And the Iberian peninsular, which is a graveyard for broken dreams of a million suckers*. Іберійський півострів уподібнюється цвинтарю, оскільки змальовується місцем де мріям мільйонів людей не вдалося втілитися в життя. Примітно, що Кларксон зумисно утримується від використання нейтрально забарвленої лексеми *people* (люди), натомість вводить вульгаризм – лексему, що має знижене (пейоративне) забарвлення і перебуває за межами літературної норми [7, с. 434] – *suckers* (лохи), що ілюструє негативні емоції автора, його зневажливе та неприязне до них ставлення. Парцеляція додає експресивності фрагменту, передає емоційно-психологічний стан автора, його роздратування такою легковірністю, надаючи особливого виділення та експресивності останнім елементам фрагменту.

Серед лексико-стилістичних засобів, які нерідко використовує у своїх творах Джеремі Кларксон, особливе місце займає порівняння:

Can I let you into a secret? They don't work. They didn't work when I went to the North Pole, they didn't work when I was in the Atacama desert, and when I tried to speak to James yesterday it sounded as if I was connected to a group of seagulls that had gathered around a drowning eunuch [13, с. 8].

З метою досягнення максимального ефекту автор використовує паралельні конструкції, які слугують інструментом підсилення рівнозначності елементів у наведеному фрагменті, доводячи думку, що супутникові телефони – це марна трата грошей, адже вони не виконують свою функцію. Варто зазначити, що використання топонімів *the North Pole* та *Atacama desert* надають думці логічної аргументації, конкретності та достовірності, вказуючи на реально існуючі географічні локації. Кульмінаційним елементом розгортання думки стає порівняння *it sounded as if I was connected to a group of seagulls that had gathered around a drowning eunuch*, яке, завдяки своїй яскравості, створює зорові та звукові образи, дивуючи читача неочікуваністю та певною абсурдністю, що підкреслює комічність ситуації.

Skating is just as bad. You may imagine that your local rink is a lot of jolly Torvill and Dean wholesomeness, and that as a result of that the "first aid room" is full of nothing but a jolly nurse with a tin of sticking plasters. But it's like Damascus in there [13, с. 20].

У наведеному фрагменті, створення комічного ефекту можливе за умови володіння читачем певним рівнем фонових знань. Автор створює жвавий і легкий образ безтурботного катання на ковзанці шляхом використання антропонімів Торвел і Дін (британських танцюристів на льоду, які у 80-х роках прославилися завдяки своєму незвичайному стилю катання), відомих представникам британської культури, зокрема середнього та похилого віку. Однак цей затишок і відчуття безпеки вщент розбивається порівнянням ковзанки з Дамаском – столицею та 2-м за величиною містом у Сирії, яка потерпає від бойових дій. Топонім Дамаск з часом набуває певної метафоричності і у фрагменті використовується як символ збройних сутичок та насильства. Відповідно, читач, який володіє певними екстралінгвістичними знаннями зможе збагнути створену Кларксоном антитезу, яка підсилює ефект несподіванки, глузливо та з деякою гіперболізацією змальовує ситуацію, підкреслюючи, що будь-який, здавалося б, звичайний відпочинок несе в собі масу загроз.

Наступний фрагмент підсилює ефект попереднього.

But have you ever been to a doctor's surgery in an Alpine town? I have, and It's like a scene from the Texas Chainsaw Massacre. There is blood on the walls, and in every chair there is a gaunt-looking accountant type with his legs pointing in completely the wrong direction... [13, с. 20].

Використовуючи риторичне запитання, автор імітує діалог з читачем, залучаючи його

до роздумів і тим самим роблячи активним учасником процесу читання. Джеремі Кларксон переконаний, що відпочинок у горах не такий безпечний, як здається на перший погляд, і доводить свою думку, порівнюючи приймальню лікаря в гірському містечку зі сценою відомого фільму жахів – «Техаської різанини бензопилою». Влучне порівняння наочно передає жах і бруталність, здавалося б, звичайного катання на лижах, підсилюючи емоційність опису. Гіпербола додає виразності змалюваній ситуації. Однак перебільшений, подекуди абсурдний, «кривавий» образ, створений порівнянням та гіперболами спричиняє когнітивний дисонанс у пересічного читача, оскільки традиційне, логічне уявлення відпочинку у горах різко контрастує з описаним автором, що й викликає комічний ефект.

Останнім, але не менш важливим засобом є гіпербола – образне перебільшення [7, с. 435] *People say there are cures and ways round the problem, but there aren't. I've tried drinking water on the plane and I tried drinking sixteen bottles of wine...* [13, с. 2].

У наведеному прикладі досягнення комічного ефекту здійснюється шляхом використання гіперболи, яка у фрагменті набуває рівня абсурдності (*sixteen bottles of wine*), що й викликає сміх читача. Використання контрастних одиниць – води (безалкогольного напою) та 16-и пляшок вина (алкогольного напою), які намагався випити автор, щоб позбутися синдрому зміни часових поясів, по-перше, створює ефект неочікуваності, по-друге, надає ідеї значної емоційної виразності, підкреслюючи думку автора.

Eventually, after tapping two billion numbers into the handset, I was transferred to a man in

India, who asked a few scrutiny questions and then said he'd cancel the card immediately... along with all the others in my name [13, с. 7].

Гіпербола посилює виразність фрагменту та передає емоційно-психологічний стан автора, підкреслюючи його гнів і обурення щодо якості обслуговування. Абсурдність перебільшення (*tapping two billion numbers*) не лише розкриває суб'єктивно-авторське сприйняття реальності, глибину його переживань та емоцій, а й завдяки своїй нереалістичності допомагає передати і інтенсифікувати комізм ситуації.

Висновки. Аналіз вибраних нарисів зі збірки відомого британського ведучого та журналіста Джеремі Кларксона «Як я вже казав... Світ за Кларксоном» показує, що віртуозне поєднання лексико-стилістичних засобів, а саме іронії, гіперболи, порівняння, парцеляції, градації та метафори, сприяє створенню комічного ефекту. Особливе місце у цьому займає створення контрасту невідповідності форми і змісту, а також виникнення логічного збою у процесі декодування закладених у тексті смислів. Порушення звичних шаблонів розвитку подій, абсурдність і нелогічність контрастуючих елементів створює у читача ефект обманутого очікування, що призводить до сміху чи усмішки. Результати дослідження дають підстави стверджувати, що Джеремі Кларксон використовує складний комізм, який характеризується багатшаровістю та неоднозначністю, спрямований на висміювання суспільно-політичних норм та стереотипів, розрахований на інтелектуально підкованого читача з певним рівнем екстралінгвістичних знань, якого автор спонукає до глибокого аналізу та критичного осмислення ситуації.

Література:

1. Агєєва В. О. Комічне як лінгвістична категорія: Класифікація, параметри та переклад. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Том 31 (70). № 2. Ч. 3. С. 56–60.
2. Блинова І. А., Зернецька А. А. Гумор як різновид комічного: критерії виокремлення, теорії реалізації і засоби вираження. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Том 32 (71). № 1. Ч. 2. С. 35–43.
3. Калита О. М. Засоби іронії в малій прозі (кінець ХХ – початок ХХІ століття). – монографія. Київ : Видавництво НПУ імені М. П. Драгоманова, 2013. 238 с.
4. Калита О. М. Іронія як світоглядний принцип і стилістична категорія. *Наукові записки. Серія: Мовознавство*. 2004. 1(11). С. 104–107.
5. Кузьмич О. Я. Мовні засоби творення комічного в українській прозі кінця ХХ століття – початку ХХІ століття: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Луцьк, 2015. 20 с.
6. Ліщинська О. Сміхова культура та іронія у просторі українського візуального мистецтва. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewById/1662980> (дата звернення: 09.11.2024).
7. Мацько Л. І., Сидоренко О. М., Мацько О. М. Стилістика української мови: Підручник / За ред. Л. І. Мацько. Київ : Вища школа, 2003. 462 с.
8. Мовчан Д. В., Стрельникова Є. С., Савчук А. І. Вербалізація комічного у сучасному політичному анекдоті. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2022. № 58. С. 101–104.

9. Надь Б. Чи дійсно сміх – найкращі ліки? З'ясуємо природу сміху та як він впливає на організм. *Бережи себе*. 2024. URL: <https://berezhy-sebe.com/yak-smikh-vplyvaie-na-orhanizm/> (дата звернення: 09.11.2024).
10. Словник-довідник літературознавчих термінів / Упор.: О.В. Бобир, В.Й. Буденний, О.Б. Мамчич, Н.П. Нікітіна; за ред. О.В. Бобиря. Чернігів: ФОП Лозовий В.М., 2016. 132 с.
11. BBC NEWS Україна. Чому ми сміємося і як це впливає на наше здоров'я. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c9dyn0w96zjo> (дата звернення: 10.11.2024).
12. Cai C. Q., Muellre M. L., Gulun C., Gulun J., Turek A. Sivasathiaseelan H., Guldner S., Scott S. Development of a novel tool to investigate human laughter behaviour and experience. *Neuroscience letters*. vol. 825. 2024. 137690. doi:10.1016/j.neulet.2024.137690
13. Clarkson J. As I was saying ... The world according to Clarkson. Penguin Books, 2016. 329 p.
14. Google arts & culture. Richard Burton. URL: <https://artsandculture.google.com/entity/richard-burton/m0cg9f?hl=en> (дата звернення: 15.11.2024).

УДК 071

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.16>**Олена ЧАЙКУН**

старший викладач кафедри зв'язків з громадськістю, Національний університет «Києво-Могилянська академія», e.chaikun@ukma.edu.ua

ORCID: 0000-0003-1226-5746

МЕДІА В УМОВАХ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ: ТРАНСФОРМАЦІЯ КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ З АУДИТОРІЯМИ

Стаття присвячена аналізу змін у взаємодії медіа з аудиторією в умовах кризових ситуацій, зокрема під час пандемії COVID-19 та російсько-української війни. Дослідження виявляє трансформацію підходів до інформування, нові виклики та можливості, що постали перед журналістами та медіаіндустрією. Авторка статті аналізує, як кризові ситуації вплинули на роботу працівників медіа.

