

Міністерство освіти і науки України
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»



ФІЛОЛОГІЯ ОЧИМА МОЛОДІ

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
ІV УЧНІВСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
(21 березня 2024 року)**



Редколегія:

Степова О.В. – проректор з наукової та міжнародної роботи, д.т.н., професор, голова редколегії;

Агейчева А.О. – кандидат педагогічних наук, доцент, декан факультету філології, психології та педагогіки Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;

Болотнікова А.П. – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри загального мовознавства та іноземних мов Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;

Лактіонова І.С. – викладач кафедри загального мовознавства та іноземних мов Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка».

Король Т.Г. – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри загального мовознавства та іноземних мов Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;

Чернишов В.В. – кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри загального мовознавства та іноземних мов Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;

Гунченко Ю.В. – старший викладач кафедри загального мовознавства та іноземних мов Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка».

Москаленко М.В. – старший викладач кафедри загального мовознавства та іноземних мов Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка».

Комлик Н.Ю. – викладач кафедри загального мовознавства та іноземних мов Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка».

Різник Ю.Ю. – викладач кафедри загального мовознавства та іноземних мов Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка».

Середа А.В. – старший викладач кафедри загального мовознавства та іноземних мов Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка».

Федоренко Ю.П. – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри загального мовознавства та іноземних мов Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;

Таловиря Г.М. – кандидат педагогічних наук, доцент,

доцент кафедри загального мовознавства та іноземних мов Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;

***Балацька О.Л.** – кандидат філологічних наук, доцент, кафедри загального мовознавства та іноземних мов Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;*

***Сирота Ю.О.** – кандидат філологічних наук, доцент, кафедри загального мовознавства та іноземних мов Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»;*

***Бондар Н.В.** – доцент кафедри загального мовознавства та іноземних мов, заступник декана факультету філології, психології та педагогіки Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка».*

Філологія очима молоді : збірник матеріалів IV Учнівської конференції (21 березня 2024 року) / Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка». Полтава, 2024. 136 с.

У збірнику вміщено тези учнівських доповідей з питань лінгвістики, міжкультурної комунікації, перекладознавства, української та світової літератури, методики навчання мови й літератури.

Для учнів – членів Малої академії наук України, студентів гуманітарних закладів, науковців та всіх небайдужих до навчання й викладання мови та літератури.

Матеріали надруковано в авторській редакції.

© Автори тез доповідей, 2024.
© Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія
Кондратюка», 2024.

ЗМІСТ

Айдаєва Уляна (науковий керівник – <i>Одом Олена Ігорівна</i>) LEGAL DISCOURSE IN THE LANGUAGE-TRANSLATION FIEL (BASED ON THE TRANSLATION OF COURT DECISIONS) (англійською мовою)	8
Богута Марія (наукові керівники – <i>Білик Наталія Іванівна, Богута Валентина Миколаївна</i>) ТВОРЧИСТЬ ФОЛЬКГУРТУ «СТРИБОЖІ ВНУЦІ» ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ФОЛЬКЛОРНОЇ СПАДЩИНИ ПОЛТАВЩИНИ (українською мовою)	12
Божко Олександра (науковий керівник – <i>Середа Алла Валеріївна</i>) ВЖИВАННЯ АНГЛОМОВНОГО СЛЕНГУ СУЧАСНИМИ ПІДЛІТКАМИ (українською мовою)	15
Бойко Вероніка (науковий керівник – <i>Гаврілова Світлана Валеріївна</i>) ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ КОЛЕКТИВНИХ ПОРТРЕТІВ У РОМАНІ «ДИВЕРГЕНТ» ВЕРОНІКИ РОТ (українською мовою)	18
Болотнікова Лада (науковий керівник – <i>Піляй Світлана Петрівна</i>) СВОЄРІДНІСТЬ ЖАНРУ СОНЕТА В УКРАЇНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ ХХ СТОЛІТТЯ (М. ЗЕРОВ, М. РИЛЬСЬКИЙ, Д. ПАВЛИЧКО) (українською мовою)	22
Боярчук Катерина (науковий керівник – <i>Мироненко Вікторія Олександрівна</i>) АКТУАЛЬНІСТЬ ВИВЧЕННЯ ІСТОРІЇ ІНОЗЕМНИХ МОВ ТА ЇХ СЕМАНТИЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ДЛЯ УЧНІВ ТА УЧЕНИЦЬ ПРОФІЛЮ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ НА ПРИКЛАДІ АНАЛІЗУ ТВОРУ ДЖЕФФРІ ЧОСЕРА «КАНТЕРБЕРІЙСЬКІ ОПОВІДАННЯ» (українською мовою)	25
Глушко Карина (науковий керівник – <i>Мошенець Оксана Григорівна</i>) СУТНІСТЬ ПОЛІСЕМІЇ НА ПРИКЛАДІ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ (українською мовою)	28
Глущенко Юлія (науковий керівник – <i>Бишевич Юлія Сергіївна</i>) PECULIARITIES OF THE USE OF JARGON IN MODERN ENGLISH POLITICAL DISCOURSE (англійською мовою)	32
Гонтарь Олександра (науковий керівник – <i>Пліскіна Галина Григорівна</i>) ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА СТАНОВЛЕННЯ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ В ПЕРІОД ПРАВЛІННЯ ДИНАСТІЇ КАПЕТИНГІВ У ХІ–ХІІ СТОЛІТТЯХ (українською мовою)	34
Городчанін Матвій (науковий керівник – <i>Мошенець Оксана Ігорівна</i>) ЛЕКСИКО – СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОЛОДІЖНОГО ПОВСЯКДЕННОГО АНГЛІЙСЬКОГО СЛЕНГУ (українською мовою)	36
Давиденко Катерина (Науковий керівник – <i>Давиденко Наталія Миколаївна</i>) СУЧАСНА УКРАЇНСЬКА ЩОДЕННИКОВА ПРОЗА ДЛЯ ПІДЛІТКІВ (українською мовою)	39

Дев'ятова Вікторія (науковий керівник – Должко Оксана Анатоліївна) ЖІНКА У ЛІТЕРАТУРІ (ЗА ТВОРЧІСТЮ Б. ШОУ ТА Г. ІБСЕНА (українською мовою)	43
Дем'янюк Владислав (науковий керівник – Шпак Яна Сергіївна) IDIOMATIC EXPRESSIONS AS ONE OF THE PROBLEMATIC ISSUES IN MODERN TRANSLATION STUDIES (англійською мовою)	45
Дмитрусь Владислава (науковий керівник – Должко Оксана Анатоліївна) ЧИТАННЯ ЯК САМОЗЦЛЕННЯ (ЗА ТВОРАМИ УЛЬФА СТАРКА) (українською мовою)	47
Добровольська Анна (науковий керівник – Білик Наталія Іванівна) ХУДОЖНЄ ОСМИСЛЕННЯ ТЕМИ ГОЛОКОСТУ В РОМАНІ ВОЛОДИМИРА ЛИСА «ВИФЛЕЄМ» (українською мовою)	49
Должко Ростислав (науковий керівник – Должко Оксана Анатоліївна) ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ДЛЯ ПІДЛІТКІВ (українською мовою)	52
Дубровіна Юліанна (науковий керівник – Комлик Наталія Юріївна) МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ НЕГАТИВНИХ ЕМОЦІЙ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ (українською мовою)	54
Єгоров Гліб (науковий керівник – Димарь Наталія Сергіївна) HERKUNFT UND BEDEUTUNG DER IM JANRE 2023 POPULÄRSTEN MEMES (німецькою мовою)	57
Жук Марта (науковий керівник – Димарь Наталія Сергіївна) DER EINFLUSS VON UMWELTHEMEN AUF DIE DEUTSCHE SPRACHE: NEUE WÖRTER, BEGRIFFE (німецькою мовою)	60
Запорожець Вероніка (науковий керівник – Аадді Наталія Миколаївна) ЕПОНІМІЧНІ ОДИНИЦІ У ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ (українською мовою)	62
Калініна Марія (науковий керівник – Одом Олена Ігорівна) ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО КОМІКСУ, ЛІНГВІСТИЧНИЙ ТА ЕКСТРАЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ (українською мовою)	64
Кириленко Поліна (науковий керівник – Крупа Анна Вікторівна) ФУНКЦІОНУВАННЯ ПОЛЬСЬКИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ІЗ КОМПОНЕНТОМ, ЩО НАЗИВАЄ ЇЖУ (українською мовою)	67
Кищик Дарина (науковий керівник – Димарь Наталія Сергіївна) DARSTELLUNG AUSSERGEWÖHNLICHER EREIGNISSE IM DEUTSCHEN MEDIENDISKURS (німецькою мовою)	70
Кищик Дарина (науковий керівник – Любченко Тетяна Станіславівна) THE INFLUENCE OF INTERNET COMMUNICATION ON THE MODERN ENGLISH LANGUAGE (англійською мовою)	72
Козіна Анастасія (науковий керівник – Гречка Вікторія Володимирівна) ЗАСОБИ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ТА ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНОГО БАЛАНСУ МІЖ ОРИГІНАЛОМ ТА	75

ПЕРЕКЛАДОМ ТВОРУ (НА ОСНОВІ РОМАНУ Л.М. МОНТГОМЕРІ
«ЕНН З ЗЕЛЕНИХ ДАХІВ») (українською мовою)

- Костенко Поліна** (науковий керівник – *Олефір Ольга Анатоліївна*)
ЛІТЕРАТУРНЕ КРАЄЗНАВСТВО: ПІСЕННА ТВОРЧИСТЬ Г.ЛИТОВЕЦЬ
(українською мовою) 78
- Лаврик Інна** (науковий керівник – *Мошенець Оксана Григорівна*)
ВИКОРИСТАННЯ ІДИОМ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ (українською мовою) 81
- Лукаш-Білякова Софія** (науковий керівник – *Сирота Юлія Олександрівна*)
MYTH OR REALITY IN THE NOVEL BY DAN BROWN “THE
DA VINCI CODE” (англійською мовою) 84
- Лукашова Кіра** (науковий керівник – *Козіна Ірина Олексіївна*)
ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ВТОРИННОЇ РЕАЛЬНОСТІ У РОМАНАХ
ДЖ. К. РОУЛІНГ ПРО ГАРРІ ПОТТЕРА (українською мовою) 87
- Макарова Марія** (науковий керівник – *Роменська Наталія Володимирівна*)
ГЕНОЦИД КРИМСЬКОТАТАРСЬКОГО НАРОДУ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ
ДОЛІ ОПОВІДАЧА В АВТОБІОГРАФІЧНІЙ ПОВІСТІ ШАМІЛЯ
АЛЯДІНА «Я – ВАШ ЦАР І БОГ» (українською мовою) 91
- Мащенко Мілена** (науковий керівник – *Парафіло Марина Вікторівна*)
ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ У ПОЛЬСЬКОМОВНОМУ
МЕДІАПРОСТОРИ (польською мовою) 94
- Мироненко Ксенія** (наукові керівники – *Московченко Ніна Олександрівна, Кріль Юлія Василівна*)
УЧИТЕЛЬ У СИСТЕМІ СУЧАСНОЇ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ:
ФАСИЛІТАТОР, ТЬЮТОР, НАСТАВНИК (українською мовою) 97
- Нестеренко Дар’я** (науковий керівник – *Чаловко Наталя Олегівна*)
ВПЛИВ МОВНИХ БАР’ЄРІВ НА СПРИЙНЯТТЯ ТА РОЗУМІННЯ
ІНШИХ КУЛЬТУР (українською мовою) 101
- Олімпіюк Андрій** (науковий керівник – *Щербань Лариса В’ячеславівна*)
ОСОБЛИВОСТІ ШОТЛАНДСЬКОЇ МОВИ (українською мовою) 104
- Онищенко Анастасія** (науковий керівник – *Агейчева Анна Олександрівна*)
TRANSLATION IN THE CONTEXT OF INTERCULTURAL
COMMUNICATION (англійською мовою) 107
- Онищенко Софія** (науковий керівник – *Ніколаєнко Юлія Олександрівна*)
BRITISH COMMUNICATION STYLE (англійською мовою) 110
- Полтава Єлизавета** (науковий керівник – *Мошенець Оксана Григорівна*)
ВИКОРИСТАННЯ СКОРОЧЕНЬ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ ПІД
ЧАС ОНЛАЙН СПІЛКУВАННЯ (українською мовою) 113

