

Приклад 3:

Оригінал: "Because you're worth it" (L'Oréal)

Переклад: "Тому що ти цього варта".

Цей рекламний слоган бренду L'Oréal викликає асоціації з самоповагою і впевненістю. Переклад є вдалим і зберігає основний посил. Однак важливо відзначити, що в деяких культурах може виникнути питання щодо підсвідомої гендерної специфікації виразу "ти цього варта" (адресуючи споживачок), і в таких випадках адаптація слогану може бути більш нейтральною, наприклад: "Тому що ти цього заслуговуєш" — таким чином, розширюється потенційна аудиторія.

Процес редагування рекламних текстів включає кілька важливих етапів, починаючи від вибору лексичних одиниць до коригування стилістичних і культурних аспектів, щоб зробити текст не тільки точним, але й емоційно ефективним для цільової аудиторії. Нижче наводиться покрокова схема редагування рекламного перекладу:

1. **Попередній аналіз оригіналу** — на цьому етапі потрібно оцінити загальний контекст рекламного матеріалу: яку емоцію він повинен викликати, яка цільова аудиторія, які культурні і соціальні норми слід враховувати.

2. **Переклад тексту** — це перший крок, який вимагає лінгвістичної точності. Перекладач має знайти правильні лексичні одиниці, зберігаючи смислову цілісність оригіналу.

3. **Адаптація тексту** — на цьому етапі враховуються культурні і соціальні відмінності, що можуть вплинути на сприйняття реклами. Це може включати зміну слів, фраз, символів чи образів, які не будуть сприйняті в іншій культурі.

4. **Редагування стилістики і тону** — важливо зберегти емоційний ефект оригінального рекламного матеріалу, тому редагування має бути спрямоване на створення тексти, які викликають такі ж почуття у цільової аудиторії.

5. **Коригування граматики та синтаксису** — цей етап передбачає виправлення лексичних, граматичних та пунктуаційних помилок, щоб текст був легко зрозумілим і звучав природно в цільовій мові.

6. **Фінальна перевірка** — це останній етап редагування, коли здійснюється перевірка на відповідність комунікаційним цілям бренду та ефективність перекладу з точки зору сприйняття аудиторією.

КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ АНГЛОМОВНИХ І УКРАЇНСЬКОМОВНИХ ЗМІ

Антон Циніцький,

здобувач другого (магістерського)

рівня вищої освіти спеціальності 035 «Філологія»,

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Науковий Керівник: Тетяна Кушнірова,

доктор філологічних наук, професор,

професор кафедри германської філології та перекладу,

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

У сучасному глобалізованому світі засоби масової інформації (ЗМІ) не лише інформують, а й активно формують уявлення про події, створюють певні ідеологічні рамки, впливають на суспільну думку, політичну позицію та навіть

національну ідентичність. Особливо це стає помітним у періоди воєнних конфліктів, коли інформація перетворюється на стратегічний ресурс.

Російсько-українська війна, яка триває з 2014 року та набула повномасштабного характеру у 2022 році, стала серйозним викликом для журналістики. Як українські, так і англомовні медіа відреагували на неї по-різному - залежно від аудиторії, культурного контексту, політичної позиції та журналістських стандартів. Саме тому компаративний аналіз змісту, стилю та дискурсу англомовних і україномовних ЗМІ дозволяє не лише виявити лінгвістичні чи структурні відмінності, а й зрозуміти медіаповедінку, ідеологічні настанови та інформаційні стратегії обох типів джерел.

Компаративний аналіз, або порівняльний метод дослідження, є універсальним інструментом для виявлення подібностей і відмінностей між різними мовними, культурними, ідеологічними або жанровими системами. У випадку дослідження масмедіа, порівняння текстів англомовних і україномовних ЗМІ дає змогу проаналізувати, яким чином одні й ті ж події (наприклад, війна в Україні) подаються у різних мовно-культурних просторах. Такий аналіз не лише дає змогу простежити відмінності у лексиці, стилі та синтаксисі, але й допомагає побачити ідеологічні рамки, в межах яких функціонують медіа.