Опитування працівників медіа дозволило оцінити зміни у сприйнятті аудиторії, рівень довіри до різних каналів комунікації, а також визначити ефективні методи взаємодії з аудиторією. Завдяки аналізу відповідей респондентів зафіксовано, що соціальні мережі та месенджери набули значного впливу як джерела інформації, а традиційні ЗМІ продовжують відігравати важливу роль, проте зменшується їхній рівень довіри. Також розглянуто використання цифрових технологій, зокрема штучного інтелекту (ChatGPT), у журналістській практиці та пов'язані з цим виклики.

Окрему увагу приділено проблемі довіри до медіа в кризових умовах. Виявлено, що аудиторія стає дедалі більш критичною до джерел інформації, що вимагає від журналістів дотримання високих стандартів етики та професійності.

Важливою складовою дослідження є питання етики та відповідальності журналістів у кризових умовах. Більшість респондентів наголошують на необхідності дотримання принципів достовірності, уникнення маніпуляцій та збереження довіри аудиторії. Дослідження демонструє, що головними завданнями сучасних ЗМІ особливо під час кризових ситуацій є забезпечення об'єктивності, перевірки фактів та прозорості у висвітленні подій.

Отримані висновки підкреслюють важливість подальших досліджень впливу цифрових технологій на роботу медіа та аудиторії, а також необхідність розробки нових стратегій комунікації в умовах кризових ситуацій.

Результати дослідження можуть бути корисними для працівників та дослідників медіа та всіх, хто зацікавлений у вивченні змін у сфері медіакомунікацій.

Ключові слова: медіа, кризові ситуації, взаємодія з аудиторією, трансформація, соціальні мережі, персоніфікація контенту.

Olena Chaykun. MEDIA IN CRISIS SITUATION: TRANSFORMING AUDIENCE INTERACTION

The article is devoted to the analysis of changes in the interaction of media with the audience in the context of crisis situations, in particular during the COVID-19 pandemic and the Russian-Ukrainian war. The study reveals the transformation of approaches to informing, new challenges and opportunities that have arisen for journalists and the media industry. The author of the article analyzes how crisis situations have affected the work of media workers.

A survey of media workers made it possible to assess changes in the perception of the audience, the level of trust in various communication channels, as well as to identify effective methods of interaction with the audience. Thanks to the analysis of respondents' answers, it was recorded that social networks and messengers have gained significant influence as sources of information, while traditional media continue to play an important role, but their level of trust is decreasing. The use of digital technologies, in particular artificial intelligence (ChatGPT), in journalistic practice and related challenges are also considered.

Special attention is paid to the problem of trust in the media in crisis conditions. It was revealed that the audience is becoming increasingly critical of information sources, which requires journalists to adhere to high standards of ethics and professionalism.

An important component of the study is the issue of ethics and responsibility of journalists in crisis conditions. Most respondents emphasize the need to adhere to the principles of accuracy, avoid manipulation and maintain audience trust. The study demonstrates that the main tasks of modern media, especially during crisis situations, are to ensure objectivity, fact-checking and transparency in covering events.

The findings underscore the importance of further research into the impact of digital technologies on the work of media and audiences, as well as the need to develop new communication strategies in crisis situations.

The results of the study can be useful for media professionals and researchers, as well as anyone interested in studying changes in the field of media communication.

Key words: media, crisis situations, interaction with the audience, transformation, social networks, content personalization.

Постановка проблеми. Ситуація кризових ситуацій вимагає від журналіста підвищеної відповідальності, інтелектуальної «зібраності», створення соціально впливового контенту. Формат мовлення традиційних («класичних») медіа змінився ще на самому початку російсько-української війни; яскравим прикладом тут є, безперечно, телемарафон «Єдині новини», що попри всі нарікання щодо певної односторонності та усталеності форм подання матеріалу, зберігає за собою чільне місце в ефірі серед новинних порталів (включаючи і мережеві). Проведене дослідження присвячене аналізу медіастратегій під час пандемії COVID-19 та російсько-української війни. Проблематика дослідження охоплювала виклики та тенденції в медіаіндустрії і стосувалися інструментів комунікації та ролі медіа в період криз.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Трансформації комунікативної взаємодії медіа з аудиторіями під час кризових ситуацій суттєво прискорюються. Ці процеси впливають і на фокус уваги науковців-дослідників журналістики та соціальних комунікацій (О. Суська, В. Владимиров, Т. Шальман, В. Михайленко, В. Михайлюта, Т. Бондаренко, Д. Олтаржевський, В. Иванов, В. Корнєєв, К. Горська Є. Цимбаленко) [1; 2; 3; 4; 6; 7; 9; 11; 12; 17; 18; 23;] і суміжних наукових галузей (Н. Шумарова, І. Мариненко, О. Григор'єв) [14; 24; 25; 26].

Процеси побудови і трансформації комунікацій медіа з аудиторіями як і самі проблеми кризових комунікацій досліджувались спеціалістами не тільки в галузі комунікацій, але й PR (Д. Олтаржевський, Г. Почепцов, В. Королько, Д. Коник, А. Юричко, ін.) [8; 9; 19; 20; 13]. Вивчення процесу взаємодії та налагодження комунікації ЗМІ з різними типами аудиторій під час кризових ситуацій включає виявлення типології аудиторій, їхніх характеристик, реакцій на інформацію в умовах кризових ситуацій, а також визначення стратегій ЗМІ для ефективного інформування, мінімізації паніки та підтримки довіри. Проблематика дослідження охоплювала виклики та тенденції в медіаіндустрії і стосувалися інструментів комунікації та ролі медіа в період криз. Вивчити тренди змін у професійній свідомості журналістів, а також ціннісні орієнтири, які віддзеркалюють, що саме сьогодні, під час «епохи криз», коли хвилю пандемічної кризи «витісняє» ще дужча – криза війни, стає важливішим: інформувати чи впливати на суспільні зміни, – такі завдання ставили перед собою дослідники журналістських спільнот: працівників медіа та керівників преси.

Метою дослідження є визначення ключових інструментів і методів, які ефективно використовуються журналістами для взаємодії з аудиторією, забезпечення довіри до медіа, адаптації до цифрових викликів і впровадження інноваційних технологій, таких як штучний інтелект (ШІ).

Виклад основного матеріалу дослідження. Протягом квітня-липня 2024 року було проведено дворівневе експертне опитування, в якому взяли участь 36 керівників преси та 75 працівників медіаорганізацій. У даній статті висвітлено отримані дані анкетування 75-ти працівників медіа.

Якщо вибудувати парадигму дослідницьких інтересів та найбільш гострих питань, які турбують журналістів-практиків, то вони не тільки будуть переплітатися, але й доповнювати одне одного. Саме завдяки аналізу виступів та інтерв'ю з найбільш відомими українськими журналістами були визначені завдання та тематичні блоки запитань дворівневого експертного опитування журналістів (табл. 1).

Таблиця 1
Тематичні блоки опитування журналістів

| Анкета для працівників медіаорганізацій | |
|---|--|
| БЛОК I | Особливості комунікації під час криз (інструменти, канали, довіра) |
| БЛОК II | Зміни у взаємодії з аудиторією |
| БЛОК III | Ставлення журналістів до використання нових цифрових технологій, зокрема ChatGPT |
| БЛОК IV | Позиції журналіста у кризовому суспільстві |

Проведене дослідження присвячене аналізу медіастратегій під час пандемії COVID-19 та російсько-української війни. Для вивчення особливостей комунікації під час криз важливо звернутися до досвіду та думок самих медійників щодо ефективності різних інструментів та технік комунікації. Отримані результати дають змогу окреслити певні тенденції в адаптації мас-медіа до роботи під час кризових умов, а також оцінити роль різних каналів комунікації та рівень довіри аудиторії до них у сучасних кризових ситуаціях.

В опитуванні взяли участь 73 працівники медіа. З них 71,2% – жінки та 28,8% – чоловіки.

| | |
|----------|-------|
| Жінки | 71,2% |
| Чоловіки | 28,8% |

Частка медійників, які взяли участь в опитуванні, віком 30–45 років становить 55,1%; 46–60 років – 30,4%, старше 60 років – 1,4%.

| | |
|-----------------|-------|
| До 30 років | 11,6% |
| 30–45 років | 55,1% |
| 46–60 років | 30,4% |
| Старше 60 років | 1,4% |
| Немає відповіді | 1,4% |

Серед експертів, що брали участь в опитуванні фактично в рівноцінних долях були представлені працівники інтернет-видань (18,1%) і телебачення (17,7%), також серед респондентів були працівники преси (15%) та радіо (10%). Крім основних груп за типами медіа в опитуванні взяли участь різноманітні категорії журналістів, які працюють в корпоративних медіа, блогери; медійники, які працюють у рекламних агентствах; незалежні журналісти й фрілансери. Журналістську освіту мають 38,5% опитаних, решта – соціологічну, психологічну, економічну освіту тощо.

Блок I. Особливості комунікації під час криз (інструменти, канали, довіра). Згідно з концепцією дослідження, зміни у медійному просторі під час криз стосуються не тільки побудови (форматів та платформ) медіакомунікацій, але й змін у свідомості журналістів (відповідальності, більш прискіпливого ставлення до контенту, який створюється, тощо). Цей аналіз дає розуміння того, як медійники адаптують свої стратегії та інструменти комунікації у відповідь на сучасні виклики.

Таблиця 2

Запитання: «Які інструменти і техніки комунікації ви вважаєте найефективнішими в умовах криз?»

| Інструменти і техніки комунікації, найефективніші в умовах криз | % |
|---|------|
| Відеоконференції у соціальних мережах та на онлайн-платформах | 56,2 |
| Традиційні ЗМІ (телебачення, радіо, газети) | 45,2 |
| Засоби текстової інтернет-комунікації | 43,8 |
| Веб-семінари й онлайн-тренінги | 35,6 |
| Аудіо- та відеозаписи для звернень інформаційного характеру | 26,0 |
| Внутрішня корпоративна комунікація та засоби групової роботи | 24,7 |
| Індивідуальні консультації | 20,5 |
| Інтерактивні веб-сайти та чат-боти | 20,5 |

Як демонструє табл. 2 традиційні ЗМІ продовжують бути важливим інструментом для комунікацій з аудиторіями, їх відзначають 45,2% респондентів, проте досить високий

відсоток респондентів відзначили відеоконференції (56,2%) та вебсемінари (35,6%), що свідчить про те, що в умовах кризових ситуацій важливість візуальної комунікації зростає. Це відповідає тенденціям, зафіксованим у теорії медіа-збагачення. Теорія медіа-збагачення базується на одній з найбільш популярних у сучасному світі моделей Інтернет– або «комп'ютерно опосередкованих» комунікацій» [27].