Приходько Тетяна (науковий керівник – <i>Вовченко Олеся Миколаївна</i>) EINFLUSS DES ENGLISCHEN AUF DIE DEUTSCHE SPRACHE (німецькою мовою)	116
Рябенко Ніка (науковий керівник – <i>Чорна Олександра Юріївна</i>) ВІДОБРАЖЕННЯ МЕНТАЛЬНИХ РИС ІНШИХ НАРОДІВ В УКРАЇНСЬКИХ ПАРЕМІЯХ (НА МАТЕРІАЛІ ЗБІРКИ М. НОМИСА) (українською мовою)	119
Самойленко Олександра (науковий керівник – <i>Лакішис Наталія Олександрівна</i>) ENGLISH-LANGUAGE SLOGANS OF INTERNATIONAL BRANDS AND THEIR STYLISTIC FEATURES (англійською мовою)	122
Ситник Кристина (науковий керівник – <i>Гаврілова Світлана Валеріївна</i>) ОСОБЛИВОСТІ ІРЛАНДСЬКОЇ МОВИ (українською мовою)	125
Скачко Руслана (науковий керівник – <i>Москаленко Марина Володимирівна</i>) ОМОНІМИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ ТА СКЛАДНОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ (українською мовою)	128
Сухачова Амалія (науковий керівник – <i>Сердюк Юлія Геннадіївна</i>) CROSS-CULTURAL COMMUNICATION (англійською мовою)	131
Тарасевич Марія (науковий керівник – <i>Одом Олена Ігорівна</i>) EUPHEMISMS AS A SOURCE OF SYNONYMY IN MODERN ENGLISH (англійською мовою)	135
Тютюнник Ксенія (науковий керівник – <i>Комлик Наталія Юріївна</i>) АНГЛІЙСЬКІ ГЛЮТОНІЙНІ НАЙМЕНУВАННЯ НА ПРИЛАВКАХ УКРАЇНСЬКИХ МАГАЗИНІВ (українською мовою)	138
Филонич Софія (науковий керівник – <i>Мазій Ірина Олександрівна</i>) ВИКОРИСТАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ (українською мовою)	140
Хруленко Єва (науковий керівник – <i>Шпак Яна Сергіївна</i>) LEXICAL FEATURES OF ELIZA DOOLITTLE'S SPEECH IN B. SHAW'S WORK "PYGMALION" (англійською мовою)	142
Царук Максим (науковий керівник – <i>Царук Ольга Ярославівна</i>) МОВНІ ЗАСОБИ ТА СТРАТЕГІЇ В РЕКЛАМНИХ РОЛИКАХ NIKE: АНАЛІЗ ВПЛИВУ НА СПРИЙНЯТТЯ ТА МОТИВАЦІЮ ПІДЛІТКІВ (українською мовою)	144
Черниш Дарина (науковий керівник – <i>Димарь Наталія Сергіївна</i>) DIE DYNAMIK DES JUGENDWORTSCHATZES: EINE ANALYZE DER NOMINALWÖRTER DES "JUGENDWORT DES JAHRES" (німецькою мовою)	148

Уляна Айдаєва
 Науковий ліцей №3 Полтавської міської ради
 м. Полтава
 Науковий керівник – Одом Олена Ігорівна

LEGAL DISCOURSE IN THE LANGUAGE-TRANSLATION FIELD (BASED ON THE TRANSLATION OF COURT DECISIONS)

At the current stage of the development of linguistic thought, there is a trend towards communication between the peoples of the world. Establishing contact between states, observing international relations is brought to a high level and documented. However, if we are talking about different states, we are dealing with different languages. When drafting a legal document of an international level, it is important for a specialist in the legal field that the information of the legal document must be accepted by the recipient.

• *Discourse is a way of organizing speech, which includes a system of conversational practices, rules and conventions. The study of discourse allows us to understand what ideas, meanings and social representations are conveyed through language.*

Classifying the types of discourses is a difficult task because discourses can have different forms and functions. However, some general types of discourse can be distinguished, *such as scientific, political, journalistic, medical, legal.*

The study of theoretical aspects of legal discourse helps to understand its features and specificity. Consideration of the concept of discourse, approaches to its study, classification of discourse types, as well as the main semantic characteristics of legal discourse helps to reveal the features and basic principles of language use in the legal context.

The practical significance of our research is that the completed translation of court decisions, as well as the compiled dictionary of legal terms, can serve as practical material for creating lecture materials on the discipline "Translation of legal documents" on the basis of various higher educational institutions.

Having identified the main features of commonly used terminology and legal texts at the lexical level, we consider it expedient to analyze them based on the material of Ukrainian and English court texts.

According to the analysis of the original texts and translated texts at the lexical level, it was found that translation using *the equivalent accounts for only 30%*, while transformation accounts for 70%, among which *tracing accounts for 35%, lexical modulation – 28%, adaptive transcoding – 7%.*

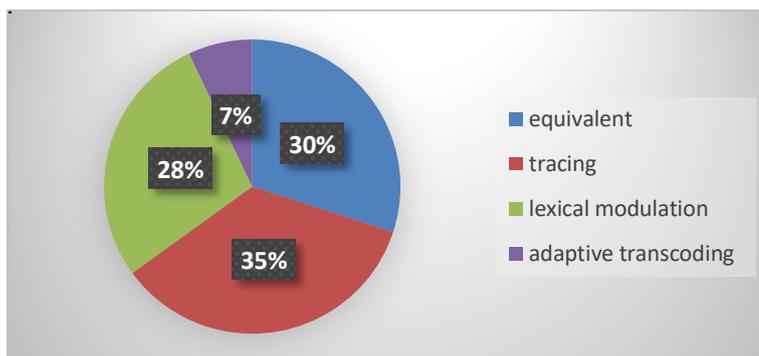


Diagram 1. Results of the analysis of the original and translated texts at the lexical level

Analyzing a fragment of the text taken from the court decision of the Khmelnytskyi City District Court, we compiled a table comparing stylistic techniques and tools in the translation of court decisions from the Ukrainian language.

Table 1. Characterization, analysis and comparison of stylistic techniques and means of translation of court decisions

Оригінал (українською мовою)	Переклад (англійською мовою)
(б) 17 грудня 2020 року в процесі юридичної консультації було з'ясовано, що ФГ «Чернишова Івана Гавриловича» всупереч встановленого законом порядку здійснило за собою державну реєстрацію права власності на	(6a) <i>On December 17, 2020 it was found out in the course of legal consultation that Chernyshova Ivana Havrylovycha Farm Household had carried out the property right state registration to the real estate, located at the address: Khmelnytskyi region, Nova Ushytsia district, Antonivka village, and being a property share belongs to all members of Maiak company. The registration had been carried out contrary to the order established by the law.</i>

<i>нерухоме майно, що знаходиться в селі Антонівка, Новоушицького району, Хмельницької області, та яке належить в якості</i>	
<i>з`ясовано</i>	<i>it was found out(додавання підмета)</i>
<i>нерухоме майно, що знаходиться</i>	<i>the real estate, located at the address(лексична модуляція)</i>
<i>...належить в якості майнового паяю...</i>	<i>...being a property share belongs to... .(зміни частин мови)</i>
<i>державна реєстрація</i>	<i>state registration(зміни частин мови)</i>
<i>юридична консультація</i>	<i>legal consultation(дослівний переклад)</i>
<i>встановлений порядок</i>	<i>established order(дослівний переклад)</i>
<i>нерухоме майно</i>	<i>real estate(дослівний переклад)</i>
<i>майновий пай</i>	<i>property share(дослівний переклад)</i>

Table 2. Translation of court decisions in the field of linguistic translation: legal discourse

<i>Оригінал (українською мовою)</i>	<i>Переклад (англійською мовою)</i>
<i>суд</i>	<i>court(за допомогою еквіваленту)</i>
<i>без змін</i>	<i>unchanged(калькування)</i>
<i>постанова</i>	<i>ruling(за допомогою еквіваленту)</i>

<i>ухвала</i>	<i>resolution(за допомогою еквіваленту)</i>
<i>позов</i>	<i>claim(за допомогою еквіваленту)</i>
<i>безпідставність</i>	<i>unfoundedness(за допомогою еквіваленту)</i>
<i>недоведеність</i>	<i>lack of proof(за допомогою еквіваленту)</i>
<i>справи</i>	<i>case facts(лексична модуляція)</i>
<i>приходить до висновку</i>	<i>concludes(лексична модуляція)</i>

Conclusions. Thus, for the first time, I translated Ukrainian-language court decisions into English and interpreted data that can be used in further judicial practice, described the specifics of legal discourse in the area of court decisions, and compiled a mini glossary of legal terms of sentences. We considered the essence of the concept of "legal discourse" in the linguistic plane, investigated its features and determined its functions.

References

1. Артикуца Н. В. Законодавчі терміни та їх визначення. *Наукові записки НаУКМА*. Київ, 2009. Т. 90 : Юридичні науки. С. 39-42.
2. Белова А. Д. Поняття «стиль», «жанр», «дискурс», «текст» у сучасній лінгвістиці. *Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. Іноземна Філологія*. Вип. 32-3. 2002. С. 11-14.
3. Бибик С. П., Сюта Г. М. Ділові документи та правові папери: Листи, протоколи, заяви, договори, угоди. Харків, 2005. 491 с.
4. Гринчишин Д. Г., Сербенська О. А. Словник паронімів української мови. Київ, 1986. 224 с.

Марія Богута,
 Комунальний заклад «Полтавський міський багатoproфільний ліцей №
 1 імені І. П. Котляревського Полтавської міської ради Полтавської
 області»
 Наукові керівники – Білик Наталія Іванівна,
 Богута Валентина Миколаївна

ТВОРЧИСТЬ ФОЛЬКГУРТУ «СТРИБОЖІ ВНУЦІ» КРІЗЬ ПРИЗМУ ФОЛЬКЛОРНОЇ СПАДЩИНИ ПОЛТАВЩИНИ

У контексті досліджуваної проблеми варто наголосити, що Полтавщина є непересічним осередком формування та розвитку визначної регіональної співочої традиції, адже її пісенній культурі присвячені розвідки великої кількості дослідників та поціновувачів. Саме з Полтавщиною пов'язане життя й діяльність багатьох митців, громадських діячів минулого та сьогодення: кобзарів та лірників (М. Заєць, Н. Чумак, М. Крутько, С. Садовий та інші), збирачів-фольклористів (О. Вересай, М. Максимович, В. Верховинець, О. Сластіон, Є. Ліньова, Ф. Попадич, Я. Степовий та інші), етнологів (В. Балушок, В. Галайчук, Л. Гасиджак та інших), композиторів (М. Лисенко, брати Г. Майбороди та П. Майбороди, І. Дунаєвський, О. Білаш та інших), виконавців народних пісень та музикантів (В. Іконник, М. Микиша, М. Кондратюк, Д. Петриненко, Р. Кириченко та інші).

Нині у духовній скарбниці міста Полтави є самодіяльні колективи, які мають у своєму мистецькому доробку українські народні пісні, фольклор у сучасній обробці, класичні українські твори тощо. Серед них фольклорна група вокально-хорової студії «Домінус»; хоровий колектив «Горлиця» Полтавського міського багатoproфільного ліцею № 1 імені І. П. Котляревського; Народний фольклорний ансамбль «Жива вода» імені Павла Бакланова, Український народний хор «Калина», вокальний ансамбль «Свічадо», студія естрадної пісні «Глорія» при ПНПУ імені В. Г. Короленка, народний фольклорний ансамбль «Маланка» при ПДАУ [1; 4; 5; 6].

З огляду на очевидну значимість для досліджуваного нами фольклорного гурту, серед численних збирачів та популяризаторів регіонального спадку особливу зацікавленість викликає діяльність Павлова Олексійовича Бакланова – фольклориста, хормейстера, заслуженого артиста України (1999 рік). У історії його життєтворчості є доленосний факт – запрошення очолити новостворений колектив на базі філологічного факультету Полтавського державного педагогічного університету імені В. Г. Короленка (2000 рік). Розвивати оригінальний

художній студентський колектив Павло Бакланов почав з дружиною Ларисою Миколаївною, які і належить ідея назви ансамблю – «Жива вода», адже «українська пісня, як та жива вода з казок: не тільки лікує, а й оживляє душу» [6]. На чолі з Павлом Баклановим за вагомих внесок у розвиток українського національного музичного мистецтва ансамбль удостоївся звання «Народний самодіяльний колектив», по смерті керівника – присвоєння ім'я митця (2010 рік). Родинну справу нині продовжує дружина – Лариса Бакланова, заслужена діячка мистецтв України, головний хормейстер пісенно-танцювального ансамблю «Полтава» Полтавської обласної філармонії [2].

Безперечно, значний вплив на учасниць досліджуваного нами колективу мав єдиний на той час у місті Полтаві фольклорний ансамбль «Жива вода», який вирізнявся збереженням автентичності національного пісенного надбання та став підґрунтям для наступного покоління поціновувачів народної пісні. На підтвердження правильності зроблених нами висновків свідчить те, що для учасниць «Стрибожих внуців» ансамбль «Жива вода» став колискою власної пісенної творчості, а вже керівниця «Стрибожих внуців» Аліна Зінченко є наставницею фольклорної групи вокально-хорової студії «Домінус», яка була предметом нашого минулорічного дослідження [4]. Окрім того у 2019 році солістка фольклорної групи вокально-хорової студії «Домінус» Анна Мельницька стала наймолодшою учасницею найпрестижнішого українського фестивалю сучасної пісні та популярної музики «Червона рута-2019» (м. Чернівці) і серед 300 вокалістів виборола II премію в номінації «Автентичний фольклор» з піснями Полтавщини «Ой ходила дівчина» та «Ой ходила галка». Цим додатково підтверджується те, що фольклорні корені сучасних колективів є життєздатними, володіють незмірним та вагомим потенціалом для вирішення актуальних проблем сьогодення.