Найпоширенішими методологічними основами аналізу медіатекстів є критичний дискурс-аналіз (КДА), фрейм-аналіз, а також елементи семіотики та когнітивної лінгвістики. Критичний дискурс-аналіз, зокрема у підході Нормана Фейрклоу, розглядає мову як інструмент боротьби за значення і дозволяє виявити, як у текстах новин формується уявлення про владу, ідеологію чи формується певна точка зору на якусь подію. Наприклад, у багатьох англомовних джерелах події в Україні подаються через обережну або "нейтральну" призму: використовуються формулювання на кшталт "Russia claims...", "Moscow denies...", "alleged war crimes" - тоді як україномовні джерела прямо називають агресора і не приховують оцінок, уживаючи слова на кшталт "російські загарбники", "окупанти", "терористи" тощо.

Ці приклади демонструють різницю у фреймах. Фрейм-аналіз, який запропонував Ервін Гофман і розвинув Роберт Ентман, пояснює, що фрейм - це не просто набір слів, а спосіб подачі інформації, що активує певну інтерпретаційну модель у свідомості читача. У фреймі "жертви" Україна подається як об'єкт нападу, тоді як Росія - як агресор. У фреймі "глобального безладу" - події показуються як загроза світовій стабільності, де і НАТО, і РФ можуть бути відповідальними сторонами. Саме такі фрейми часто використовуються у західних аналітичних медіа, як-от: «The Economist» або «Foreign Affairs».

Особливу роль відіграє також нарративний аналіз. Він дозволяє виявити ключових акторів, ролі яких можуть істотно відрізнятись. Наприклад, в україномовних медіа ЗСУ - це герої, оборонці, визволителі. У англомовних текстах ті самі військові називаються "Ukrainian forces" без явної емоційної конотації. Такі відмінності показують не лише різницю в стилі, а й у стратегічних комунікативних цілях.

На рівні лексики також спостерігаються значні відмінності. Англомовні медіа використовують значно більше узагальнень, технічних термінів та дипломатичних конструкцій: "conflict", "escalation". Українські ж джерела вдаються до експресивної лексики: "масовані обстріли", "ракетний терор", "руйнування мирної інфраструктури". Такі слова активують сильну емоційну реакцію у читача, сприяють формуванню солідарності та мобілізації.

Синтаксично англомовні матеріали часто містять короткі, структуровані речення, чітко організовані за принципом “інформаційної піраміди”. В українськомовних текстах частіше трапляються складнопідрядні конструкції, вставні речення, емоційні вигуки, цитати військових чи очевидців. Цей стиль більше наближений до наративної журналістики та журналістики свідчень.

Також англомовні ЗМІ часто використовують короткі, інформативні речення, які відповідають принципу “інформаційної піраміди”. Наприклад, CNN у матеріалі про бої за Сєвєродонецьк пише: “ Russian troops entered the outskirts of the city, although Ukrainian officials insisted Kupiansk remained under full control of their forces. [1]” Це лаконічно, структуровано і дозволяє сприймати інформацію швидко. Водночас українські ЗМІ, надають перевагу розширеним реченням, які часто містять цитати, вставні конструкції та суб’єктивні елементи: “ Станом на зараз по Куп’янську – інформація про те, що ворог закріпився в місті не відповідає дійсності. Була відповідна спроба ворога, але росіян знищили”[2]”. Такий стиль сприяє формуванню емоційного зв’язку з аудиторією.

Варто зазначити, що англомовні ЗМІ більше тяжіють до аналітики й вживають конструкції, які відкривають простір для альтернативної інтерпретації. Наприклад, Global Times у матеріалі про Ленд-ліз США для України формулює: “ US aid to Ukraine ‘won’t end conflict, but prolong it’” [3]. Українські джерела, навпаки, сприймають таку допомогу однозначно позитивно: “Ленд-ліз може відіграти переломну роль у російсько-українській війні” [4].

На рівні візуальних супровідних елементів також є різниця. BBC або Reuters часто супроводжують матеріали картами, нейтральними зображеннями, офіційними фото. Українські ЗМІ подають емоційно сильні кадри: зруйновані будинки, поранені люди, згорілі автомобілі, що посилює драматизм і мобілізаційний ефект.

Окремо слід згадати про функції ЗМІ у контексті війни. Якщо англомовні джерела часто позиціонують себе як інформатори для міжнародної аудиторії, які надають факти, то українські ЗМІ виконують також функцію опору, мобілізації та підтримки морального духу населення.