Водночас значна частка тих, хто обрав засоби текстової інтернет-комунікації (43,8%), вказує на необхідність детального та документального обміну інформацією. Аудіо- та відеозаписи для звернень інформаційного характеру були визнані ефективними для 26,0% опитаних респондентів.

Також важливо підкреслити, що інструменти, орієнтовані на персоналізовану комунікацію є важливим інструментом для кожного п'ятого з респондентів, а саме: індивідуальні консультації, інтерактивні вебсайти та чат-боти відмічали як важливі 20,5%, що свідчить про зростання потреби в індивідуалізованому підході до взаємодії з аудиторією.

Отже, отримані результати засвідчують необхідність комплексного підходу до використання комунікаційних каналів в умовах кризових ситуацій: поряд з цифровими технологіями є важливим збереження значущості письмових форм комунікації. Також збільшується увага та визнання серед медіафахівців важливості персоналізованих та інтерактивних комунікаційних інструментів.

Орієнтація медійників на сучасні цифрові засоби контакту з аудиторіями також підтвердилась і в аналізі відповідей на запитання анкети: «Які соціальні мережі або онлайн-платформи Ви особисто використовуєте для отримання інформації про пандемію і війну?» (рис. 1).

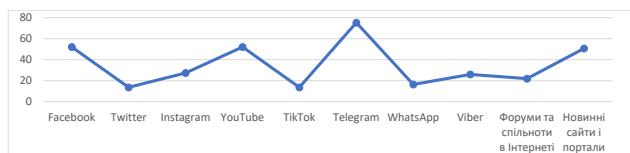


Рис. 1. Відповіді на запитання: Які соціальні мережі або онлайн-платформи Ви особисто використовуєте для отримання інформації про пандемію і війну?

Результати опитування дозволяють зробити висновки щодо переваг у виборі джерел інформації серед представників медіаспільноти (рис. 1). Найбільш популярною платформою виявився Telegram, що становить 75,3% загальної кількості респондентів. Ця плат-

форма відома своєю швидкістю та зручністю отримання новин, а також наявністю великої кількості тематичних каналів, що можуть задовольнити потреби у вузькоспеціалізованій інформації. Такий вибір працівників медіа підкреслює важливість цієї платформи для оперативного отримання новин у сучасному інформаційному просторі.

Facebook, який обрали 52,1% журналістів, залишається важливим джерелом новин завдяки своїй широкій аудиторії та можливому оперативному обміну інформацією через пости, сторінки й групи. YouTube, який серед опитаних медійників набрав 52,1% голосів, надає можливість краще сприймати інформацію через візуальні та аудіозасоби. Facebook і YouTube мають однакову популярність серед журналістів, поступаючись лише Telegram.

Новинні сайти й портали використовують 50,7% журналістів, що свідчить про те, що традиційні новинні портали залишаються важливими джерелами інформації завдяки своїй надійності та авторитетності. Цей показник дуже близький до Facebook і YouTube, що підкреслює важливість новинних сайтів в епоху цифрових технологій.

Instagram, який використовують 27,4% журналістів, значно менш популярний, ніж Telegram, Facebook і YouTube. Проте візуальна складова та можливість стежити за подіями через сторіз і пости роблять його важливим інструментом для певної частини журналістів. Viber обрали 26,0%, WhatsApp 16,4%, останній виявився менш популярним порівняно з Viber та іншими платформами.

Форуми та спільноти в Інтернеті використовують 21,9% журналістів. Такі платформи надають можливість обміну думками у більш неформальній обстановці. Twitter використовують 13,7% медійників, TikTok обрали теж 13,7%. Такі результати опитування відображають тенденції у використанні цифрових медіа для отримання новин медійниками у швидкозмінних умовах інформаційного простору. Ці тенденції стали помітними під час глобальних криз. Найбільш глибокими кризами останніх 5 років, стали тривала пандемія COVID-19 і розпочата 24 лютого 2022 року повномасштабно російська агресія проти України.

Результати опитування показують схожі тенденції у сприйнятті об'єктивності висвітлення подій під час пандемії та війни (рис. 2), але все ж із певними відмінностями.

Значна частка респондентів (41,1% для пандемії та 40,3% для війни) має змішану думку щодо об'єктивності висвітлення подій медіа, надавши відповідь «настільки об'єктивне, настільки ж ні», що свідчить про значний

рівень невизначеності у сприйнятті медійних повідомлень. За сумою позицій «повністю об'єктивне» і «скоріше об'єктивне» 39,7% експертів-учасників опитування позитивно оцінюють висвітлення подій під час пандемії, а 37,5% – під час російсько-української війни.

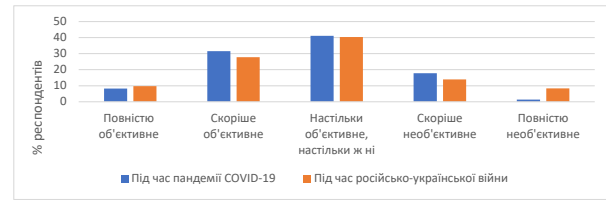


Рис. 2. Відповіді на запитання: Як Ви оцінюєте об'єктивність висвітлення подій під час пандемії та російсько-української війни?

У більш деталізованому вигляді: третина респондентів вважають висвітлення подій скоріше об'єктивним (31,5% – під час пандемії та 27,8% під час війни). Ця група опитаних надає позитивну оцінку медіа під час обох кризових ситуацій. Максимально високо оцінює об'єктивність висвітлення подій майже 18% респондентів (8,2% щодо пандемії і 9,7% щодо війни), що свідчить про наявність кожного п'ятого експерта, хто вважає, що медіа здатні об'єктивно інформувати про події навіть в умовах кризових ситуацій.

За сумою відповідей так званої «негативної зони» результатів 19,2% учасників опитування вважають висвітлення подій під час пандемії «повністю не об'єктивним» або «скоріше не об'єктивним»; 22,2% опитаних негативно оцінюють висвітлення подій під час війни. Детальніше: наявність певного рівня критичності у сприйнятті висвітлення медійних повідомлень (відмічена позиція «скоріше не об'єктивне») зафіксована у 17,8% респондентів щодо пандемії і у 13,9% щодо війни. Біля 10% максимально критично оцінюють об'єктивність висвітлення подій у медіапросторі під час пандемічної та воєнної криз (відповідно: 1,4% та 8,3%). Ці дані свідчать про необхідність підвищення принципів об'єктивності інформації в умовах кризових ситуацій. Важливо, щоб медіа працювали над зміцненням довіри аудиторії, забезпечуючи об'єктивне висвітлення подій, особливо в умовах кризових ситуацій, таких як пандемія і війна.

Запитання щодо ролі медіа в період кризи (табл. 3) фактично було присвячене «зондуванню» реалізації функцій медіа в суспільстві. Аналіз відповідей дозволив виявити ступінь усвідомлення журналістами пріоритетності функцій медіа та напрямів дій медіа в умовах кризових ситуацій, що підтверджує важливу

роль медіа у підтриманні стабільності та стійкості суспільства.

Таблиця 3
Запитання «Як Ви думаете, яку роль повинні відігравати медіа в період кризи?»

| Роль медіа в період кризи | % |
|---|------|
| Інформаційна: забезпечувати точну та достовірну інформацію про події | 86,3 |
| Комунікативна: покращувати взаєморозуміння і комунікацію між різними групами суспільства | 63,0 |
| Мобілізаційна: активізувати громадську діяльність та допомагати у розв'язанні проблем | 60,3 |
| Психологічної підтримки: забезпечувати психологічну підтримку громадян у період стресу та невпевненості | 57,5 |
| Аналітична: забезпечувати глибокий аналіз причин кризових ситуацій | 54,8 |
| Контролююча: моніторити й викривати недоліки у діяльності влади та інших організацій | 50,7 |
| Сприяння єднанню громади: створювати платформи для об'єднання громади та формування спільної відповіді на кризу | 50,7 |
| Освітня (навчальна): надавати освітні матеріали для розуміння ситуації та визначення оптимальних дій | 47,9 |
| Все: усі ці ролі | 1,4 |

Пріоритетною для журналістів, як і очікувалось, є інформаційна функція (86,3%), що домінує над іншими та підтверджує, що забезпечувати точну та достовірну інформацію про події є першочерговою потребою і найголовнішою функцією ЗМІ під час кризи. Наступною іде група функцій: комунікаційна (63,0%), мобілізаційна (60,3%) та функція психологічної підтримки (57,5%), яка дозволяє «забезпечувати психологічну підтримку громадян у період стресу та невпевненості», що відрізняє ці результати від подібних досліджень у мирний та позакризовий час. Такі соціально значущі функції, як аналітична (54,8%) та контролююча (50,7%) максимально наближені за значенням для респондентів до

функції сприяння єднанню громади (50,7%), що також набуває актуальності в період криз і підкреслює значущість соціальної взаємодії у суспільстві. Однаковий рівень результатів двох останніх функцій свідчить про необхідність моніторингу діяльності соціальних інституцій відповідальності влади перед громадами. Незаперечно важливою залишається й освітня функція ЗМІ; 47,9% відповідей демонструють важливість ролі медіа у зростанні обізнаності та освіченості населення, наданні необхідних знань для подолання криз, що сприятимуть зменшенню панічних настроїв тощо. Такі результати вказують на важливу роль медіа у забезпеченні стійкості суспільства під час кризових ситуацій та підкреслюють необхідність їх подальшого розвитку й підтримки як багатофункціонального інструменту в умовах кризи.

Наступне запитання в опитувальнику для працівників медійних організацій стосувалося оцінки зусиль різних типів медіа у подоланні кризових викликів щодо суспільства (табл. 4).

Аналіз результатів відповідей (табл. 4) вказує, що за сумою позицій «позитивної зони» («цілком позитивно» плюс «частково позитивно») найбільшу вагу у подоланні кризових викликів з точки зору самих працівників медіа-організацій мають Інтернет-ЗМІ (68,5%); на другому місці традиційні медіа: телебачення і радіомовлення (49,3%); на третьому – іноземні ЗМІ (46,5%); на четвертому – пресові органи: друковані медіа (42,4%). Розгляд друкованих медіа як окремого сегменту традиційних медіа пов'язане з тим, що автор дослідження провів додаткове опитування керівників преси.