Намагаючись відповідати назві, яка має язичницьке коріння, учасниці «Стрибожих внуців» націлились на пошук та добір репертуару виключно зі стародавніх творів. Зіштовхнувшись із вкрай малою кількістю таких пісень, які збереглися до нашого часу, було прийнято рішення розширити репертуар фольклорними українськими творами, але намагатися дотримуватися автентичності у їх виконанні.

Творчо-пісенний доробок фолькгурту «Стрибожі внуці» складається з народних пісень різних регіонів України, зокрема й Полтавського. Критеріями добору пісенного репертуару є автентичність пісенного твору, його змістове оригінальне наповнення та особисті вподобання учасниць колективу. Твори виконують як а капельно, так і задаючи ритм автентичними музичними інструментами, серед яких рубель, бубон, тамбурин, гребінка, деркач, коса, пилка,

гобой тощо.

Нині в активному репертуарі фолькгурту «Стрибожі внуці» 31 пісенний твір. Його формуванням займається переважно керівник колективу – Аліна Зінченко з опертям на такі критерії: архаїчність; змістове наповнення пісенного твору, його оригінальність; особисті вподобання.

Аналіз жанрів, мотивів, образів та структури поетичного складника загалом доводять їхню типовість. Разом з тим, жоден із використаних нами покажчиків не ідентифікував давній погребальний твір «Паляті стрела, я впаду с тела». Результати дослідження поетичного аспекту записаних пісень дають підстави стверджувати, що фолькгурт «Стрибожі внуці» репродукує виконавські традиції лівобережної середньої Наддніпрянщини, зокрема й Полтавського фольклорного регіону.

Список використаних джерел

1. АРТпроект #ЗНАЙ_НАШИХ: Народний фольклорний ансамбль «Жива вода» імені Павла Бакланова. ПНПУ ім. В. Г. Короленка: вебсайт. URL : <http://surl.li/opkrz> (дата звернення 21.09.2023)
2. Бакланова Лариса Миколаївна. *Енциклопедія Сучасної України*. Київ, 2033. Т. 2. 872 с.
3. Білан М. С., Стельмащук Г. Г. *Український стрій*. Львів, 2011. 314 с.
4. Богута М. С. Створення і діяльність фольклорної групи вокально-хорової студії «Домінус». *Шості Череванівські наукові читання (на пошану професра А.С.Череваня)* : зб. наук. ст. Полтава, 2022. Вип. 4. С. 194-201.
5. Бурбан М. І. Самодіяльний український народний хор «Калина» Полтавського педагогічного інституту імені В. Г. Короленка. *Українські хори і диригенти*. Дрогобич, 2006. С. 178-179.
6. Любченко Д. «Пісня – то моє життя» (ювілейне пошанування хормейстера пісенно-танцювального ансамблю «Полтава» Полтавської обласної філармонії, керівника Народного фольклорного ансамблю «Жива вода» ПНПУ імені В. Г. Короленка, заслуженого діяча мистецтв України Лариси Бакланової). *Рідний край*. 2019. № 1 (40). С. 220-225.

Олександра Божко
 Комунальний заклад «Полтавська загальноосвітня
 школа I-III ступенів №38
 Полтавської міської ради Полтавської області»
 м. Полтава
 Науковий керівник – Серeda Алла Валеріївна

ВЖИВАННЯ АНГЛОМОВНОГО СЛЕНГУ СУЧАСНИМИ ПІДЛІТКАМИ

У сучасній українській мові все більше стають актуальними тенденції, що характеризуються прагненням відійти від вивчення мови як традиційної лінгвістичної системи, а дослідників все більше привертає лексика різних соціальних груп як підґрунтя суспільно-практичної діяльності людей. Вміння спілкуватися є одним з найважливіших показників освіченості та ерудованості людини, її авторитету в суспільній та професійній діяльності. Звісно, що основним інструментом спілкування є мова. Мова – це специфічна форма відображення реальності, вона реагує на зміни в нашому житті, в соціокультурних цінностях і орієнтирах. Через те, що мова кожної нації постійно розвивається і поповнюється новими лексемами як шляхом виникнення нових слів в межах материнської мови, так і шляхом запозичення з інших мов, особливо англійської, виникає потреба в систематизації й кодифікації нових лексем. Саме тому соціальні діалекти стають предметом вивчення багатьох дослідників як вітчизняних (О. Глазова, В. Дорда, А. Андрусяк, П. Грабовий, Л. Лисак, О. Старова, І. Николів, О. Романова, Л. Ставицька та ін.), так і іноземних (М. Адамс, Е. Патридж, Е. Матіелло, Дж. Колеман, Габ Гаревой та ін.).

У сучасному житті молодь дуже легко вдається до запозичень, зокрема англомовних, утворення власного мовного середовища та використання слів і понять, які часто не притаманні її ментально-культурному простору, – не є винятком і явище «сленгу». Найбільше запозичуються англіцизми з популярних соціальних мереж (Фейсбук, Інстаграм тощо), численних реаліті-шоу, ситкомів, ЗМІ, комп'ютерних ігор, що говорить про активне пропагування американського способу життя та мислення. Загалом прагнення бути «в тренді» стало ключовим в поведінці і, зрештою, в мові значної частини молоді. Часто мова молоді не зрозуміла іншим верствам населення, що і провокує тенденцію до активного вивчення цих лексем у сучасній лінгвістиці як яскравого й самобутнього явища. Через це велика кількість молоді майже повністю переходить на неформальний стиль спілкування, в

результаті чого виникає непорозуміння між ними та іншими членами суспільства, які часто не знають, що ці «модні» слова означають.

Відзначимо, що у лінгвістиці не існує єдиного визначення терміну «сленг», який позначає нестандартизоване мовлення поряд із «арго» та «жаргоном» [3].

Дуже чітко на необхідності розрізнення понять «жаргон» і «сленг» наголошує Л. Ставицька, відзначаючи, що жаргон «історично вказує на обмеженість групи його носіїв, а також на вузькість семантичного поля лексичних одиниць». Натомість «мовне середовище спілкування великої кількості людей, яке відрізняється від мовної норми, отримало найменування „сленг”» [3, с. 61].

Відзначимо, що саме молодь активно вживає багато сленгових одиниць, а саме комп'ютерну термінологію. Часто сленгові одиниці походять від ігор, програм, компаній-виробників комп'ютерної техніки, антивірусів, операційних систем та соціальних мереж (*волюм, клікати, скіл, дабл кіл, стрім, хештег, скрін, лайк, дизлай, вайн, скетч, геймер, юзер, ютубер, хейтер*).

Окрему групу становлять лексеми, які перекладаються за допомогою транслітерації й позначають сучасні привітання у сфері молодіжного сленгу: наприклад, *хай! (Hi!), Хелой! (Hello), Бай! (Bye!), чірс (cheers), ХепіБьоздей (HappyBirthday), Сюрпрайз! (Surprise!), окей (okay), ноу проблемс (no problems), ноу (no), сенкс (thanks), copi (sorry), соу свім (sosweet!), сунер (super), файн (fine), кул (Cool), крейзі (Crazy), найс (Nice), ізі (easy)* тощо .

Друга група лексем пов'язана із молодіжним сленгом (*чіл, міл, релакс, тролінг, хайп, булінг, мем, крінж, глюк*). Найпродуктивніші способи перекладу англіцизмів в цій групі можемо назвати такі: транскрипція та транслітерація, калькування, аббревіація та інші види скорочень, переклад за допомогою прямого включення, дослівний переклад (*Н-д, тюнер, провайдер, стрім, Дота, Контра, Епл, ангрейд, донат, лінк, мем, дизлайк*).

Отже, активне утворення нових слів в національній мові, зокрема шляхом запозичення з інших мов, найчастіше англійської, шляхом використання транскрипції та транслітерації, аббревіації, різних видів скорочень, калькування наразі є актуальною й неоднозначною тенденцією під час вивчення сленгу загалом й молодіжного сленгу зокрема в сучасній українській мові.

Однак, загалом відзначимо, що вживання англійських лексем молодіжного сленгу та процес пошуку їхнього вдалого перекладу є продуктивним та актуальним лінгвістичним механізмом поповнення сучасного словника української мови. Саме молодь майже першою відчуває й переймає нові тенденції й модерні віяння у суспільстві й

активно переносить їх у своє мовлення та спілкування, збагачуючи тим самим неформальний шар лексики сучасної української літературної мови.

Список використаних джерел

1. Грабовий П. Молодіжний сленг у системі соціолектів сучасної української мови. *Лінгвістичні студії* : зб. наук. праць. Донецьк, 2008. Вип. 16. URL : <http://litmisto.org.ua/?p=7963> (дата звернення)

2. Словник молодіжного сленгу: рофл, флекс, крінж та інші неологізми підлітків. URL : <https://iod.media/article/slovnik-molodizhnogo-slengu-rofl-flekskrinzh-ta-inshi-neologizmi-pidlitkiv-3018> (дата звернення 28.09.2023)

3. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг: соціальна диференціація української мови. Київ, 2005. 464 с.

Вероніка Бойко
Ліцей №17 «Інтелект»,
м. Полтава
Науковий керівник – Гаврілова Світлана Валеріївна

ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ КОЛЕКТИВНИХ ПОРТРЕТІВ У РОМАНІ «ДИВЕРГЕНТ» ВЕРОНІКИ РОТ

Літературний портрет є важливим елементом художнього тексту. За допомогою портрета автор «відтворює не лише зовнішність персонажа, а й загальне уявлення про його індивідуальність: риси вдачі, морально-етичні принципи, духовні якості тощо» [3]. Вибір засобів створення портретних описів залежить від творчого задуму письменника та його ставлення до героя. Мовні особливості портретних описів у творах різних жанрів були предметом вивчення багатьох лінгвістів. Розвиток портретних описів в літературі досліджували Б. Галанов, А. Галич, Н. Дмитрієва Н. та Г. Сириця. Портретний дискурс у творах окремого письменника аналізували О. Шевчук, Н. Рашкі, О. Дудар, М. Лабінська та інші.

За кількістю описуваних персонажів виділяють одиничний, парний та колективний портрети. Одиничні портрети найчастіше представлені в літературних творах, бо саме вони передають сутність кожного з персонажів та виступають «важливим композиційним складником» [1, с. 7]. Як зазначає А. Галич, «колективний портрет пов'язує різні особистості через аналіз окремих портретних деталей соціуму на тлі певної доби» [1, с. 5].

Роман-антиутопія «Дивергент» – це перша книга трилогії американської письменниці Вероніки Рот. Головна героїня Беатріс Прайор проходить шлях від нерішучої 16-річної дівчинки до відважної бунтівниці. Портрети у романі виступають не лише описом зовнішності персонажів. Вони розкривають сутність особистості та є важливими композиційними елементами сюжету. В ході дослідження було проаналізовано 29 портретних описів, серед яких 22 одиничних та 7 колективних портретів.

Особливістю портретних описів Вероніки Рот є наявність у романі «Дивергент» колективних портретів. Всі колективні портрети Вероніки Рот є деконцентрованими, бо їхні деталі вкрапленнями з'являються у тексті, характеризуючи певну соціальну групу на тлі подій сюжету. За допомогою опису одягу, аксесуарів, моральних устоїв та звичаїв письменниця створює образи п'яти фракцій, безфракційних та дивергентів.

В ході аналізу текстового матеріалу виявлено, що вагому роль у

створенні колективних портретів фракцій відіграють вестизми, котрі описують колір одягу та аксесуари. Колір одягу виступає у романі як символ приналежності до певної соціальної групи. Наприклад, Альтруїсти завжди одягають сіре, непомітне вбрання, що допомагає їм забути про власні бажання та зосередитись на служінні іншим: «*The gray clothes, the plain hairstyle, and the unassuming demeanor of my faction are supposed to make it easier for me to forget myself*» [4, с. 15]. Характерною рисою представників Правдолюбства є чорні костюми та наявність білої краватки: «*The Candor man wears a black suit with a white tie— Candor standard uniform*» [4, с. 12]. Такий вибір кольорів підкреслює основні принципи фракції, яка визнає лише правду: «*Their faction values honesty and sees the truth as black and white, so that is what they wear*» [4, с. 12].

Вестизми, котрі називають аксесуари, присутні у портретних описах трьох фракцій. Наприклад, пірсинг і татуювання є характерними ознаками Безстрашних: «*They are pierced, tattooed, and black-clothed*» [4, с. 15]. При цьому такий вигляд мають всі представники родин цієї фракції: «*They still look strange to me — a mother with a pierced eyebrow, a father with a tattooed arm, an initiate with purple hair, a wholesome family unit*» [4, с. 136]. Вибір даних аксесуарів характеризує внутрішні якості представників фракції, їхню агресивність, готовність долати біль та страхи: «*The other factions see the Dauntless a certain way. Brash, aggressive, impulsive*» [4, с. 268]. Єдиним дозволеним аксесуаром для Альтруїстів є годинник, що символізує практичність: «*my watch—which is the only adornment Abnegation allows, and only because it's practical*» [4, с. 30].