Такий підхід відображається в лексиці, метафориці, образності. Наприклад, в українських матеріалах активно використовуються метафори на кшталт “вогняна ніч”, “пекельний ранок”, “друга армія світу - орда мародерів”, які відсутні в англомовних медіа. Натомість у Reuters або The Washington Post домінують описові, позбавлені оціночності конструкції – “Ukrainian officials reported shelling”, “ regional officials said [5].”

У результаті дослідження було встановлено, що англомовні та українськомовні ЗМІ суттєво різняться за стилем подачі інформації. Англомовні медіа зберігають нейтральність та обережність, використовуючи лаконічні та фактичні формулювання, що відповідає стандартам міжнародної журналістики. Вони орієнтуються на інформування глобальної аудиторії та дотримуються принципу об’єктивності. Натомість українськомовні ЗМІ, зокрема в умовах війни, демонструють більшу емоційність та суб’єктивність у своїх матеріалах. Вони активно використовують оціночні вислови, щоб мобілізувати національний дух, підкреслюючи роль медіа як інструменту спротиву.

Список використаних джерел:

1. Ivana Kottasová. Bad news mounts for Ukraine across the frontlines. But Russia is under pressure too. CNN. URL: <https://edition.cnn.com/2024/11/16/europe/ukraine-russia-war-frontlines-latest-intl>

2. У Куп'янську знищили російський десант, окупанти не закріпилися – МВА. Слово і діло. Аналітичний портал. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2024/11/14/povyna/suspilstvo/kupyansku-znyshhyly-rosijskyj-desant-okupanty-ne-zakripylysya-mva>
3. Yang Sheng. US aid to Ukraine 'won't end conflict, but prolong it'. Global Times. URL: <https://www.globaltimes.cn/page/202410/1321417.shtml>
4. В'ятрович В. Ленд-ліз може відіграти переломну роль у російсько-українській війні. Главком. URL: <https://glavcom.ua/columns/vyatrovych/lend-liz-mozhe-vidigrati-perelomnu-rol-u-rosiysko-ukrajinskiy-viyni--839733.html>
5. Ron Popeski. Four dead in shelling incidents in Ukraine, officials say. Reuters. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/four-dead-shelling-incidents-ukraine-officials-say-2025-01-09/>

ТРАНСФОРМАЦІЯ РОЛІ ВИКЛАДАЧА ІНОЗЕМНОЇ МОВИ: ТЕХНОЛОГІЇ ТА ГУМАНІЗМ У VUCA-СВІТІ

Інна Янченко,

*доцент кафедри української мови та літератури,
іноземних мов та перекладу,*

Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»

Актуальність дослідження. Сучасна освіта існує в умовах стрімкої цифрової трансформації, дистанційне синхронне й асинхронне навчання стає нормою. Водночас, освітні процеси характеризуються ознаками VUCA-світу: нестабільністю (volatility), невизначеністю (uncertainty), складністю (complexity) та неоднозначністю (ambiguity). Це проявляється в освітній сфері як постійна зміна технологій, непередбачуваність потреб здобувачів освіти та необхідність адаптації до нових викликів [3]. У цьому контексті гуманізація соціокультурного та освітнього простору набуває особливого значення, оскільки технологічні інновації, зокрема інформаційно-комунікаційні технології, медіаосвіта та штучний інтелект (ШІ), мають бути не лише інструментами передачі знань, а й засобами для формування міжкультурної компетенції, стимулювання особистісного розвитку та емоційного інтелекту студентів [1].

За таких складних і мінливих освітніх умов роль педагога зазнає кардинальних змін, що зумовило **мету дослідження**: прослідкувати еволюцію ролі викладача іноземної мови в умовах стрімкої цифрової трансформації та впливу VUCA-світу.

Вільний і швидкий доступ до інформації, інтерактивний медіа контент та персоналізація навчання за допомогою ШІ спонукають до переосмислення ключових функцій і компетентностей педагога [2; 4]. Одним із основних запитів сучасної іншомовної освіти є формування нової рольової моделі викладача в умовах дистанційного навчання. Сьогодні викладач іноземної мови має не лише враховувати технологічні інновації, але й ставити особистість студента в центр освітнього процесу, сприяти його всебічному розвитку та підготовці до життя у VUCA-світі.

Інформатизація навчання створює безмежні можливості для вивчення іноземних мов: забезпечується доступ до глобальних комунікаційних платформ та автентичних ресурсів. Сьогодні медіаосвіта є ключовою складовою