Привертає увагу рівноцінне ставлення до друкованих медіа та Інтернет-ЗМІ у цій «медіанній» позиції – «наскільки позитивно, настільки ж ні», адже обидва типи медіа отримали однаково частку (26,0%) таких оцінок, що вказує на потребу в подальшому дослідженні ролі друкованих ЗМІ під час кризових ситуацій.

Таблиця 4
Відповіді на запитання: «Як Ви оцінюєте зусилля медіа з подолання кризових викликів щодо суспільства?»

| Оцінка | Традиційні медіа: ТБ і РМ (%) | Преса: друковані медіа (%) | Інтернет-ЗМІ (%) | Іноземні ЗМІ (%) |
|-------------------------------------|-------------------------------|----------------------------|------------------|------------------|
| Цілком позитивно | 19,2 | 16,4 | 19,2 | 16,4 |
| Частково позитивно | 30,1 | 26,0 | 49,3 | 30,1 |
| Наскільки позитивно, настільки ж ні | 20,5 | 26,0 | 26,0 | 30,1 |
| Частково негативно | 17,8 | 15,1 | 5,5 | 13,7 |
| Цілком негативно | 5,5 | 2,7 | 1,4 | 1,4 |

Кейсом, що підтверджує такі спостереження є те, що відновлення локальних медіа на деокупованих територіях – стало важливим фактором, адже, саме регіональні пресові органи найбільш оперативно відновилися і стали виконувати свої функції одразу після звільнення цих територій (Херсонська та частина Запорізької області).

Іноземні ЗМІ мають перевагу в оцінках «медіанної» позиції шкали та аналогічно дорівнюють традиційним ЗМІ за оцінками позиції «частково позитивно» (30,1%). Це свідчить про важливість урахування змісту матеріалів зарубіжних ЗМІ, які стали доступні українській аудиторії також переважно через Інтернет; на що має звернути увагу професійна спільнота медійників, використовуючи їхній вплив на аудиторії впродовж кризових ситуацій.

Таким чином, результати відповідей працівників медіа на це запитання висвітлюють різну питому вагу найбільш впливових типів медіа щодо актуальності їхніх зусиль у подоланні кризових викликів і необхідність подальших досліджень у цьому напрямку. Це дозволить розробити ефективні комунікативні стратегії та підвищити рівень довіри до медіа.

Варіативність відповідей на запитання анкети «Яким чином Ви використовуєте соціальні мережі та онлайн-платформи для взаємодії з аудиторією і поширення інформації під час кризових ситуацій?» (табл. 5) продемонструвала, що використання соціальних мереж та онлайн-платформ медіа під час кризових ситуацій є суттєвим інструментом для медійників.

При ранжуванні відповідей були виділені три групи активностей, які є різними за важливістю та інструментальною доцільністю. У даній статті представлено групу 1, яка набрала максимальну кількість балів.

З аналізу результатів, наведених у таблиці 4 видно, що найголовнішою є інформаційна функція медіа, яка має бути втілена оперативно і повідомлення диференціюються медійниками-професіоналами за ступенем важливості. Фактично більше половини (50,7%) опитаних, підтвердили, що головним наміром у використанні соцмереж і онлайн-платформ для них є розповсюдження важливих повідомлень. Це свідчить про високу потенційну оцінку медійною спільнотою спроможності цих засобів задовольнити потребу аудиторій в отриманні критично важливої інформації.

Важливість для 47,9% респондентів «зосередження на фактах та об'єктивній інформації» – є підтвердженням вагомості фактуального та об'єктивного інформування під час криз. Це допомагає верифікувати інформацію та підтримувати довіру аудиторії. Третім за значенням для експертів-учасників опитування виявилось «створення регулярних постів та оновлень, посилення публікацій у соціальних мережах» (35,6%), що забезпечує постійний зв'язок з аудиторією та своєчасне оновлення інформації.

Таблиця 5
Результати ранжування відповідей (гр. 1) на запитання «Яким чином Ви використовуєте соціальні мережі та онлайн-платформи для взаємодії з аудиторією і поширення інформації під час кризових ситуацій?»

| Використання соціальних мереж та онлайн-платформ для взаємодії аудиторією і поширення інформації під час кризових ситуацій (гр. 1) | % |
|--|------|
| Розповсюджую важливі повідомлення | 50,7 |
| Зосереджуюся на фактах та об'єктивній інформації | 47,9 |
| Повторюю регулярні пости та оновлення, посилення публікацій у соціальних мережах | 35,6 |
| Взаємодію через коментарі та запитання у соціальних мережах | 32,9 |
| Привертаю увагу на розповсюдження фейкових новин | 31,5 |

Понад третина респондентів (32,9%) відчувають потребу у «взаємодії через коментарі й запитання», що сприяє активізації уваги до участі аудиторії та забезпечує зворотний зв'язок; також 31,5% активно звертають увагу на розповсюдження фейкових новин, коригуючи та запобігаючи їх поширенню.

Блок II. Взаємодія з аудиторією. З'ясуванню наявності змін у взаємодії сучасних медіа з аудиторіями під час пандемії COVID-19 та російсько-української війни було присвячено відповідне запитання «Чи змінилася взаємодія медіа з аудиторіями під час пандемії та війни» в анкеті для працівників медіа. Аналіз відповідей, представлений нижче у діаграмі (рис. 3).

З'ясуванню наявності змін у взаємодії сучасних медіа з аудиторіями під час пандемії COVID-19 та російсько-української війни було присвячено відповідне запитання «Чи змінилася взаємодія медіа з аудиторіями під час пандемії та війни» в анкеті для працівників медіа. Аналіз відповідей, представлений нижче у діаграмі (рис. 3).

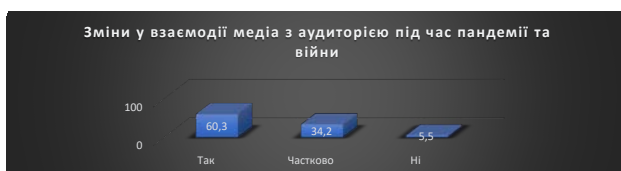


Рис. 3. Відповіді на запитання: Чи змінилася взаємодія медіа з аудиторіями під час пандемії та війни?

З результатів відповідей на запитання «Чи змінилася взаємодія з аудиторіями медіа під

час пандемії та війни» стає очевидним, що більшість медійників (60,3%) спостерігали зміни у взаємодії з аудиторіями під час пандемії COVID-19 та російсько-української війни, ще 34,2% вказали на часткові зміни, 5,5% таких змін не помітили. Ці відповіді демонструють ступінь чутливості працівників медіаорганізацій в умовах кризових обставин до змін взаємодії з аудиторією.

Визначення медіаканалів, яким, на думку журналістів, найбільше довіряє аудиторія, дозволяє детально проаналізувати вподобання громадськості, яка виявляє довіру як до традиційних, так і до сучасних форматів роботи медіа в умовах кризових ситуацій.

Таблиця 6

Відповіді на запитання: «Які медіа, на вашу думку, найкраще інформували про події та найефективніше взаємодіяли з аудиторією?»

| Тип медіа | Під час пандемії (%) | Під час російсько-української війни (%) |
|---|----------------------|---|
| Українське телебачення (національні канали) | 16,8 | 11,8 |
| Українське радіо (загальнонаціональні станції) | 8,2 | 7,7 |
| Українські інтернет-ЗМІ | 14,4 | 17,7 |
| Національні електронні медіа (радіо, телебачення) | 6,7 | 6,9 |
| Соціальні мережі | 18,3 | 19,5 |
| Месенджери (Telegram, Viber, WhatsApp тощо) | 15,9 | 22,0 |
| Українські газети (загальнонаціональні видання) | 6,3 | 3,3 |
| Національна преса (місцеві газети) | 5,8 | 4,9 |
| Місцеві інтернет-ЗМІ | 7,7 | 6,9 |

Згідно з результатами опитування (табл. 6), месенджери (Telegram, Viber, WhatsApp тощо) є найбільш популярними серед респондентів під час війни (22,0%), порівняно з обсягом 15,9% – під час пандемії. Це підкреслює, що швидкість та доступність комунікації через месенджери стали більш важливими саме під час війни, коли вони поряд із соціальними мережами стали виконувати роль найоперативніших засобів передавання інформації. Соціальні мережі продовжують мати стабільно високий рівень залученості (19,5% – під час війни та 18,3% – під час пандемії). Це свідчить про їхню постійну важливу роль у

розповсюдженні інформації та взаємодії з аудиторією. Українські інтернет-ЗМІ відзначали 17,7% респондентів під час війни та 14,4% під час пандемії, місцеві інтернет-ЗМІ, відповідно: 7,7% і 6,9%; національні електронні медіа, які транслюються через Інтернет (радіо, телебачення), відповідно: 6,7% і 6,9%, що підтверджує також їхню значимість для оперативного інформування населення.

Традиційні медіа (зокрема, українське телебачення і радіо) мають тенденцію до зниження уваги: телебачення з 16,8% під час пандемії до 11,8% під час російсько-української війни, радіо з 8,2% до 7,7% відповідно, що демонструє зміщення інформаційних пріоритетів до цифрових і більш доступних каналів комунікацій під час війни.

Найменш популярними під час пандемії виявилися друковані медіа, такі як загальнонаціональні та регіональні газети (6,3% та 5,8%, відповідно), а під час російсько-української війни загальнонаціональні видання показали рівень нижчий за регіональну пресу (3,3% та 4,9%, відповідно), що, з одного боку, відображає загальну тенденцію до зменшення використання друкованих джерел інформації, а з іншого – перевагу регіональних друкованих медіа під час війни, які оперативно відродились (зокрема, на деокупованих територіях) й першими серед інших мас-медіа стали надавати населенню необхідну інформацію.

Аналіз відповідей на запитання «Які медіа, на вашу думку, найкраще інформували про події та найефективніше взаємодіяли з аудиторією?» (див.табл. 6) допомагає краще зрозуміти динаміку змін поглядів самих медійників на використання різних типів медіа, підкреслюючи зростаючу роль швидкодіючих інтернет-платформ та зниження популярності традиційних медіа в умовах швидкоплинних змін у медійному просторі.