Одним із основних засобів створення колективних портретів є кінесизми. Лексеми даної категорії використовуються для характеристики моральних цінностей, чеснот та принципів кожної фракції. За допомогою іменників на найменування особливостей характеру та моральних якостей Вероніка Рот створює колективні образи кожної фракції. Наприклад, лексема «selflessness» називає основну цінність Альтруїстів: «*Abnegation values selflessness*» [4, с. 13]. Основні цінності Безстрашних виражають лексеми «bravery» та «courage», що висловлено в їхньому маніфесті: «*We believe in ordinary acts of bravery, in the courage that drives one person to stand up for another*» [4, с. 157]. Найважливішими для Ерудитів є знання: «*The Erudite thirst for knowledge filling all the hidden places in his room*» [4, с. 47].

Вероніка Рот використовує кінесизми з антонімічними значеннями при описі неприйнятних якостей для фракцій, основні цінності яких задекларовані у їхніх назвах: «*Amity – aggression*», «*Dauntless –*

cowardice», «*Erudite – ignorance*», «*Candor – duplicity*», «*Abnegation – selfishness*»: «*Those who blamed aggression formed Amity... And those who blamed cowardice were the Dauntless*» [4, с. 40].

Кінесизми стають єдиним засобом вербалізації портретів дивергентів. Відсутність соматизмів та вестизмів підкреслює той факт, що саме морально-вольові якості роблять людину нескореною, дають змогу приймати інший спосіб мислення, змушують її боротись за власні принципи: «*But our minds move in a dozen different directions. We can't be confined to one way of thinking*» [4, с. 327]. Здатність контролювати свою свідомість та неможливість бути контрольованими іншими є основними характеристиками дивергентів: «*I am Divergent. And I can't be controlled*» [4, с. 327].

Необхідно відзначити, що Вероніка Рот за допомогою кінесизмів передає зміну пріоритетів фракцій, що дає поштовх до основних подій сюжету. Наприклад, фракція Безстрашних мала на меті навчити людей долати життєві загрози і виклики: «*The purpose of this is to prepare you to act; to prepare your body to respond to threats and challenges*» [4, с. 59]. Згодом амбіції окремих лідерів перетворили Безстрашних на безжалісних та жорстоких людей: «*Six years ago Max and the other leaders changed the training methods to make them more competitive and more brutal*» [4, с. 182]. Саме цю брутальність використали Ерудити для досягнення власної мети, за допомогою сиворотки, перетворивши Безстрашних на бездушних вбивць.

Одним із інструментів створення колективних портретів виступає опис загальної групи через опис одного з її представників. Наприклад, дії Безстрашних під впливом сиворотки змальовані за допомогою опису Кристини: «*She moves without looking at what she's doing, her mouth half-open, not awake but seeming awake. And everyone else looks just like her*» [4, с. 309]. Читач ніби вихоплює поглядом у цілій масі бездушних людей знайоме обличчя, і зміни у ньому є особливо вражаючими.

Таким чином, аналіз колективних портретів у романі «Дивергент» доводить, що основними засобами їхньої вербалізації виступають кінесизми, котрі називають моральні якості та цінності, та вестизми, що називають аксесуари та колір одягу. Характерною рисою портретних описів Вероніки Рот є використання кінесизмів з антонімічним значенням та прийому опису групи через опис одного представника.

Список використаних джерел

1. Галич А. О. Жанрові модифікації портретного дискурсу в документалістиці ХХ – початку ХХІ ст.: дис. ... д-ра філол. наук: 10.01.01. Київ, 2017. 481 с.

2. Омецинська О.В. Поняття й структура портретного опису як складника художнього дискурсу. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2007. Вип. 33. С. 210-213. URL : <http://eprints.zu.edu.ua/1727/1/50.pdf> (дата звернення: 28.09.2023)

3. Томусяк Л.М., Томусяк А.О. Портретний опис як структурний елемент художнього тексту. URL : <https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/1126> (дата звернення: 28.09.2023)

4. Roth Veronika. *Divergent*. New York, 2011. 387 с.

Лада Болотнікова
Ліцей №32 «Європейський» Полтавської міської ради
Науковий керівник – Піляй Світлана Петрівна

СВОЄРІДНІСТЬ ЖАНРУ СОНЕТА В УКРАЇНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ ХХ СТОЛІТТЯ (М. ЗЕРОВ, М. РИЛЬСЬКИЙ, Д. ПАВЛИЧКО)

Аналіз генетичного розвитку жанру сонета в українській поезії дає підстави говорити про своєрідність і нерівномірність цього процесу, оскільки цей жанр започаткувався в українській літературі в першій половині ХІХ століття, а соціально-політичні труднощі того часу не сприяли розвитку літератури загалом. У 20-30-х роках ХХ століття у галузі теорії сонета майже ніхто, крім М. Зерова та М. Рильського, серйозно не працював. Поворотним етапом у розвитку цього жанру стали 50-60-ті роки ХХ століття, коли у зв'язку з загальним піднесенням культури українського народу, інтенсивним інтелектуальним ростом художників слова, зокрема молодшого покоління письменників, численна група поетів стала на шлях глибокого вивчення та замилювання класичною версифікаційною спадщиною. Однією з проблем дослідження класичної спадщини минулих століть є проблема традиції їх успадкування, а відтак і новаторства. Як переконливо наголошує тогочасний дослідник класичної форми О. Мороз, «творчість кожного художника зумовлюється історико-економічними факторами. Митець завжди користується з тих умов та матеріалу, який надбали його попередники, і, успадкувавши його, мусить виходити з нього у своїй оригінальній творчості» [2, с. 9].

Дослідники [1, 2, 3, 4] сходяться на тому, що характерна особливість сонета визначена мінімальним простором, де сконцентрована максимальна поетична сила, сонет репрезентує інтенсивну працю думки, відчуття, коли пізнання стає частиною творчості, а творчість частиною – пізнання. Сонет, ніби за законами драматургії, має експозицію, конфлікт, перипетії та розв'язку.

Під пером М. Зерова сонет набув тієї довершеності і гармонійності, філософської глибини й інтелектуальної напруги, які стали окрасою української поезії. Митець створив сонети-цикли «Крим», «Київ», «Будівництво», «Дніпро», «Мотиви», «Сонети», де порушує проблему історичної пам'яті, історичної автентичності народу, мудрості, культурного подвижництва, у циклі «Ars poetica» висвітлює проблему мистецтва та митця. Назвою першого сонету «Тридцять тиранів» є фраза з розмови з Бургардтом. У вражаюче

сміливих алегоріях поет відображає картину сучасної йому політичної дійсності в Україні (початок 30-тих років ХХ століття). Мова у Зерова езопівська, алегорії дуже прозорі та влучні: *А ми? Де ж заступ нам на нашу гуч?... Дитяча сліпота? Сократів бич? У сонеті «Страшна п'ятниця»* ідейне і смислове навантаження несуть слова *спустилась ніч, синя мла*. У цій страшній моральній темряві йдуть жінки, *мов ряд примар*, уже до мертвого Ісуса. Основний зміст сонетів М. Зерова – це проблеми сучасності: *Він борить тупість і муругу лінь, В Європі хоче ставити курінь, Над творами культурників п'яніє...; мистецтва і митця: Класична спадщина і контур строгий, І логіки залізна течія – Оце твоя, поезіє, дорога...; оспівування природи рідного краю: Тепло і радість день новий веде, І проти сонця дерево руде На спаді віт розвішала береза...*

Цікавими є роздуми М. Рильського над змістом довготривалих дискусій щодо правомірності класичних форм та тяжінням тогочасної молоді генерції поетів до сонета. Митець наголошує, що класична форма минулих віків переборола великі труднощі й остаточно утвердилася в поезії. М. Рильський замість п'ятистопного ямба, який зустрічається частіше, використовує більш урочистий шестистопний, чітко дотримується правила сонета – теза, антитеза, синтез, чергування чоловічих і жіночих рим, класичного кільцевого і перехресного римування в катренах і різнорідного закінчення у терцетах. За тематикою сонети М. Рильського дуже різноманітні, зокрема пейзажна лірика (оспівування краси рідної природи в циклі «Рибальські сонети»): *Цей вечір замкнений в холодному спокої, Ясний, докінчений нагадує сонет, Сонет краси гаїв і тиші зимової*; створення жіночих та міфологічних образів «Далека царівна».

У 50-ті роки ХХ століття з'явилися перші сонети Д. Павличка, який дотримувався складної класичної форми й водночас вдавався до нових тем, ідей, образів, наповнюючи свої твори новим змістом. Його сонети складаються з двох катренів з чітким перехресним чи кільцевим римуванням і двох терцетів. Поруч з традиційними темами про кохання («Минулося кохання вечорове»), красу природи («Карпати») переважають твори на суспільно-філософські, морально-етичні теми (збірка «Гранослов»). Збірка «Гранослов», присвячена пам'яті М. Рильського, є новаторською, оскільки кожен сонет останнім своїм рядком не в'яжеться з наступним, як того вимагає традиція, а існує сам по собі, об'єднує рядки лише тема. У другому сонеті Павличко вітає Ярославу (збірний образ України), по науку звертається до Рильського: *Навчіть перо тримати, друже мій, До спазм, до замлівання, до каліцтва, Щоб видати всю силу чоловіцтва...* У сонетах Павличка постають образи дитинства, батьків («Батько», «Мати»);

репрезентовано мистецтво і роль поета («Мені потрібно тільки олівця...», «Тиша») Сонети Павличка сповнені любов'ю, ненавистю, тривогами сучасної людини, це золота середина його творчості. Можливості сонета широкі, здається, немає такої сторони у взаєминах людей, яка була б не подемострована в них.

Список використаних джерел

1. Братко В. Поняття про жанрові різновиди сонета у структурі спецкурсу «Сонет в історії української і світової літератури». *Зарубіжна література в школах України*. 2012. № 6. С. 37-41.
2. Мороз О.Н. Етюди про сонет (До питання про традиції та новаторство в розвитку сонета). Київ, 1973. 111 с.
3. Паламар С. Розвиток жанру сонета в українській літературі: теоретичний аспект. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2011. № 1. С. 31-33.
4. Сіробаба М. В. Жанрово-строфічні модифікації українського сонета: автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.01. Харків, 2000. 18 с.

Катерина Боярчук
Комунальний заклад «Полтавський міський багатoproфільний
ліцей № 1 імені І.П. Котляревського Полтавської міської ради
Полтавської області», м. Полтава
Науковий керівник – Мироненко Вікторія Олександрівна

АКТУАЛЬНІСТЬ ВИВЧЕННЯ ІСТОРІЇ ІНОЗЕМНИХ МОВ ТА ЇХ СЕМАНТИЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ДЛЯ УЧНІВ ТА УЧЕНИЦЬ ПРОФІЛЮ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ НА ПРИКЛАДІ АНАЛІЗУ ТВОРУ ДЖЕФФРІ ЧОСЕРА «КАНТЕРБЕРІЙСЬКІ ОПОВІДАННЯ»

Щоб дослідити актуальність та інтерес до вивчення історії іноземних мов учнями та ученицями профілю іноземної філології Комунального закладу «Полтавський міський ліцей №1 імені І. П. Котляревського» нами було проведено опитування.

Опитування охоплювало різні аспекти, спрямовані на розуміння впливу знань історії іноземних мов на рівень володіння ними та на особистий досвід учнів та учениць.

Результати проведеного опитування виявили значний інтерес та актуальність серед учнів та учениць профілю іноземної філології Комунального закладу «Полтавський міський ліцей №1 імені І.П.Котляревського» до вивчення історії англійської та французької мов.

Учні та учениці 9 класу профілю іноземної філології виявили значний інтерес до проведеного опитування та активно взяли участь у дослідженні семантичного зв'язку лексики середньоанглійської мови з французькою та її трансформації в сучасну англійську мову. Спільне заняття, в якому брали участь учителі англійської та французької мов, дозволило здійснити комплексне порівняння та аналіз тексту в оригіналі та його адаптованої версії. Це надало можливість глибшого розуміння взаємозв'язку між мовами.

На спільному занятті було опрацьовано уривок з Прологу «Кантерберійських оповідань» Джеффрі Чосера мовою оригіналу, тобто середньовічною англійською мовою та сучасною англійською.

Спершу учні та учениці з учителем англійської мови В.О. Мироненко, порівняли текст середньоанглійської мовою з адаптованим текстом сучасної англійської мови, дослідили семантику слів вжитих у тексті, знайшли відмінності у фонетиці, орфографії та загальному вигляді лексичних одиниць.

Разом з вчителем французької мови (носієм мови) ліцею №1 мсьє Брахімом Аадді прослухали уривок твору продекламований

мовознавцем Почесним Професором англійської мови Мюрреєм Мак-Гіллівреєм, визначили групу лексичних одиниць схожих за звучанням та орфографією з лексичними одиницями у французькій мові.

Щоб перевірити походження слів даної вибірки ми звернулися до Оксфордського словника англійської мови, який є одним з найвідоміших академічних словників англійської мови видавничого дому «Oxford University Press». Словник надає відомості, щодо історичного розвитку англійської мови та є комплексним джерелом інформації.

Дослідження показало, що серед 345 слів вжитих в уривку твору Дж. Чосера (разом із повторами та службовими словами) 31 слово (9%) є запозиченнями виключно з французької мови. Мсьє Аадді Б. визначив ще 7 слів французької мови (*ye, martir, nyght, folk, wolden, semed, wol*), але Оксфордський словник вказував на їх запозичення в англійську мову з інших мов, найчастіше з латинської. Це дає підстави вважати, що французька також запозичувала лексичні одиниці з інших мов. 5 слів з нашої вибірки виявилися результатом запозичення з декількох європейських мов одночасно (*April, March, cours, nature, specially*).

Щодо трансформації їх в сучасну англійську мову можемо сказати, що 11 слів (35,5%) залишилися незмінними у порівнянні з середньовічною англійською. При цьому 3 слова (9,6%) вважаються архаїзмами та є маловживаними (*palmer, accordant, devout*), 20 слів (64,5%) зазнали трансформації в орфографічній чи фонетичній формі.

Можемо зробити висновок, що вплив французької мови на середньоанглійську був важливим, але частина слів пройшла еволюцію, адаптуючись до змін у мовному середовищі.

Значущість дослідження для розуміння мовної динаміки: дослідження не лише розширило розуміння семантичних зв'язків між мовами, але й підкреслило динаміку еволюції лексичних одиниць. Такий підхід до вивчення мовної динаміки є важливим для розуміння взаємодії між різними мовами та їхнім впливом на формування сучасної лексики.

Загальним висновком можна визначити, що проведене дослідження сприяло глибокому розумінню етимології слів, їхнього еволюційного шляху та впливу французької мови на формування сучасної англійської лексики.

Список використаних джерел

1. Canterbury Tales 1 - 541 read aloud by Murray McGillivray : video recording. *Vimeo.com, Inc.* : website. URL : <https://vimeo.com/56602418> (дата звернення 18.12.2023).

2. Department of English: Murray McGillivray. University of Calgary: website. URL: <https://english.ucalgary.ca/profiles/murray-mcgillivray> (дата звернення 28.12.2023).
3. General Prologue : Harvard's Geoffrey Chaucer Website. *Harvard University* : website URL : <https://chaucer.fas.harvard.edu/pages/general-prologue-0> (дата звернення 21.10.2023).
4. Oxford English Dictionary. *Oxford University Press* : website. URL : <https://www.oed.com/> (дата звернення 28.10.2023).

Карина Глушко
 Науковий ліцей № 3 Полтавської міської ради,
 м. Полтава
 Науковий керівник – Мошенець Оксана Григорівна

СУТНІСТЬ ПОЛІСЕМІЇ НА ПРИКЛАДІ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ

Одним із ключових явищ семантики, яке створює гнучкість і різноманітність мовного виразу, є полісемія. Полісемія полягає в тому, що одне слово має два або більше різних значень або семантичних відтінків. Це означає, що одне слово може вживатися в різних контекстах або ситуаціях [1]. Полісемія додає глибину та багатовимірність мовному виразу, але також може створювати неоднозначності, які вимагають уважного контекстуального розуміння для точного тлумачення.

Термін «полісемія» увійшов до лінгвістичної термінології завдяки роботі французького філолога Мішеля Бреалю. У 1897 році він опублікував книгу *Essai De Semantique: Science Des Significations*, де вперше використав категорію «полісемія» для опису явища, коли одне слово має кілька значень або відтінків значень [2]. Ця робота М. Бреалю стала важливим внеском у розвиток семантики та лексикології. Саме тому актуальним є дослідження сутності полісемії на прикладі французької мови.

Аналізуючи явище полісемії можна виокремити такі його основні риси:

- ✓ багатозначність: слово має два або більше значень, які пов'язані між собою в деякому контексті;
- ✓ спільний корінь: зазвичай різні значення слова мають спільне походження або корінь, але з часом вони можуть розвиватися в різних напрямках;
- ✓ контекстуальна залежність: конкретне значення слова залежить від контексту, в якому воно вживається. Таким чином, використання слова може надавати семантичні відтінки і додавати глибину мовленню;
- ✓ семантична перекладність: оскільки різні мови мають власні семантичні структури і особливості, переклад слова з полісемічними значеннями може бути складним, оскільки в перекладі потрібно відтворити всі можливі значення слова в контексті;
- ✓ співвідношення між значеннями: значення слова з полісемічними властивостями часто пов'язані між собою асоціативно або логічно.

Виходячи з наведених основних характеристик доцільно

<p>областю</p>	<p><i>навколишнє середовище</i>: слова, які відносяться до природи або навколишнього середовища, часто демонструють полісемію. Наприклад, «feu» може означати «вогонь», але також використовується для позначення «листя» на дереві.</p> <p><i>–емоції та почуття</i>: слова, пов'язані з емоціями та почуттями, часто мають різні значення. Наприклад, «larme» може означати «сльозу», але також може вживатися в метафоричному значенні «краплі» (наприклад, краплі дощу).</p>
<p>За соціокультурним контекстом</p>	<p><i>слова, пов'язані з професіями або соціальним статусом</i>: деякі слова можуть мати різні значення залежно від соціального статусу чи професійного контексту. Наприклад, «voix» може означати «голос», але також може вживатися у значенні «право на голосування»; «médecin» означає «лікар», але може використовуватися для позначення особи, яка є експертом у певній галузі або вирішує складні проблеми – "<i>Elle est médecin en informatique</i>" (Вона експерт в комп'ютерних науках); «banquier» – банкір, втім може застосовуватись для характеристики особи, яка володіє великими фінансовими ресурсами.</p>
<p>За стилістичними особливостями</p>	<p><i>формальне та неформальне вживання</i>: слова можуть мати різні значення в</p>

	<p>залежності від стилю мовлення. Наприклад, «louer» може означати «орендувати» у формальному контексті, але також може мати значення «хвалити» у неформальному; «acheter» у формальному значенні використовується як «придбати», «купити», у неформальному – означає «підтримати» ("<i>Je t'achète dans cette situation difficile</i>" – Я підтримую тебе в цій складній ситуації).</p>
--	--

* Складено автором за [3]

Це лише декілька можливих класифікацій слів з полісемією у французькій мові. Кожне слово може мати свої унікальні властивості та значення, що залежать від контексту та способу вживання.

Отже, полісемія має важливе значення для мови, оскільки додає багатогранність та глибину мовному виразу, дозволяючи словам мати кілька значень або відтінків смислу. Завдяки полісемії мова стає більш гнучкою та адаптивною до різних контекстів та ситуацій. Слова можуть використовуватися з різними значеннями в залежності від потреб спілкування. Крім того, полісемія сприяє мовній творчості та розвитку нових виразів, фраз та ідіом.

Список використаних джерел

1. Серга Н. В. До питання полісемії у науково-технічній термінології (на матеріалі французької мови). *Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету*. 2007. Вип. 21. С. 534-536. URL : <https://istznu.org/index.php/journal/article/view/1849/1722> (дата звернення 20.10.2023).
2. Bréal M. *Essai de sémantique (Science des significations)*. Brionne, 1982. 372 p.
3. Le Robert. *Le blog Dis-moi Robert*. URL: <https://dictionnaire.lerobert.com/definition> (дата звернення 26.10.2023).

Юлія Глущенко
 Академічний ліцей «Європейський»
 Лубенської міської ради
 Лубенського району Полтавської області
 Науковий керівник – Бишевич Юлія Сергіївна

PECULIARITIES OF THE USE OF JARGON IN MODERN ENGLISH POLITICAL DISCOURSE

The relevance of the topic lies in the fact that modern political discourse is characterized by the active use of jargon and specific terminology by politicians, parties and public figures in society. The analysis of political jargon allows us to be aware of the methods of influence on public opinion by politicians.

Jargon is a social dialect that is characterized by specific vocabulary and expressive phrases inherent in the environment of certain groups: schoolchildren, students, military men, politicians, etc.

Donald Trump's jargon is characterized by simplicity and conciseness, while Barack Obama's one is characterized by emotionally charged words. Donald Trump had the fewest alliterations, and Barack Obama did not use many metaphors in his jargon. This study revealed an interesting fact that both politicians have the same number of jargon characterized by audience orientation, relevance and reflection of events.

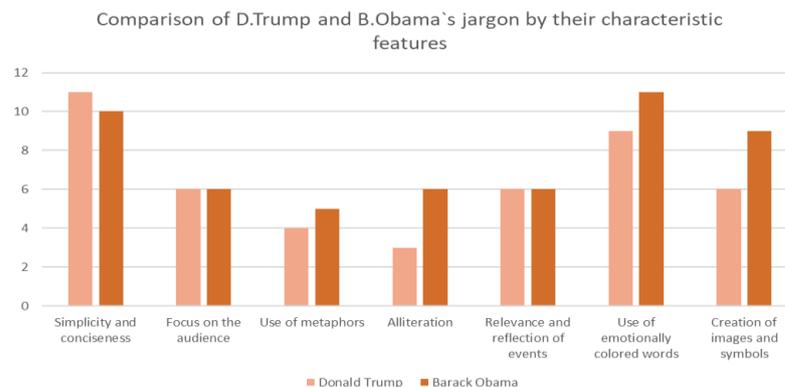


Рис.1 Comparison of D.Trump and B.Obama's jargon by their characteristic features

The following diagrams show that the jargon formation based on speeches of D. Trump and B. Obama are almost identical. Nevertheless, there is a slight difference as well. Both presidents have the largest number of word combinations. However, Barack Obama attracts public's attention using words and phrases more often, while Donald Trump does the same using abbreviations and acronyms.

As a result of the comparative characteristics of jargon by their forms, we

made a conclusion that Donald Trump became well-known for his distinctive style of speech and use of various terms. This style of speech included the so-called "Trumpisms" or jargonisms.

President Barack Obama was known for his sophisticated speech, unlike Trump, and he did not use jargon rather often. However, he skillfully used them as well as his own style of speech.



Рис.2 Jargon formation based on speeches of D. Trump and B. Obama

Thus, the use of jargon should be deliberate, taking into account the audience's preferences and the context of communication.

References

1. Ажнюк Б. М. Засади протекціонізму в мовній політиці і екологія мовного середовища. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика* : зб. наук. пр. Київ, 2009. № 19. С. 18.
2. Баранник Д. Х. Українська мова на межі століть. *Мовознавство*. 2001. № 3. С. 40.
3. Барретт Г. *The Oxford Dictionary of American Political Slang*. Oxford, 2006. 322 с.
4. Біланюк Л. В. Картина мовного світогляду в Україні. *Мовознавство*. 2001. № 4–5. С. 44-51.
5. Долгіх В. П. Політичний дискурс: походження та зміст поняття. *Грані*. 2002. № 6. С. 121-125.

Олександра Гонтарь
Ліцей № 33 Полтавської міської ради,
м. Полтава
Науковий керівник – Пліскіна Галина Григорівна

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА СТАНОВЛЕННЯ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ В ПЕРІОД ПРАВЛІННЯ ДИНАСТІЇ КАПЕТИНГІВ У XI–XII СТОЛІТТЯХ

Дана тема малодосліджена на теренах української наукової думки, а тому вивчення оцифрованих документів французьких правителів династії Капетингів XI–XII століть з лінгвістичної точки зору та проведення саме такого палеографічного ряду (латинь, давньофранцузька, класична французька) через призму історичних подій та особистостей з позиції внеску французької династії у становлення сучасного варіанту французької мови – актуальна та потребує деталізованого вивчення.

Науковість нашого проєкту полягає у всебічному аналізі лексико-графічних одиниць церковних документів, актів, хартій та законів, виданих та підписаних французькими королівськими особами династії Капетингів XI–XII ст., в тому числі й Анною Ярославною (дочкою українського князя Ярослава Мудрого).

Розглянувши писемну мову офіційних документів, ми звернули особливу увагу на період правління Генріха I та його дружини Анни Ярославни, доньки Ярослава Мудрого, з точки зору не лише її українського походження, але й з приводу вагомості її історичного впливу – вона була першою жінкою-регентом Франції, сприяла будівництву храмів та монастирів, розвивала культуру та мистецтво, у лінгвістичному аспекті – під час її правління з'являються перші фемінітиви у давньофранцузькій мові.

XI–XII століть - це історичний проміжок, що характеризується переходом від феодалної роздробленості до міцної монархічної влади, коли поступово відбувається делатинізація й поширюється національна франкська говірка, як суміш багатьох галло-романських діалектів, які лише у XII столітті трансформувалися у мову *françois* або *françoys*.

Характерними рисами розвитку давньофранцузької мови даного історичного періоду є: переважаюча кількість синтетичних рис; відсутність чітких граматичних правил; значна кількість запозичень з різних сусідніх мов; поява багатьох неологізмів (активне словотворення) та ін.

Ми дослідили тексти та порівняли давньофранцузьку і класичну французьку мови та з'ясували, що чисельна кількість слів з

опрацьованих документів зберегли свій вигляд як у латині, так і в сучасній французькій мові; визначили спільні і відмінні риси, що були пов'язані з граматичними структурами, адже у цей період починають формуватися стійкі граматико-орфографічні норми та правила, за якими будуються речення та узгоджуються між собою частини мови.