Тенденції трансформацій контакту з медіаресурсами, що відслідковують соціологічні центри також, насамперед, стосуються змін медіаспоживання (табл. 8). Проте, для того, щоб спостерігати динаміку змін з дотриманням соціологічної методології, необхідно співставляти дані (виміри), зроблені в ідентичних умовах перебування респондентів, тому спочатку наводяться дані, зібрані КМІС та Центром Разумкова до повномасштабного вторгнення [15], а далі, окремо – під час російсько-української війни (табл. 7).

Як демонструють результати досліджень, наведені у таблиці 7, традиційні ЗМІ (зокрема, загальнонаціональні канали) залишаються для українців найбільш поширеним джерелом інформації про події в Україні та світі.

Також важливим показником для фіксації тенденцій змін у медіаповедінці аудиторій під час російсько-української війни є розуміння, до яких джерел інформації аудиторія виявляє найбільшу довіру. Визначення медіаканалів, яким, на погляд журналістів, найбільше довіряє населення, дозволяє детально проаналізувати вподобання громадськості, яка виявляє довіру як до традиційних, так і сучасних медіаформатів у контексті кризової комунікації.

Серед загальної кількості респондентів-медійників переважна частина вважає найвищою довіру аудиторії до соціальних мереж – 69,9% (рис. 4). Такі відповіді працівників медіа підкреслюють всезростаюче соціальне значення мереж, як основного джерела інформації для аудиторії.

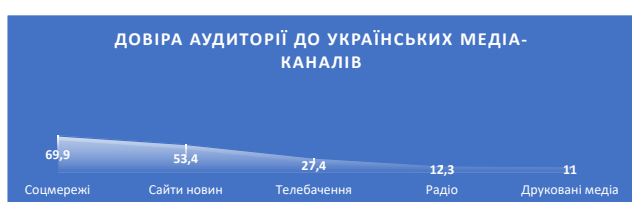


Рис. 4. Відповіді на запитання: Яким українським каналам медіа, на Вашу думку, найбільше довіряє аудиторія?

Наступними за рівнем довіри йдуть «сайти новин» – 53,4% відповідей, що демонструє як потребу в оперативній інформації, так і підвищену довіру аудиторії до цифрових новинних платформ. Телебачення залишається у спек-

трі уваги аудиторії; проте, обсяг відповідей (27,4%) свідчить про меншу, але стабільну довіру до традиційних телеканалів. З масових опитувань аудиторій медіаканалів відомо, що деякі категорії населення продовжують вважати телебачення офіційним та надійним джерелом інформації, особливо старші групи людей більш прихильно ставляться до традиційних медіа [15]. На думку 12,3% опитаних експертів, серед каналів інформації, що викликає довіру аудиторії продовжує перебувати радіо; також в колі джерел інформації, які викликають довіру і знаходяться в колі активного користування аудиторії, продовжують перебувати друковані медіа, про це зазначило 11%. Ці дані підтверджують тенденцію зростання впливу цифрових медіа та поступового зменшення довіри до традиційних джерел інформації, таких як радіо і друковані видання. Значну довіру до соціальних мереж (69,9%) та сайтів новин (53,4%) можна пояснити тим, що цифрові платформи забезпечують швидкий доступ до інформації у режимі реального часу. Також впливає фактор інтерактивності, адже користувачі можуть не тільки споживати контент, а й активно брати участь у формуванні інформаційного середовища через коментарі та репости.

Для розуміння чутливості журналістів до якісних змін аудиторій мас-медіа необхідно також розглянути усвідомлення працівниками медіаорганізацій цих змін. Наступний аналіз відповідей на запитання «Як ви можете оці-

Таблиця 7

Дослідження Центру Разумкова та КМІС на замовлення ГО «Детектор медіа». Відповіді на запитання «З яких джерел Ви найчастіше отримуєте інформацію про стан справ в Україні та світі?»

| Канали медіа | 2018 КМІС (%) | 2019 КМІС (%) | 2020 Центр Разумкова | 2021 Центр Разумкова (%) |
|---|---------------|---------------|----------------------|--------------------------|
| Українське телебачення (загальнонаціональні канали) | 85,7 | 74,0 | 75,0 | 66,6 |
| Соціальні мережі | 23,5 | 23,5 | 44,1 | 44,4 |
| Українські Інтернет-ЗМІ | 27,1 | 27,5 | 26,9 | 28,5 |
| Месенджери (Viber, Telegram, WhatsApp, ін.) | - | - | 11,4 | 16,4 |
| Українське радіо (загальнонаціональні станції) | 4,3 | 4,5 | 8,8 | 7,0 |
| Місцеве телебачення | 6,4 | 4,3 | 8,8 | 8,5 |
| Місцеві Інтернет-ЗМІ | 2,5 | 4,7 | 5,9 | 7,4 |
| Українські газети (загальнонаціональні видання) | 8,1 | 6,7 | 7,7 | 5,8 |
| Місцеві друковані видання | 4,8 | 1,7 | 4,3 | 3,4 |
| Місцеве радіо | 2,0 | 1,6 | 2,1 | 2,3 |
| Російське телебачення | 4,7 | 4,3 | 5,6 | 4,6 |

Джерело: 1. Опитування на замовлення ГО «Детектор Медіа», проведено Фондом «Демократичні ініціативи ім. Ілька Кучеріва» спільно із соціологічною службою Центру Разумкова (грудень 2021р.). URL: <https://dif.org.ua/article/mediaspozhyvannya-v-ukraini-zmina-mediapotreb-ta-progrash-rosiyskoi-propagandi>

2. Опитування на замовлення ГО «Детектор Медіа», проведено Київським міжнародним інститутом соціології у лютому 2018 р. та у лютому 2019 р. URL: <https://detector.media/infospace/article/164308/2019-03-21-dzherela-informatsii-mediagramotnist-i-rosiyska-propaganda-rezultaty-vseukrainskogo-opytuvannya-gromadskoi-dumky/> [5]

нити якісні зміни нової аудиторії мас-медіа?» (табл. 8), дозволив оцінити наявність такої усвідомленості та відбиття якісних змін аудиторії медіа в уявленні експертів-медійників.

Таблиця 8
Відповіді на запитання: «Як Ви можете оцінити якісні зміни нової аудиторії мас-медіа?»

| Оцінка респондентами якісних змін нової аудиторії мас-медіа | % |
|--|------|
| Аудиторія складається переважно з користувачів соцмереж (персоніфікованих суб'єктів) | 52,8 |
| Цифрові технології повністю змінюють наше уявлення про аудиторію мас-медіа | 52,8 |
| Масова аудиторія телебачення залишається найбільшою | 44,4 |
| Аудиторія складається з окремих особистостей, суб'єктів медіакомунікації | 34,7 |
| Масова аудиторія зберігається тільки в уяві самих журналістів | 15,3 |
| Масову аудиторію зберігають переважно друковані ЗМІ | 6,9 |
| Масова аудиторія – вигадка науковців | 4,2 |

У рамках цього запитання респондентам було запропоновано обрати не більше чотирьох варіантів відповідей, що забезпечило більш сконцентрований підхід до свідомого вибору відповідей. Опитувані були змушені ретельніше обмірковувати свої варіанти відповідей, що сприяло отриманню більш якісних даних. По-друге, обмеження кількості відповідей актуалізувало подальший аналіз даних, дозволяючи визначити основні тенденції та пріоритети серед відповідей. Це своєю чергою сприяло більш чіткому інтерпретуванню результатів.

Серед учасників експертного опитування 52,8% відзначили, що аудиторія складається переважно з користувачів соціальних мереж, що підтверджує зростання їх значення для журналістів та оцінку ними впливу цифрових платформ на медіаспоживання. Ця тенденція відображає поступовий перехід до нових форм комунікації, де соціальні мережі відіграють центральну роль у розповсюдженні інформації.

Найважливішим підтвердженням усвідомлення журналістами змін, наявних серед сучасних аудиторій мас-медіа, є відповіді респондентів щодо індивідуалізації медіаспоживання. Більш ніж третина (34,7%) експертів-учасників опитування засвідчили, що аудиторія складається з окремих особистостей, суб'єктів медіакомунікацій. 52,8% вказали, що «аудиторія складається переважно з користувачів соцмереж (персоніфікованих

суб'єктів)», ще 15% зазначили, що «масова аудиторія зберігається тільки в уяві самих журналістів». Тенденції цих змін були помічені в дослідженні, проведеному під керівництвом О. Сусської (на замовлення НСЖУ) у 2017 році. Тоді із запропонованим в анкеті судженням, що «масової аудиторії вже не існує» не погоджувалась значна частина опитаних журналістів (35,9%), проте на рівні середніх оцінок (від 2 до 5 балів) невелика частина (2,6%) все ж допускали таку можливість [21].

Зростання ролі персоналізованого підходу до медіаконтенту, де кожен користувач має можливість обирати інформацію відповідно до власних інтересів та потреб є не тільки сучасним трендом, але й певним дороговказом для працівників медіа щодо подальшого розвитку та опанування ними цифрових технологій.

Блок III. Ставлення журналістів до використання нових цифрових технологій, зокрема ChatGPT. Наступний блок «Ставлення журналістів до використання нових цифрових технологій, зокрема ChatGPT» дослідження сфокусований на спектрі використання цифрових технологій, зокрема штучного інтелекту (ШІ), у журналістиці та впливі цих нових можливостей на роботу медійників.

Впровадження інновацій потенційно впливає і якість та зміст журналістських матеріалів, і на взаємодію журналістів з аудиторією. Результати відповідей на запитання: «Чи впроваджуєте Ви ChatGPT у своїй журналістській роботі?» представлено на рисунку 5.



Рис. 5. Відповіді на запитання: Чи впроваджуєте Ви ChatGPT у своїй журналістській роботі?

Отже, загальні тенденції: 16,4% журналістів активно застосовують ChatGPT для роботи. Інноваційні технології, такі як ChatGPT, впроваджуються поступово; 37% розглядають можливість використання ШІ у майбутньому. Це свідчить про зростання інтересу до автоматизації та вдосконалення роботи журналістів.