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що мова з часом змінюється, розвивається та трансформується, як у плані граматики, так і лексики, й в усіх інших лінгвістичних аспектах, утім деякі слова залишаються незмінними й донині.

Список використаних джерел

1. Доза А. Історія французької мови. Київ, 2003. 471 с.
2. Chartes de l'archive d'Eure et Loir: Serie G1458, Serie H2429, H2486. URL: <https://archives28.fr/archives-et-inventaires-en-ligne/inventaires-en-ligne/archives-anciennes-anterieures-a-1790/inventaires/serie-h-t-1-archives-ecclesiastiques-clerge-regulier> (дата звернення: 25.10.2023).
3. Bos Alphonse. Glossaire de la langue d'oïl, (XIe-XIVe siècles), contenant les mots vieux-Français hors d'usage, leur explication, leur étymologie et leur concordance avec le provençal et l'italien. Ouvrage a l'usage des classes d'humanités et des étudiants. Paris, 1891. URL : <https://archive.org/details/glossairedelala01bosgoog/page/54/mode/2up?view=theater> (дата звернення: 25.10.2023).
4. Histoire des systèmes graphiques du français (ixe-xve siècle) : Des traditions graphiques aux innovations du vernaculaire. URL : <https://www.cairn.info/revue-la-linguistique-2003-1-page-3.htm> (дата звернення: 17.10.2023).
5. Stanislav O. Histoire de la langue française : manuel. Loutsk, 2021. 68 p.

Матвій Городчанін
 Науковий ліцей №3 Полтавської міської ради
 м. Полтава
 Науковий керівник – Мошенець Оксана Григорівна

ЛЕКСИКО – СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОЛОДІЖНОГО ПОВСЯКДЕННОГО АНГЛІЙСЬКОГО СЛЕНГУ

Лексичне значення слова являє собою складну єдність, що охоплює денотативне значення і конотацію. Денотативне значення співвідноситься з позамовною дійсністю і відбиває поняття. Конотація включає в себе емоційний, оцінний, експресивний компоненти значення.

Мета роботи – охарактеризувати сучасний молодіжний англійський сленг з урахуванням його лексико-семантичного характеру різноманітність і оптимальні засоби перекладу.

Англійська мова, будучи живою та динамічною, постійно еволюціонує. Одним з найяскравіших прикладів цієї еволюції є сленг – неформальна мова, що використовується в повсякденному спілкуванні. Сленг здатен швидко змінюватися, відображаючи культурні та соціальні зрушення, тому його дослідження дає цінну інформацію про динаміку мови та суспільства.

Сленг – жаргонні слова та вирази, характерні для мовлення людей певних професій (моряків, митців) чи соціальних верств.

Дуже багато відомих всім слів можуть набути зовсім іншого змісту у сленгових виразах, і навіть справжній професійний перекладач може не зрозуміти мови людини з штатів Колорадо, Техасу або будь-якого іншого, так як в кожному окремому регіоні мова дещо відрізняється. Вся справа в повсякденному сленгу.

Дієслово «*to get*» має багато значень, і його дуже часто використовують американці. Більш того, їм часто замінюються багато інших дієслів. Наприклад:

It seems to me that I've forgotten money. Do not worry I got it. – Мені здається я забув гроші. Не хвилюйся, у мене є.

Do you understand how to drive this boat? Yes I got it – Ви зрозуміли як керувати цим човном? Так, я зрозумів.

I got the vase in the last second before I dropped it. – Я встиг зловити вазу в останню секунду перед тим як впустити її.

Дуже виражені відмінності між розмовною і сленговою мовою можна відчути відразу по приїзду в будь-яку англійську країну. Наприклад, спроби скоротити фрази і слова виливаються в такі сленгові вислови:

gonna - going to,
wanna - want to,
gotta - have to,
Ama - I'm,
Ye - yes,
Dunno - do not know,
Cause - because,

Джерела та шляхи поширення сленгу:

➤ Соціальні мережі: Twitter, Instagram, TikTok та інші платформи є основними джерелами сленгу, де нові слова та вирази швидко з'являються та поширюються.

➤ Молодіжна культура: сленг часто використовується молоддю для самоідентифікації та відмежування від старших поколінь.

➤ Музика та популярна культура: пісні, фільми та телешоу часто популяризують сленгові слова та вирази.

У сучасній лінгвістичній науці поняття «сленг» досі не має свого однозначного визначення, що безпосередньо відображає Оксфордський Словник: «*A word of cant origin, the ultimate source of which is not apparent*».

Слід запам'ятати, що у сленгу як такої граматики не існує. Однак її все одно доведеться вивчити для того щоб розуміти, як вбудовувати сленгові вислови в реченні. Адже значення всієї фрази може кардинально змінити одна буква або форма слова. Необхідно бути уважним, як під час розмови, так і написання листів.

Скорочення, аббревіатури і скорочені форми також дуже поширені в повсякденному сленгу. Вам можуть сказати: «*Heu man, XYZ*». Це попередження. Просто вас ввічливо просять перевірити замок на ваших брюках. «*Examine your zipper*» – *перші літери кожного слова – XYZ*.

Можливо хтось бачив в чатах, як американська молодь пише такі слова:

Night – nite – вечір
Humour – humor – гумор
Programme – program – програма
Often – ofen – часто

Це не помилки в словах, вони просто скорочують їх, перетворюючи в повсякденний сленг, причому без докорів сумління.

Вивчення сленгу має багато переваг, тому що сприяє збільшенню словникового запасу та допомагає простежувати тенденції, за якими змінюється мова. Студенти філологічного напрямку погоджуються з необхідністю обов'язкового освоєння сленгу, більшість із них підтримують ідею запровадження вивчення сленгу за допомогою пісень у навчальний план. Окрім того, вдалося довести, що не весь

сленг є корисним для запам'ятовування, тому дуже важливо вміти розпізнати, який вираз чи слово буде корисним для словникового запасу, а який буде лише засмічувати вашу мову. Слова, покладені на музику, дійсно допомагають людям краще запам'ятовувати сленгові слова та вирази. Окрім того, більшість студентів уже використовують англомовні пісні, як спосіб вивчення англійських слів і сленгізмів. Цікавим відкриттям стало те, що вивчення сленгу й офіційної мови знаходяться на рівних полицях для студентів.

Отже, сленг є невід'ємною частиною сучасної англійської мови, що постійно розвивається і відображає культурні та соціальні зрушення. Дослідження сленгу допомагає нам зрозуміти, як мова еволюціонує, і надає цінну інформацію про суспільство. Це дослідження є коротким оглядом сленгу, але воно відкриває двері для подальшого вивчення цього складного та захоплюючого аспекту мови. Збираючи та аналізуючи дані про сленг, ми можемо краще зрозуміти, як він впливає на нашу мову, культуру та суспільство.

Список використаних джерел

1. Клименко А. Ю. Повсякденний та молодіжний сучасний англійський сленг. *Клименко Анастасія Юрїївна: Вчитель, Репетитор та Перекладач Англійської Мови* : вебсайт. Дата публікації: 08.09.2020. URL : <https://englishprofi.com.ua/povsyakdennij-anglijskij-sleng/> (дата звернення 28.11.2023)
2. Особливості сучасного англійського сленгу. *UkrBukva* : вебсайт. URL : <https://ukrbukva.net/116897-Osobennosti-sovremennogo-angliyskogo-molodezhnogo-slenga.html> (дата звернення 28.10.2023)
3. Поліна Г. В., Василенко І. І., Черенко К. В. Особливості використання сленгових скорочень на основі текстів англомовних пісень. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32 (71), № 6. Ч. 1. С. 236-241. DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.6-1/42> (дата звернення 28.10.2023)

Давиденко Катерина
Комунальний заклад «Полтавська загальноосвітня
школа
I-III ступенів №20 імені Бориса Серги
Полтавської міської ради Полтавської
області»
м. Полтава
Науковий керівник – Давиденко Наталія Миколаївна

СУЧАСНА УКРАЇНЬСЬКА ЩОДЕННИКОВА ПРОЗА ДЛЯ ПІДЛІТКІВ

Сучасна українська підліткова література є важливим джерелом обізнаності молодих людей.

Підліток XXI століття намагається довести усім власну значимість. Часто він губиться у морі спроб, як це зробити. Де ж знайти поради, того, хто має життєвий досвід? До батьків, як правило, діти у підлітковому віці не охоче звертаються. Є однолітки, але вони також припускаються помилок.

Тоді можна використати досвід героїв художніх фільмів. Проте актор по-своєму грає свій образ. А ось книга дозволяє підлітку поринути у світ літературного персонажа. Керуючись власними емоціями, хвилюваннями, оцінити вчинки і висловлювання дійових осіб твору.

Сучасна література для підлітків користується все більшим попитом. Ці твори розкривають теми, які цікавлять молодь. Юний читач наодинці чи з друзями осмислює прочитане, і це впливає на саморозвиток, допомагає зорієнтуватися у житті.

Сучасні видавництва України – не зважаючи на складний час – пропонують підліткам розмаїття цікавої і корисної літератури. Комікси, фантастика, нон-фікшн захоплюють юнацтво і змушують відволіктися від соціальних мереж та гаджетів.

Для таких вибагливих читачів пропонують свої твори Сергій Гридін, Галина Кирпа, Ірен Роздобудько, Оксана Думанська, Галина Пагутяк, Ольга Купріян, Марина та Сергій Дяченки, Надя Біла та інші сучасні автори.

Об'єктом нашого дослідження є сучасна українська щоденникова проза для підлітків. Нині досить популярними для юнацтва є книги у формі щоденника головного героя твору. Діти підліткового віку часто звертаються до особистих записів, занотовуючи їх у щоденники. У цих нотатниках секрети, мрії і сподівання. І дізнатися таємниці можуть

тільки найвірніші люди. Такими є підлітки, які сподіваються на розуміння і допомогу літературного героя. *«Можливість чіткої ідентифікації читача з героєм – знакова риса сучасної підліткової літератури. Автор залишає читачам право оцінювати поведінку юних героїв, схвалювати чи критикувати їхні вчинки, робити власні висновки у процесі засвоєння нового емоційного досвіду»* [4,с.207].

Щоденник – жанр у літературі, сповнений принад і таємниць. *«Щоденник (застар. діаріуш, діяріуш, діарій) – літературно-побутовий жанр, фіксація побаченої, почутої, внутрішньої пережитої події, яка щойно сталася. Щоденник пишеться для себе, у ньому нотуються переважно явища особистого, приватного життя, здебільшого у монологічній формі, хоча може бути й внутрішньо діалогічна»*[5,с.745].

Виклад подій у формі щоденника допомагає глибше зрозуміти думки героїв твору, їхні відчуття і мрії. *«Така форма створює великі можливості для розкриття внутрішнього світу, психології людини»*[1,с.32]. Щоденникова проза є відкритою. Не дивно, що підліткам подобаються твори цього жанру.

Для прикладу розглянемо твір Оксани Думанської «Школярка з передмістя». Повість написана у вигляді щоденника, авторський підзаголовок – «щоденник, дописаний з уяви». *«Ознаки жанру щоденника проявляються у збереженій хронологічній послідовності описуваних подій, реалістичному зображенні дійсності, сповідальній манері оповіді, самохарактеристиці головної героїні, внутрішніх монологів»* [3].

Особливістю композиції твору є художнє обрамлення. Це два розділи – «Насамперед» і «Насамкінець». У цих частинах доросла героїня розповідає про свій щоденник, у якому вона записувала найпотемніші думки і враження. Щоденникові записи починаються від «Початку вересня» до «Червня». Саме у цей час дівчина навчалася у випускному класі. Головна героїня намагається налагодити стосунки з однокласниками, переживає розлучення батьків, виїзд матері з країни на заробітки. Зрештою, дівчина сама їде за кордон, здобуває там освіту. Школярка вольова і відкрита. Вона відверто ділиться своїми почуттями, розповідає про проблеми. Цінним є те, що дівчина обговорює питання з бабусею, подругою.

Юні читачі вчать не замовчувати власні труднощі, а роблять спробу поговорити про них з рідними чи друзями. Нині значна частина підлітків відчуває психологічний стрес, намагається самоствердитися серед однолітків. Після прочитання твору більшість також вестимуть щоденник.

Можливо, хоча б в письмовій формі діти в підлітковому віці

почнуть звільнятися від своїх хвилювань.

Письменниця у творі не називає імен. Такий прийом пояснюється типовістю ситуації: нині юнацтво має подібні проблеми. Оксана Думанська на прикладі героїні пояснює формування особистості підлітків, їхніх цінностей і пріоритетів.

Сюжет повісті цікавий. У тексті постійно простежується внутрішній діалог Школярки; записи щоденника доповнюються бабусиними порадами. Звичайно, сучасна молодь має більший доступ до інформації, але їй бракує життєвого досвіду. Читаючи подібні твори, підлітки намагаються наслідувати літературного героя, шукати поради у його словах чи вчинках. Оскільки для дітей цього віку важливо наслідувати приклад однолітків, позитивна постать Школярки може бути певним орієнтиром.