Функції ChatGPT, які, на думку респондентів, є найбільш корисними в їхній роботі: переклад текстів – 44,1%; аналіз текстів та

Таблиця 9

Відповіді на запитання: «Чи впроваджуєте Ви ChatGPT у своїй журналістській роботі?»

| Вік респондентів | Чи впроваджуєте Ви ChatGPT у своїй журналістській роботі? | | | |
|-----------------------------|---|-------------------------------|--------------------------------------|---------------------|
| | 1. Так, активно впроваджую | 2. Ні, наразі не використовую | 3. Розглядаю можливості впровадження | 4. Важко відповісти |
| До 45 років | 20,5% | 38,6% | 31,8% | 9,1% |
| 45 років і старше | 8,3% | 41,7% | 37,5% | 12,5% |
| Всього (% до всіх опитаних) | 16,4% | 37,0% | 37,0% | 9,6% |

документів – 42,6%; підбір заголовків і написання ліду – 36,8%.

Інтерес до ШІ за віковими категоріями: старші журналісти (45+) виявили більше зацікавлення у використанні ChatGPT порівняно з молоддю (див. табл. 9).

Як демонструють результати відповідей на запитання «Які занепокоєння Ви особисто маєте у зв'язку з появою генеративного штучного інтелекту ChatGPT у Вашому робочому процесі?», наведені в таблиці 10, 35,2% респондентів вказують на занепокоєння, пов'язане з неможливістю оцінити масштаби впливу генеративного штучного інтелекту на робочий процес, а отже, невизначеністю того, які саме зміни в роботі він може викликати.

Таблиця 10

Відповіді на запитання «Які занепокоєння Ви особисто маєте у зв'язку з появою генеративного штучного інтелекту ChatGPT у Вашому робочому процесі?»

| Занепокоєння у зв'язку з появою генеративного штучного інтелекту в робочому процесі | % |
|---|------|
| Занепокоєння полягає у неможливості оцінити масштаби впливу генеративного штучного інтелекту на робочий процес | 35,2 |
| Збір, виробництво та розповсюдження новин кардинально змінюються завдяки технологіям генеративного штучного інтелекту | 19,7 |
| Штучний інтелект поки що не вплинув на робочий процес у нашій редакції | 9,8 |

Така невизначеність може бути пов'язана з недостатньою інформацією про довгострокові наслідки використання ШІ в журналістиці. Як свідчать зібрані під час опитування дані, балансу думок щодо використання CHAT GPT у журналістській практиці поки не досягнутий.

Блок IV. Позиції журналіста у кризовому суспільстві. Наступний блок питань стосувався саме дотримання принципів етики при розповсюдженні інформації під час кризових ситуацій, що має бути надважливим питанням для кожного журналіста. Результати опиту-

вання показали високий рівень усвідомлення необхідності дотримання етичних принципів журналістики серед респондентів-медійників в роботі під час криз (табл. 11).

Більшість опитаних працівників медіа (понад 90%) розуміють необхідність дотримуватися етичних стандартів, особливо під час кризових ситуацій. Це стосується перевірки інформації, конфіденційності та об'єктивності.

Найвищий показник 94,5% отримали позиції: «відмовляюся від поширення неперевіреної інформації» та «зберігаю конфіденційність за необхідності», що підтверджує високий рівень усвідомлення журналістами відповідальності за «сказане в ефірі слово» (табл. 11).

Отже, більшість респондентів-медійників дотримуються ключових етичних принципів, що може забезпечити довіру до аудиторії, високу якість інформації та соціальну відповідальність. Це свідчить про зрілість українського журналістського середовища та здатність ефективно комунікувати з аудиторією у складних умовах. Комунікація зі збереженням принципів етики допомагає утримувати довіру аудиторії, яка стала більш критичною та вимогливою до медіаконтенту.

Відповіді на запитання щодо дотримання журналістами принципів етики у розповсюдженні інформації є частиною змістового ядра аналізу опитування для працівників медіа. Ці відповіді тісно пов'язані з наступними результатами (табл. 12), що демонструють, як респонденти оцінюють можливість існування вільної журналістики в умовах криз.

Це запитання було введено в анкету для працівників медіа як контрольне стосовно такого ж запитання, яке було запропоноване в анкеті для професійних журналістів-членів НСЖУ у 2017 році*. Тоді на запитання відповіли 93,6% всіх учасників опитування. Розподіл їхніх відповідей наведений вище табл. 12, а також представлений у статті «Інституціональність vs проспериті. Про зміни медіа-ландшафту та методологічні лакуни соціології масових комунікацій» [21].

Ці дані підкреслюють, що більшість медійників, опитаних у 2024 році (78,1% – за сумою

Таблиця 11

Відповіді на запитання «Яких принципів етики Ви дотримуетесь у розповсюдженні інформації під час кризових ситуацій?»

| Дотримання журналістами принципів етики у розповсюдженні інформації під час кризових ситуацій | Так (%) | | | Ні (%) | І так, і ні (%) |
|---|------------------------|-------------|-----------------|------------------------|------------------------|
| | % до всіх респондентів | До 45 років | Старші 45 років | % до всіх респондентів | % до всіх респондентів |
| Відмовляюся від поширення неперевіреної інформації | 94,5 | 95,5 | 91,7 | 4,1 | 1,4 |
| Зберігаю конфіденційність за необхідності | 94,5 | 93,2 | 95,8 | 5,5 | 0,0 |
| Прагну максимальної достовірності інформації (перевіряю і підтверджую інформацію перед публікацією) | 93,2 | 90,9 | 95,8 | 6,8 | 0,0 |
| Забезпечую прозорість та відкритість у роботі з аудиторією | 93,2 | 93,2 | 95,8 | 6,8 | 0,0 |
| Дотримуюсь етичних стандартів у висвітленні кризових ситуацій з урахуванням воєнного часу | 90,4 | 88,6 | 91,7 | 9,6 | 0,0 |

відповідей «існування повністю можливе» та «існування є частковим») вважають наявною можливість існування вільної журналістики навіть у складних умовах. Результати порівняння даних двох досліджень свідчать про можливість існування вільної журналістики в умовах криз.

Важливим моментом опитування журналістів медіа було зондування думки респондентів щодо необхідності відстоювати свою

самостійність. Результати опитування продемонстрували, що українські працівники медіа прагнуть до самостійності і розуміють важливість незалежної журналістики.

На рисунку 6 показано, що 80,8% журналістів прагнуть відстоювати свою самостійність і лише 19,2% вказали, що не прагнуть.

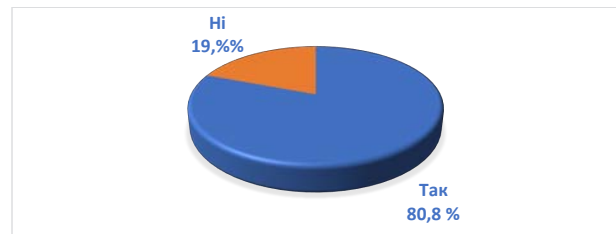


Рис. 6. Чи вважаєте Ви, що журналісти сьогодні прагнуть відстоювати свою самостійність?

Таблиця 12
Відповіді на запитання «Наскільки, на Вашу думку, можливе існування вільної журналістики в кризовому суспільстві?»

| Можливість існування вільної журналістики під час кризового періоду | % до всіх респондентів (2024 рік) | % до всіх респондентів (2017 рік*) |
|---|-----------------------------------|------------------------------------|
| Існування повністю можливе. | 31,5 | 9,4 |
| Існування є частковим. | 46,6 | 33,3 |
| Існування є сумнівним (наскільки так, настільки ж ні). | 16,4 | 38,5 |
| Існування скоріше неможливе. | 5,5 | 13,7 |
| Існування повністю неможливе. | 0,0 | 5,1 |

Джерело: *Дослідження «Журналістика сучасної України – перед викликом чи вибором?», проведене на замовлення НСЖУ у 2017 р. (Матеріали дослідження, які висвітлені у статті «Інституціональність vs проспериті. Про зміни медіа-ландшафту та методологічні лакуни соціології масових комунікацій» [21]).

Як показало дослідження, для тих журналістів, які відчувають суттєві зміни, пов'язані із сучасними аудиторіями мас-медіа, важливо змінити також свої стратегії комунікацій з ними. Про це свідчать відповіді на відкрите запитання анкети: «Яким чином ці зміни (зміни аудиторії під час пандемії та війни) впливають на Вашу стратегію комунікації?». За допомогою методу контент-аналізу серед відповідей респондентів (табл. 13) за відповідними критеріями були виділені декілька смислових груп.

Відповіді першої групи (Критерій А – стратегії індивідуалізації інформації) були проаналізовані за чотирма категоріями: 1) від-

Таблиця 13

Контент-аналіз відкритих відповідей на запитання «Яким чином ці зміни (зміни аудиторії під час пандемії та війни) впливають на Вашу стратегію комунікації?»

| Критерії к/а відповідей | 1. Відчутність змін | 2. Зміст змін | 3. Характер змін | 4. Структурні зміни |
|--|--|--|--|--|
| А. Стратегії індивідуалізації інформації | Більше вивчаю комунікативні практики | Змінився підхід до аналізу аудиторно-пріоритетних інтересів, питань життя, в суспільстві. Постійно змінюємо підхід до аудиторії. | Інформація стає більш індивідуалізованою | Традиційне телебачення має виклик адаптуватися, до сучасних технічних, та інших змін. |
| Б. Стратегії стосовно кількісних показників аудиторій | Чим більша аудиторія – тим більші очікування та відповідальність. Стратегія не розширення, а утримання наявної аудиторії | Уважно аналізую вплив на збільшення аудиторії і використовую відповідні знання | Щоразу доводиться шукати нові інструменти для отримання та утримання уваги аудиторії | Залучаю нову аудиторію через інші засоби комунікації. |
| В. Стратегії стосовно онлайн-присутності аудиторій | Аудиторія стала ОНЛАЙН. Тому моя стратегія в тому, що змінила форму комунікації на онлайн. Більша частина (75%), аудиторії мого оточення взаємодіє із інтернет – платформами, та соціальними мережами. Працюю над народженням нових жанрів та форматів комунікації в онлайн. | Почав більше уваги приділяти безпосередній комунікації з аудиторією (стрімінг) | Працюю над народженням нових жанрів та форматів комунікації в онлайн. Створила лабораторію розробки нових жанрів в онлайн. | У своїй практиці звертаюся до пошуку нових форм комунікації із аудиторією, але все ж таки більше у «цифровому» просторі. |
| Г. Стратегії стосовно психологічного сприйняття аудиторій та роботи з ними | Аудиторія розпалася на багато сегментів, які погано розуміють один одного | Вважаю, що до усіх потреб в журналістиці, треба звернути увагу на психологічну підтримку, представникам ЗМІ, так й бажано, щоб журналісти мали психологічну базову освіту, чи впровадити обов'язкові курси – це дуже важливо для праці за будь якою стратегією комунікації із суспільством | Я вважаю, що потрібно контролювати ситуацію, бути спокійним, не панікувати і продовжувати спілкуватися. | Є необхідність відсіювати бот-ферми, працювати з запереченнями і негативними коментарями, збільшувати кількість публікацій, щоб завжди бути в полі зору. |
| Д. Стратегії використання додаткових до традиційних методів інформування | Люди почали більше думати головою, ніж піддаватися емоціям. | У своїй практиці частіше підіймаю проблематику, «гендерного питання», та культури, також звертаюся до моралістичних аспектів. | Стало простіше доносити думку. – Приділяю більше уваги для перевірки фактів. | Використання додаткових до традиційних методів інформування. |

чутність змін; 2) зміст змін; 3) характер змін; 4) структурні зміни. Аналіз продемонстрував зсуви у ставленні до аудиторій з боку медійників, розуміння того, що аудиторія стала більш суб'єктною, індивідуалізованою, а отже, такою самою має бути й інформація для сучасних медіааудиторій. До цієї групи нале-

жать такі відповіді, що вказують 1) на відчутність змін: «*більше вивчаю комунікативні практики*»; 2) на зміст змін: «*змінився підхід до аналізу аудиторно-пріоритетних інтересів, питань життя в суспільстві*», «*постійно змінюємо підхід до аудиторії*»; 3) на характер змін: «*інформація стає більш індивідуалізо-*

ваною»; 4) на структурні зміни: «традиційне телебачення має виклик адаптуватися до сучасних технічних та інших змін».

Відповіді другої групи (Критерій Б – стратегії стосовно кількісних показників аудиторій) також були проаналізовані за цими ж чотирма категоріями. До цієї групи належать такі відповіді, що вказують 1) на відчутність змін: «чим більша аудиторія, тим більші очікування та відповідальність», «стратегія не розширення, а утримання наявної аудиторії», на зміст змін: «уважно аналізую вплив на збільшення аудиторії та використовую відповідні знання»; 3) на характер змін: «щоразу доводиться шукати нові інструменти для отримання та утримання уваги аудиторії»; 4) на структурні зміни: «залучаю нову аудиторію через інші засоби комунікації».

Третя група відповідей відібрана за критерієм В – стратегії стосовно онлайн-присутності аудиторій. Тут найважливішим для журналістів стає можливість використовувати Інтернет, соціальні мережі тощо. До цієї групи належать такі відповіді за категоріями, що вказують: 1) на відчутність змін: «Аудиторія стала ОНЛАЙН. Тому моя стратегія в тому, щоб змінити форму комунікації на онлайн», «Більша частина (75%) аудиторії мого оточення взаємодіє з інтернет-платформами та соціальними мережами», «працюю над народженням нових жанрів та форматів комунікації в онлайн»; 2) на зміст змін: «почав більше уваги приділяти безпосередній комунікації з аудиторією (стримінг)»; 3) на характер змін: «працюю над народженням нових жанрів та форматів комунікації в онлайн», «створила лабораторію розробки нових жанрів в онлайн»; 4) на структурні зміни: «У своїй практиці звертаюся до пошуку нових форм комунікації з аудиторією, але все ж таки більше у цифровому просторі»;

До четвертої групи можна віднести відповіді за критерієм Г – стратегії стосовно психологічного сприйняття аудиторій та роботи з ними. Відповіді цієї групи вказують 1) на відчутність змін: «аудиторія розпалася на багато сегментів, які погано розуміють один одного»; 2) на зміст змін: «вважаю, що до усіх потреб у журналістиці, треба звернути увагу на психологічну підтримку представників ЗМІ. Також бажано, щоб журналісти мали психологічну базову освіту, для чого необхідно впровадити обов'язкові курси. Це дуже важливо для роботи за будь-якою стратегією комунікації із суспільством»; 3) на характер змін: «я вважаю, що потрібно контролювати ситуацію, бути спокійним, не панікувати та продовжувати спілкуватися»; 4) на струк-

турні зміни: «є необхідність відсіювати бот-ферми, працювати із запереченнями та негативними коментарями, збільшувати кількість публікацій, щоб завжди бути в полі зору»;

П'ята група відкритих відповідей респондентів (Критерій Д – стратегії використання додаткових до традиційних методів інформування проаналізовано відповідно всіх вищезгаданих критеріїв. Тут привертають увагу такі відповіді, що вказують 1) на відчутність змін: «люди почали більше думати головою, ніж піддаватися емоціям»; 2) на зміст змін: «у своїй практиці частіше підіймаю проблематику гендерного питання та культури, також звертаюся до моралістичних аспектів»; 3) на характер змін: «стало простіше доносити думку», «приділяю більше уваги перевірки фактів»; 4) на структурні зміни: «використання додаткових до традиційних методів інформування».

Шоста група відповідей (Критерій Г – незмінність стратегій за відповідними категоріями вказує на 1) на відчутність змін: «стратегія незмінна», «не впливають», «в принципі, не впливають»; 2) на зміст змін: «Позитивно», «Стимулюють більше аналізувати потреби»; 3) на характер змін: «спрошення подачі», «розвиваюся», «підвищують рівень»; 4) на структурні зміни: «не відслідковувала зміни у своїй стратегії комунікації».

Отже, під час аналізу відкритих відповідей виявлено різноманітні підходи до адаптації комунікаційних стратегій журналістів під час кризових ситуацій. Журналісти відзначають, що аудиторії стають більш індивідуалізованими. Це вимагає персоналізованого підходу в комунікації до аудиторії, що розділилася на численні сегменти з різними інтересами та потребами, а також використання нових методів для аналізу та роботи з нею.

Інтернет та соціальні мережі стають основними каналами комунікації з аудиторіями. Медійники активно переходять на онлайн-формати, працюють над новими жанрами та форматами комунікацій для підвищення ефективності взаємодії з аудиторіями.

Увага до психологічного стану аудиторії та самих медійників стала важливою частиною сучасної комунікації. Зокрема, це включає в себе роботу з негативними коментарями, боротьбу з ботами та підвищену увагу до психічного здоров'я журналістів, особливо в умовах кризи. Також журналісти звертають увагу на емоційний стан аудиторії та намагаються надавати їм не лише інформацію, а й підтримку.

З усіх опитаних медійників на це відкрите запитання відповіли 69,7% опитаних медій-

ників. Аналіз відповідей свідчить про існування певних тенденцій у виборі стратегій медійної комунікації залежно від віку та статі. Молодші медійники (до 45 років) значно більше зосереджуються на стратегіях індивідуалізації інформації, що відображається у високому показнику в 33,3%. Така тенденція може вказувати на важливість адаптації комунікаційних підходів для молодших працівників медіа (до 45 років). Водночас серед жінок ця стратегія є більш популярною (28,2%) у порівнянні з чоловіками (7,7%), що може свідчити про орієнтацію жінок на побудову більш індивідуальних відносин з аудиторією (табл. 14).

Таблиця 14
Вибір стратегій комунікації залежно від віку і статі медійників

| Стратегії медійників | Вік (до 45 років) | Вік (після 45 років) | Чол. | Жін. |
|--|-------------------|----------------------|------|------|
| А. Стратегії індивідуалізації інформації | 33,3 | 0,0 | 7,7 | 28,2 |
| Б. Стратегії стосовно кількісних показників аудиторії | 12,8 | 15,4 | 12,8 | 12,8 |
| В. Стратегії стосовно онлайн-присутності аудиторій | 12,8 | 7,7 | 5,1 | 17,9 |
| Г. Стратегії стосовно психологічного сприйняття аудиторій та роботи з ними | 15,4 | 2,6 | 7,7 | 12,8 |
| Д. Стратегії використання додаткових до традиційних методів інформування | 15,4 | 7,7 | 7,7 | 12,8 |

Стратегії, пов'язані з кількісними показниками аудиторії, мають подібну актуальність для обох вікових груп: 12,8% серед респондентів до 45 років і 15,4% серед респондентів після 45 років. Це свідчить про відносно рівномірну увагу до кількісних аспектів аудиторії незалежно від віку. Також цей підхід однаково важливий для обох статей, де як чоловіки, так і жінки мають однаковий показник у 12,8%, що вказує на універсальність цієї стратегії.

У випадку онлайн-присутності аудиторії помітно, що молодші медійники (12,8%)

та жінки (17,9%) приділяють цьому аспекту більше уваги, ніж їхні колеги старшого віку (7,7%) або чоловіки (5,1%). Це свідчить про те, що молодші працівники медіа та жінки в медіа більш активно залучають цифрові інструменти та адаптуються до сучасних трендів комунікації через онлайн-платформи.

Стратегії, орієнтовані на психологічне сприйняття аудиторії, також є більш важливими для молодших медійників до 45 років (15,4%) та жінок (12,8%), ніж для старших колег після 45 років (2,6%) та чоловіків (7,7%). Це може свідчити про особливу чутливість молодих фахівців і жінок до психологічних потреб аудиторії, що ймовірно може позитивно впливати на формування більш глибокого зв'язку з нею.

Застосування додаткових до традиційних методів інформування є більш вираженим серед молодших респондентів (15,4%) та жінок (12,8%), що вказує на їхню готовність використовувати інноваційні підходи в комунікації. Водночас серед старших та чоловіків цей показник є дещо нижчим (7,7%), що свідчить про більш консервативний підхід до інформування.

Дані демонструють певні відмінності в підходах медійників за віком і статтю до стратегій комунікації. Респонденти до 45 років більше зосереджуються на індивідуалізації інформації та психологічному сприйнятті аудиторії. Жінки частіше, ніж чоловіки, обирають стратегії, пов'язані з індивідуалізацією інформації та психологічними аспектами взаємодії з аудиторією. Водночас кількісні показники аудиторії важливі для обох статей і для обох вікових груп.