Оксана Думанська пропонує юнацтву прекрасний зразок щоденникової прози. Цей жанр не достатньо представлений у сучасній українській літературі для дітей та молоді. До форми щоденника звертаються Ірен Роздобудько у книзі «Арсен», Анастасія Левкова у творі «Старшокласниця. Першокурсниця». На основі книги Ольги Купріян «Щоденник Лоли» було знято український телесеріал «#Школа» про життя сучасних підлітків.

Українські видавці роблять запит на підліткову літературу, особливо щоденникову прозу. Простір української дитячої книги БараБука презентує твори цього жанру. Сучасна щоденникова проза в Україні виокремила своє місце серед літературних творів. Наші автори вивчають свого вибагливого юного читача і намагаються орієнтуватися на його літературні вподобання. Щоденникова проза для підлітків є відкритою, допомагає юним зорієнтуватися у життєвому виборі.

Список використаних джерел

1. Галич О.А. Щоденник як мемуарний жанр. //Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки. Запоріжжя, 2013. №3. С.31-36.
2. Думанська О. Школярка з передмістя. Щоденник, дописаний з уяви. Львів: Світ дитини, 2008. 88с.
3. Качак Т. Світ дитини у книжковій палітурці(Огляд книг видавництва).URL: <https://chl.kiev.ua/key/Books/ShowBook/197> (дата звернення 11.03.2024).
4. Качак Т. Сучасна українська реалістична проза для підлітків: зміна естетичної парадигми. //Вісник Львівського університету. Серія філологічна. Львів, 2018. Вип. 67(2). С.202-211.

5. Літературознавчий словник-довідник / за ред. Ю.Ковалів.
К.: ВЦ «Академія», 1997. С.745.

Вікторія Дев'ятова
 Зіньківський опорний ліцей №1
 Зіньківської міської ради Полтавської області
 м. Зіньків
 Науковий керівник – Должко Оксана Анатоліївна

ЖІНКА У ЛІТЕРАТУРІ (ЗА ТВОРЧІСТЮ Б. ШОУ ТА Г. ІБСЕНА)

Питання жіночої ідентичності та ролі жінки в суспільстві завжди були актуальними у світовій літературі. Жінка викликала особливий інтерес як об'єкт та суб'єкт творчості. Історія літератури свідчить про те, що жіночі образи відображають широкий спектр ролей та характерів, від ідеалізації до реалістичного відтворення проблем і конфліктів. Це проявляється у різноманітних формах і відтінках: від сильних та незалежних героїнь до вразливих та потребуючих допомоги персонажів. Вони розкривають соціокультурні та історичні реалії, відбивають уявлення письменників про жінок у різних епохах.

Жіночі образи у світовій літературі часто є складними та багатогранними. Але за допомогою їх ми можемо краще розуміти роль жінок у суспільстві, їхні проблеми та досягнення. Це спонукає до обговорення гендерних питань, стереотипів та нерівностей, а також допомагає поглибити розуміння людської природи та взаємин між статями.

Бернард Шоу та Генрік Ібсен, які пройшли своєрідний шлях у літературі, створили низку видатних творів, у яких вони звернулися до проблем жіночої ідентичності, свободи вибору та ролі жінки в суспільстві.

Обидва письменники відмовлялися від уявлень про "ідеальну" людину, створюючи образи героїнь, які виходили за межі традиційних жіночих ролей.

Автори порушують традиційні уявлення про жінку як слабку та покірну істоту. Вони створюють образи жінок, які активно впливають на події навколо себе та визначають свою долю.

У творах Б.Шоу та Г.Ібсена жінки часто виступають у ролі борців за свою свободу. Генрік Ібсен прославився своєю драматургією, у якій він активно висвітлював проблеми жіночої самоідентифікації та соціальної нерівності. У п'єсі "Ляльковий дім" він показав, як головна героїня Нора Хельмер визволяється від соціальних та патріархальних уявлень про себе та свою роль у сім'ї. Це яскравий образ жінки, яка відчайдушно шукає власний шлях у житті, відмовляючись від традиційних ролей та соціальних обмежень.

Бернард Шоу використовує іронію та сатиру для показу абсурдності певних соціальних норм. У п'єсах "Пігмаліон" та "Моя господиня" бачимо впевнених у своїх силах жінок, які виходять за межі традиційних ролей і борються за свої права та свободу. Головна героїня п'єси "Пігмаліон" Еліза Дулітл протистоїть соціальним упередженням та нав'язаними суспільними

правилами. Вона піддається експерименту, щоб перетворитися з простої дівчини на "леді". Драматурга цікавила трагічна неможливість для освіченої, талановитої, духовно багатой жінки, позбавленої капіталу, гідно влаштувати своє життя. «Попелюшці» нічого не вартувало досконало володіти сучасною англійською літературною мовою, манерами і поведінкою світських панн, щоб бути схожою на герцогиню чи принцесу на будь-якому прийомі. Але її подальша доля залишається непередбачуваною. Шоу вірить у невичерпний запас творчих сил, що криються в людях з народу. Бідність може спотворити людину духовно, зруйнувати її індивідуальність, але за сприятливих обставин все краще стрімко пробуджується.

Творчість Бернарда Шоу та Генріка Ібсена є важливим внеском у літературну традицію, яка дозволяє переглянути статус жінки у суспільстві. Вони показали самодостатніх жінок, які відмовлялися від нав'язаних ролей та боролися за свої права та думки. Їхні героїні стають символами незалежності та відмови від усталених соціальних норм, що робить їхню творчість актуальною і сьогодні.

Ми переконалися, що їхні твори залишаються цікавими сучасному читачеві, нагадуючи про важливість гендерної рівності та пошуку індивідуальної ідентичності кожною жінкою.

Список використаних джерел

1. Зборовська Н., Ільницька М. Феміністичні роздуми. На карнавалі мертвих поцілунків. Львів, 1999. 336 с.
2. Коваленко В. Проблема соціальної несправедливості крізь призму п'єси Бернарда Шоу "Пігмаліон". Зарубіжна література в школах України. 2007. № 5. С. 36-39.
3. Лавриненко Н. Гендерні (соціостатеві) ролі та нерівність. Слово і час. 1997. №2.
4. Ціпов'яз Л. Драма Г. Ібсена "Ляльковий дім". Оповідь про пробудження людської особистості. 10 кл. Зарубіжна література. 2005. Березень (№ 11). С. 6-8.

Владислав Дем'янюк
 Науковий ліцей №3 Полтавської міської ради
 м. Полтава
 Науковий керівник – Шпак Яна Сергіївна

IDIOMATIC EXPRESSIONS AS ONE OF THE PROBLEMATIC ISSUES IN MODERN TRANSLATION STUDIES

Idioms are expressions which have a meaning that is not obvious from the individual words. For example, the idiom *drive somebody round the bend* means make somebody angry or frustrated, but we cannot know this just by looking at the words. The best way, to understand an idiom is to see it in context [1].

The problem of "phraseology and word" emphasizes two directions: the lexical understanding of phraseology as an integral part of lexicology, the broad understanding of phraseological units as word equivalents and phraseology as an independent science [2].

On the other hand, there may be two or more equivalents in Ukrainian for a single English idiomatic expression, from which the translator chooses the best or any in case both or all are equally valid for translating the text:

Авгієві стаїни – augeanstables, Піррова перемога – Pyrrhic victory

Idiomatic expressions reflect the specific culture of a country, nation, or territory. Therefore, the translator should be knowledgeable and well-versed in the cultural sphere of the other country in order to be able to identify this specificity in the foreign-language text. A specialist in the field of translation needs to have a high level of cultural competence overall. Just as every nation has its own perceptions, characteristic ways of thinking, and national individuality, similarities or differences observed when considering chosen languages indicate the nature of interaction and similarities in their cultures and mentalities.

Phraseological sequences are linguistic units that have certain differential features with a certain affinity with words and free combinations of words:

1) these are ready-made language units that do not appear in the process of communication, but are completely removed from the memory of the speakers;

2) these are language units characterized by stability of meaning, composition and structure;

3) from the accentological point of view, as well as sound complexes in which the components have two or more main stresses;

4) these are segmented formations, the components of which are perceived by the speakers as words [2].

One of the primary factors shaping a nation is its history, customs, and traditions. Therefore, when translating idiomatic expressions, it is important to approach the task responsibly and be well-versed in the culture of the people.

Thus, idiomatic constructions form in different languages due to various circumstances. It is worth paying attention to the classification of idiomatic expressions. There are several aspects to consider for the correct translation of an idiomatic expression.

Список використаних джерел

1. McCarthy M., O'Dell F. *English Idioms in Use Advanced with Answers* Cambridge, 2010. 185 p.
2. Hasanova J. F. Classification of phraseological units in linguistics. *InterConf+*: Scientific Collection. 2022. Vol. 22, no. 113 : *Theory and Practice of Science: Key Aspects*: Proceedings of the 6th International Scientific and Practical Conference, June 19-20, 2022. P. 256-262. DOI: <https://doi.org/10.51582/interconf.19-20.06.2022.024> (дата звернення 02.10.2023)

Владислава Дмитрусь
Зіньківський опорний ліцей №1
Зіньківської міської ради Полтавської області
м. Зіньків
Науковий керівник – Должко Оксана Анатоліївна

ЧИТАННЯ ЯК САМОЗЦЛЕННЯ (ЗА ТВОРАМИ УЛЬФА СТАРКА)

У наш час люди мають можливість відкрити для себе безліч захоплюючих занять, що сприяють особистісному зросту. Одним із них є читання книг. Зважаючи на поширеність електронних засобів комунікації та інформації, книги залишаються неперевершеним засобом збагачення розуму та душі.

Звичка читати сприяє розвитку креативності та уяви, що важливо для самовираження та самореалізації. Людина розширює свій світогляд, отримує нові знання та досвід, це допомагає у вирішенні життєвих ситуацій. Книги – джерело вдосконалення, яке сприяє розвитку інтелектуальних та емоційних здібностей.

Також читання сприяє внутрішньому зростанню, допомагаючи розкрити власну особистість, цінності та переконання. Розвивається критичне мислення та аналітичні здібності, це дозволяє краще розуміти себе та світ навколо. Це своєрідна форма самопізнання, яка допомагає зрозуміти свої потреби, бажання та мрії. Сприяє психологічному благополуччю, допомагає зняти стрес, змінити настрій та зберегти емоційну стійкість.

Отже, читання книг є одним із способів, який дозволяє кожній людині стати кращою версією себе.

Жордін Кормьєр, американська експертка, відзначає ключові переваги читання книг та переконує, що цей процес сприяє активізації мозку, покращує пам'ять та розвиває творчий потенціал. Кожна книга може надихнути на нові ідеї та проекти, збагатити досвід та стимулювати мислення.

Відповідно, підвищується інтелектуальний рівень, оскільки воно допомагає розширити словниковий запас і підвищити загальний інтелектуальний рівень. За допомогою книг людина стає більш компетентною у різних сферах та готовою до життєвих викликів.

Як результат, змінюються соціальні навички. Ми занурюємося у вигаданий світ. Це допомагає розвивати здатність до співпереживання. Під час читання людина знайомиться з різними персонажами та ситуаціями, що сприяє розширенню кругозору та кращому розумінню інших людей.

Ще одним аргументом є те, що така звичка є прекрасним засобом релаксації та боротьби зі стресом. Читання допомагає відволіктися від повсякденних проблем, розслабитися та знайти внутрішній спокій.

Я дуже люблю читати. Вважаю, що твори Ульфа Старка сприяють

особистісному розвитку і самозростанню. Німецький психотерапевт і письменник, у книгах часто привертає увагу до важливості читання. За У. Старком, читання є певною формою самозцілення. Він переконує, що книги можуть бути не лише джерелом знань і розваги, але й інструментом для самопізнання, самовдосконалення та психологічного зцілення.

Автор доводить, що воно може допомогти людині зрозуміти себе, свої емоції та думки, розкрити свої потаємні бажання та страхи. Він радить обирати книги, які відповідають вашим потребам і інтересам, а також вміти аналізувати та використовувати отримані знання для покращення свого життя.

У його творах особливо яскраво виражено психологічні проблеми героїв, де діти на власному досвіді вчаться не допускати помилок, закриватися в собі, відвертатися від всього світу. На мою думку, твори “Диваки і зануди”, “Чи вмієш ти свистати, Юганно”, “Мій друг Персі, Баффало Білл і я” були написані для тих, хто не може знайти свій шлях.

Читання - це моральне задоволення, яке відволікає від усіх проблем та світу. Звісно, важливо не потрапляти в ілюзії. Але хіба не цікаво подивитися на таких як ти сам, очима глядача? Саме так, тому я переконана, що читання – це спосіб відновлення.

У. Старк навчає сприймати все набагато простіше та не сприймати все близько до серця. Його герої завжди знаходять цікаві шляхи вирішення проблем, відповіді на свої питання, отримують нові ідеї, що спонукають їх до дії, розширюють свій світогляд.

Творчість Ульфа Старка нагадує нам про важливість читання для особистісного розвитку. Завдяки його книгам, можна знайти не лише шляхи уникнення неприємностей, але і внутрішню гармонію. Таким чином, читання творів Ульфа Старка – це не лише приємне заняття, але й ефективний спосіб для самозцілення.