На основі сформованої хмари слів, яка відображає частотність появи слів у відповідях медійників, виокремлюються такі поняття як «Аудиторія», «Комунікація», «Онлайн», «Жанри» та «Утримання», «Нові», що вказує на потребу впровадження новітніх технологій і форматів у медійні практики. Такий підхід, вочевидь, обумовлений змінами в медіасередовищі. Медійники зосереджені на взаємодії з аудиторією та адаптації комунікаційних стратегій до онлайн-середовища. Особливу увагу приділено збереженню уваги аудиторії, що, ймовірно, є критично важливим завданням в умовах інформаційного перевантаження сучасного медіапростору (рис. 7).

Пандемія COVID-19 і російсько-українська війна стали катализаторами змін у медіаспоживанні. Дослідження показало, що ці кризи призвели до трансформацій у взаємодії медіа з аудиторією, що підкреслює необхідність адаптації до нових реалій цифрової

епохи. Отже, результати аналізу відкритих відповідей показують, що більшість медійників досить чутливі до змін аудиторії та успішно адаптуються до них, використовуючи нові методи для підтримки ефективної комунікації. Загальна тенденція свідчить про підвищення рівня професіоналізму та відповідальності працівників медіа у складних умовах.



Рис. 7. Графічне представлення частотності ключових слів (хмара ключових слів) у відповідях працівників медіа на відкрите запитання про зміни стратегій комунікацій під час пандемії та війни

Висновки. Результати опитування працівників медіа свідчать про те, що кризові ситуації, такі як пандемія COVID-19 та російсько-українська війна не тільки суттєво вплинули на умови та ставлення до своєї роботи, а й суттєво позначились на самоідентифікації журналістів. У контексті війни змінюються не тільки форми, а й зміст медіакомунікативних практик. Журналісти змушені адаптувати свої стратегії комунікації до нових умов, використовуючи сучасні технології та цифрові платформи для забезпечення безперервного інформування аудиторії.

Під час кризових ситуацій медіа відіграють ключову роль у забезпеченні суспільства достовірною інформацією, підтримці стабільності та соціальної взаємодії. Поєднання традиційних і цифрових медіа залишається необхідним для ефективної комунікації, а персоналізовані та інтерактивні підходи стають дедалі важливішими.

Також дослідження роботи журналістів демонструє, що журналістська професія зазнає значних трансформацій під впливом кризових ситуацій, технологічного розвитку, політичних

змін та еволюції суспільних потреб. Журналісти сьогодні стикаються з новими викликами, пов'язаними з поширенням дезінформації, тиском на свободу слова, зміною моделей споживання новин. Водночас, відкриваються нові можливості для розвитку журналістики, такі як використання даних, інтерактивних форматів та соціальних мереж.

Дослідження показало, що впровадження цифрових технологій, зокрема ChatGPT, у журналістську діяльність відбувається поступово. Попри зацікавленість та потенційні переваги, такі як автоматизація перекладу, аналіз текстів та створення заголовків, значна частина журналістів все ще не використовує цей інструмент або лише розглядає таку можливість. Одним із ключових факторів, що стримує активне застосування, є невизначеність впливу генеративного штучного інтелекту на робочий процес. Водночас, зростання інтересу до ШІ, особливо серед досвідчених журналістів, свідчить про поступову інтеграцію нових технологій у професійну діяльність. Таким чином, хоча остаточного балансу думок щодо застосування ChatGPT у журналістиці поки що не досягнуто, тенденції вказують на поступову адаптацію та усвідомлення його потенціалу для оптимізації журналістської роботи.

Висновки дослідження свідчать про адаптацію українських журналістів до змін аудиторії та розвитку стратегій комунікації, що відповідають сучасним викликам. Основні тренди включають індивідуалізацію контенту, онлайн-комунікацію, психологічний аспект роботи з аудиторією та використання додаткових методів інформування.

Результати дослідження підкреслюють необхідність подальших досліджень роботи медійників для розуміння сучасних тенденцій та розробки ефективних стратегій розвитку української журналістики.

Подяки. Вдячна захисникам України, які зі зброєю тримають фронт і дають можливість навчатися і працювати. Окрема подяка Суській О. О. за її наставництво та підтримку. Також щиро дякую Левцуну О. Г. за допомогу і цінні консультації щодо обробки статистичних даних.

Література:

1. Бондаренко Т. Г. Регіональна практика взаємодії медіа з аудиторією (за результатами соціологічного дослідження). *Поліграфія і видавнича справа*. 2016. № 2 (72). С. 162–173.
2. Владимиров В. М. Хаос – розуміння – Масова комунікація : Монографія. Київ : КиМУ, 2006. 366 с.
3. Владимиров В. Четвертий етап інформаційної революції: ймовірні риси, неймовірні можливості. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2020. Т. 1, № (76). С. 11–24.
4. Горська К. Цифровий медіаконтент: виклики індустрії та інтерактивність як ключ до взаємодії з аудиторією. *Актуальні проблеми медіапростору: збірник доповідей* : зб. доп. науково-практ. конф.,

м. Київ-Вітербо, 16–18 квіт. 2024 р. Київ, 2024. С. 27–28. URL: <https://drive.google.com/file/d/1uQJDab5SCpWi0A3uEzDeZC0awVpw2JO0/view>.

5.ГО «Детектор медіа». Джерела інформації, медіаграмотність і російська пропаганда: результати всеукраїнського опитування громадської думки. detector.media. URL: <https://detector.media/infospace/article/164308/2019-03-21-dzherela-informatsii-mediagramotnist-i-rosiyska-propaganda-rezultaty-vseukrainskogo-opytuvannya-gromadskoi-dumky/>

6.Іванов В. Ф. Медіаметрія. соціологія масової комунікації. 130 с. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/lectures/IvanovSMC.pdf>.

7.Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навч. посіб. / ред. В. В. Різун. Центр вільн. преси, 2010. 258 с. URL: <https://www.aup.com.ua/uploads/TMbook.pdf>.

8.Коник Д. Л. Стратегічні комунікації : посіб. для держ. службовців. Київ : Обнова комп., 2016. 256 с.

9.Коник Д. Л., Суська О. О. «Образи суспільства» та «образи війни» у медіакомунікативному просторі: особливості формування. *Габітус. Науковий журнал*. 2024. № 60. С. 16–22.

10. Корнеєв В. М. Інформаційно-комунікаційне середовище як об'єкт дослідження: траєкторії змін. *V Всеукраїнська науково-практична конференція «Актуальні проблеми медіапростору», РОЗРОБКА МОДЕЛЕЙ ЗМІНИ СОЦІУМУ ПІД ВПЛИВОМ КОНТЕНТУ МЕДІА*, м. Київ, 2 квіт. 2023 р. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/nauka1/archives/3472>.

11. Корнеєв В. М. Комунікаційні технології як засоби проектування соціальної дійсності. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 56, лип. – верес. С. 176–181.

12. Корнеєв В. Проектування комунікаційних середовищ: проблема лінійного розуміння. *Актуальні проблеми медіапростору: збірник доповідей* : зб. доп. науково-практ. конф., м. Київ– м.Вітербо, 16–18 квіт. 2024 р. Київ, 2024. С. 124– 127. URL: <https://drive.google.com/file/d/1uQJDab5SCpWi0A3uEzDeZC0awVpw2JO0/view>.

13. Королько В. Г. Паблік рілейшнз і репутаційний менеджмент. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2001. № 2. С. 108–116.

14. Мариненко І. Мовна некомпетентність як шлях до збіднення мови (на матеріалі мовних каналів у телеграм). *Актуальні проблеми медіапростору: збірник доповідей* : зб. доп. науково-практ. конф., м. Київ–м.Вітербо, 16–18 квіт. 2024 р. Київ, 2024. С. 198–201. URL: <https://drive.google.com/file/d/1uQJDab5SCpWi0A3uEzDeZC0awVpw2JO0/view>.

15. Медіаспоживання в Україні: зміна медіапотреб та програв російської пропаганди. *Головна – Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва*. URL: <https://dif.org.ua/article/mediaspzhivannya-v-ukraini-zmina-mediapotreb-ta-progrash-rosiyskoi-propagandi>

16. Михайлюта В. П. Концептуальні засади медіакритичного аналізу в «Детектор медіа». *The european development trends in journalism, pr, media and communication*. 2021. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-042-1-17>

17. Олтаржевський Д. О. Заголовок у корпоративному виданні. *Держава та регіони. Соціальні комунікації*. 2010. № 4. С. 64–70.

18. Олтаржевський Д. О. Українська корпоративна періодика: сьогодення і майбутнє. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2010. Т. 40, лип. – верес. С. 177–181.

19. Почепцов Г. Г. «Після революції гідності держава пішла в один бік, а люди – в інший». *Країна*. 2017. № 5 (358), 9 лют. 2017. С. 15–16.

20. Почепцов Г. Г. Управляючи комунікацією, ми водночас управляємо світом. *Дзеркало тижня*. 2019. 23 лют. – 1 берез. С. 11.

21. Суська О. О. Інституціональність vs проспериті. Про зміни медіа-ландшафту та методологічні лакуни соціології масових комунікацій. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2019. № 1, січ. – берез. С. 56–72.

22. Цимбаленко Є. С. Інформатизація соціальних комунікацій: наукові концепції, правові складники та галузева структура : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій. Київ, 2011. 224 с.

23. Шальман Т. М. Телеведучий і аудиторія телепрограми: взаємодія і взаємовплив. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1662>.

24. Шумарова Н. Особистість у системі культурно-мовних параметрів. *Стиль і текст*. 2009. Вип. 10. С. 7–12.

25. Шумарова Н. П. Говоримо про дискурс. *Стиль і текст*. 2003. Вип. 4. С. 214–243.

26. Шумарова Н. П. Роль ЗМК у розвитку мовної ситуації. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2003. Т. 11. С. 132–135.

27. D'Urso S. C., Rains S. A. Examining the scope of channel expansion. *Management communication quarterly*. 2008. Vol. 21, no. 4. P. 486–507. URL: <https://doi.org/10.1177/0893318907313712>

Наукове видання

**НАУКОВІ ПРАЦІ
МІЖРЕГІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
ФІЛОЛОГІЯ**

Випуск 4 (14), 2024

Засновано 2001 року
Видання виходить 6 разів на рік

Коректор *В. В. Ізак*
Комп'ютерне верстання *М. С. Михальченко*

Підписано до друку 27.12.2024 р.
Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 12.55.
Наклад 100 прим. Замовлення № 0125/091.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»
65101, Україна, м. Одеса, вул. Інглєзі, 6/1
Телефони: +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 7623 від 22.06.2022 р.