Список використаних джерел

1. Зарубіжна література у школах України. 2015. № 11.
2. Чому важливо читати книги. Вінницький міський палац дітей та юнацтва: вебсайт. Дата публікації 28.03.2024. URL: <https://vmpdu.edu.vn.ua/biblioteka/chomu-vazhlyvo-chytaty-knygy> (дата звернення 28.10.2023).
3. Старк У. Диваки і зануди. Львів, 2015. 160 с.
4. Старк У. Маленька книжка про любов. Львів, 2016. 112 с.
5. Ульф Старк. Укрліб: вебсайт. URL: <https://www.ukrlib.com.ua/search.php?Q=%D0%A3%D0%BB%D1%8C%D1%84+%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%BA> (дата звернення 28.10.2023).

Добровольська Анна,
 Комунальний заклад «Полтавський міський багатoproфільний
 ліцей № 1 імені І. П. Котляревського Полтавської міської ради
 Полтавської області»
 Науковий керівник – Білик Наталія Іванівна

ХУДОЖНЄ ОСМИСЛЕННЯ ТЕМИ ГОЛОКОСТУ В РОМАНІ ВОЛОДИМИРА ЛИСА «ВИФЛЕЄМ»

Сучасна українська література небайдужа до проблем осмислення історичного травматичного досвіду. Особливо актуальними для письменників доби Незалежності стали ті трагічні події минулого, які радянська пропаганда замовчувала й узагалі намагалася стерти з колективної пам'яті або спотворено інтерпретувати. Художні рефлексії національно-визвольних-змагань, голодоморів, репресій, світових воєн тощо крізь призму світобачення письменників ХХІ століття віддзеркалюють формування національної ідентичності в нових суспільно-політичних умовах.

На тлі української історії митці слова намагаються осмислити й Голокост – трагедію світового масштабу, яка стала символом краху цивілізації. В останні роки наша література збагатилася творами, які демонструють «відмову від негативних стереотипів україно-єврейського діалогу й узвичаєних наративів попередньої доби, пізнавальний поворот до проблеми пам'яті, раніше замовчувані болючі або й стидкі сторінки взаємин» [3, с. 103]. Це повісті М. Маценка «Дитя єврейське» (2008), М. Матіос «Черевички Божої матері» (2013), романи Р. Іваничука «Вогненні стовпи» (2006) й «Торговиця» (2012), Ю. Винничука «Танго смерті» (2012), Т. Пахомової «Я, ти і наш мальований і немальований Бог» (2016), М. Матіос «Букова земля» (2019), В. Лиса «Вифлеєм» (2022) та ін.

Роман-триптих «Вифлеєм» Володимира Лиса здобув високу оцінку критики й був відзначений як переможець Всеукраїнського рейтингу «Книжка року-2022» в номінації «Жанрова література». Проте оскільки цей твір опубліковано нещодавно, то його художні особливості майже не досліджено та, відповідно, нешироко репрезентовано в літературознавчих працях. У січні 2023 року в «Літературній газеті» вийшла друком розвідка С. Вербича «Від Різдва Христового – до волинської трагідрами», у якій автор першим в українському літературознавстві висвітлив свою наукову рецепцію роману «Вифлеєм», торкнувшись і тематики Голокосту.

Тема Голокосту – ключова в другій частині роману «Вифлеєм». В. Лис зобразив трагедію на широкому історичному тлі, локалізувавши основні події на Волині, у невеликому містечку Любині та в селі

Лісівцях, де здавна жили євреї. В основному ракурсі художнього бачення тут не стільки проблема долі етносу, скільки трагізм безневинних жертв і психологія героїзму їхніх рятівників.

Очима німецьких військовослужбовців, які ставляться до невинних жертв байдужо-відчужено або схвалюють їх катування і страти, показано в романі гетто – як територію знущань і вбивств, місце жорстоких експериментів над психікою в'язнів, приречених на смерть через їхню єврейську національність.

Актуалізуючи євангельські мотиви, письменник спонукає читача до повторного постсприйняття змісту першої частини «Дитя», у якій ішлося про біблійні часи, зокрема про пошук Іродом маленького Ісуса й жорстокі масові вбивства немовлят. Тут наявна подвійна інтертекстуальність, оскільки адресат має ще раз, по-новому, декодувати і новозавітний сюжет, і його художню рецепцію В. Лисом. Центральними ж ідеями письменницького осмислення біблійних мотивів при висвітленні теми Голокосту в романі «Вифлеєм» стають ідеї важливості віри, гуманістичних цінностей у час апокаліпсису й водночас священності життя будь-якої людини.

У романі «Вифлеєм» В. Лис застосував традиційні для своїх прозових творів розгорненість хронотопу, переплетення минулого й давноминулого, символічну взаємопроникність часових площин, що вможливило глибину художнього осмислення національних трагедій на тлі загальної історії людства.

Список використаних джерел

1. Авксентьева Г., Перан О. Жанрова природа роману В. Лиса «Століття Якова». *Поліаспектність творчості Лесі Українки* : зб. наук. ст. і тез. Одеса, 2021. С. 127-134.

2. Бородіца С. Рецепція прози Володимира Лиса в сучасному українському літературознавстві. *Науковий вісник Східноєвроп.нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Серія: Філологічні науки. Літературознавство*. 2016. № 1 (326). С. 80-85.

3. Горбач Н. Пам'яттєвий простір Голокосту в сучасній українській прозі. *Літератури світу: поетика, ментальність і духовність*. 2019. № 13. С. 102-109. DOI: https://doi.org/10.31812/world_lit.v13i0.2375

4. Журба С. Реінтерпретація історії у романах Володимира Лиса. *Літератури світу: поетика, ментальність і духовність*. 2020. №. 14. С. 37-47. URL : <https://core.ac.uk/download/pdf/288294118.pdf> (дата звернення: 23.11.2023).

5. Клименко Г. Екзистенційні інтенції в сучасній українській

літературі: (на матеріалі творів Володимира Лиса, Марії Матіос, Любка Дереша). *Вісник Черкаського університету. Серія: Філологічні науки.* 2014. № 40. С. 48-62.

Ростислав Должко
Зіньківський опорний ліцей №1
Зіньківської міської ради Полтавської області
м. Зіньків
Науковий керівник – Должко Оксана Анатоліївна

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ДЛЯ ПІДЛІТКІВ

Підліткова література – це літературні твори, спрямовані на аудиторію від 12 до 18 років. Ці книги часто мають головних героїв у віці підлітка і висвітлюють проблеми, які цікаві та актуальні для цієї вікової групи.

Сучасна література для підлітків відрізняється від класичних творів реалізмом та відображенням цікавих тем. Книги для підлітків торкаються важливих сторінок життя. Булінг, депресія, гендерна рівність, розмаїття сексуальних орієнтацій – це те, що є актуальним на даному етапі життя.

Автори намагаються показати реальні життєві ситуації, з якими стикаються підлітки. Вони використовують легку, доступну мову, щоб привернути увагу читачів. Деякі книги можуть мати форму листування, дайджесту соцмереж або інших нестандартних форм.

У підлітковій літературі можна знайти романи-фентезі, науково-фантастичні оповідання, детективи, романи про підліткове кохання, історичні романи тощо. Це дозволяє читачам обирати те, що їм цікаво.

Література покликана висвітлювати важливі аспекти, які стосуються підліткового віку: самоствердження, пошук власного шляху, взаємодія з батьками та однолітками, особистий розвиток тощо.

Загалом, вона спрямована на те, щоб зацікавити молодих читачів, допомогти їм зрозуміти себе та світ навколо, а також сприяти їхньому особистому розвитку.

Читання відіграє важливу роль у житті підлітка і має багато позитивних сторін. Розвиваються навички говоріння, розширюється словниковий запас та розуміння граматики. Відбувається розвиток критичного мислення, уваги, концентрації та аналітичних здібностей.

Книги допомагають зрозуміти інші культури, пережити нові емоції та поглибити свої знання про світ. Діти намагаються зрозуміти власні почуття та емоції, а також сприймати інших людей.

Літературні твори є джерелом відпочинку та розваги, допомагають відволікатися від повсякденних проблем та стресів.

Загалом, читання у житті підлітка є важливим елементом їхнього розвитку. Читаючи, вони стають освіченими, культурними та емоційно збалансованими особистостями.

Сучасні підлітки можуть бути зацікавлені в різних жанрах та темах, тому важливо знати їхні інтереси та вподобання. Декілька популярних, найбільш обговорюваних, книг серед дітей.

"Голодні ігри" Сьюзанни Коллінз. Серія книг про постапокаліптичний світ, де головна героїня Кетніс Евердін мусить боротися за виживання у смертельних іграх.

"Хроніки Нарнії" К.С. Льюїса. Фентезійна серія про пригоди дітей, які потрапляють у казковий світ Нарнії.

"Школа ночі" Стефані Майер. Роман про молодих вампірів, які навчаються в елітній школі.

"Маленьке життя" Ханьї Янагіхари. Глибока і емоційна книга про дружбу, любов та виживання.

"Паперові міста" Джона Гріна. Легка та рухлива книга про перше кохання та пригоди підлітків.

"Маленькі брехунки" Сари Шепард. Книги про життя підлітків у маленькому містечку, де вони змушені розгадувати таємниці та боротися з проблемами.

Особливості літератури для підлітків полягають у тому, що вона повинна бути доступною та зрозумілою для цільової аудиторії, відповідати їхнім інтересам та потребам. Також має велике значення як засіб виховання та розвитку молодого покоління, сприяє формуванню дитячої особистості, світогляду та цінностей. Важливо пам'ятати про індивідуальні особливості кожної дитини та добирати літературні твори, які відповідають їхнім потребам та інтересам.

Список використаної літератури

1. Булах І. С. Психологія особистісного зростання підлітка: монографія. Київ, 2003. 340 с.
2. Огар Е. Дитяча книга в українському соціумі (досвід перехідної доби): монографія. Львів, 2012. 320 с.
3. Вікіпедія: вільна енциклопедія: вебсайт. URL <https://uk.wikipedia.org> (дата звернення 28.10.2023).

Юліанна Дубровіна
 Комунальний заклад «Полтавська загальноосвітня
 школа I-III ступенів № 38
 Полтавської міської ради Полтавської області»
 Науковий керівник – Комлик Наталія Юріївна

МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ НЕГАТИВНИХ ЕМОЦІЙ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Виплеск негативу є однією із життєво необхідних функцій будь-якої мови, що допомагає людям боротися з ним, тому кожен має навчитися використовувати відповідні словесні засоби. Англійська мова не є винятком, тому метою нашої розвідки є спроба дослідити арсенал найуживаніших англомовних засобів вираження негативу.

Негативні емоції – це неприємні емоції, що виникають в людини під впливом певних подій. За класифікацією Роберта Плутчика, є вісім основних емоцій: радість, довіра, подив, очікування, злість, сум, відраза та страх [4]. З них негативні – злість, сум, страх та відраза. За цією ж класифікацією всі базові емоції мають різні ступені вияву та можуть поєднуватись. Наприклад, початковою стадією страху є побоювання, а найвищою – жах. У результаті поєднання страху з довірою виникає покірність, а злість з відразою викликають презирство [4]. Тому повний спектр негативних емоцій складається з: подразнення, злості, гніву, презирства, нудьги, відрази, ненависті, докорів совісті, розчарування, побоювання, страху та суму [4]. Усі ці емоції мають засоби експресії в англійській мові.

Подразнення є найнижчим ступенем виплеску злості, тому способи його вираження схожі на злість: *Come on! Not again! Give me a break! Forget it! Shut up!* Характерною рисою вираження подразнення є використання первісно позитивних або нейтральних виразів у негативному значенні: *Forget it; Come on; Really?* [3]. Вираження злості супроводжується використанням образ і звинувачень: *You lean, long, lanky lath of a lousy bastard* [1], *I spend eight hours at work and then come home to this mess?! Really?* [3]. Варто зауважити, що від ступеня злості залежить також і використання таких прийомів, як: асонанс, алітерація або перекидання слів (*moneyshmoney*) для підсилення емоційності [1].

Експресія гніву часто супроводжується не лише образами та звинуваченнями, а ще й погрозами: *You'll be laughing on the other side of your head! I tell you on pain of death do not tell Pete that I was involved* [6].

Нудьга виражається, зазвичай, фразами з прямою вказівкою на

незацікавленість мовця: *I'm bored; I'm not interested in this*. Передання відрази супроводжується приниженням об'єкта: *I'm fed up with waiting in this queue; Let's leave; She looks awful!* [3]. У вираженні ж ненависті часто послуговуються словом *hate* або його синонімами: *I hate you! Fish is the only thing I hate on this planet and you've put it in my soup!* Інколи презирство може мати прояви расизму чи ксенофобії, наприклад, *frog eater – француз, fritz – німець, narrow-eyed – азіат* [1].

Докори совісті експлікуються через вибачення, розкаяння, намагання загладити свою провину [5]: *I'm so sorry*; іноді можуть використовуватись повтори слів, наприклад: *I'm so, so sorry; I would never ever do this again, never ever*.

Розчарування часто супроводжується незадоволенням результатом: *You borrow my car and return it with an empty fuel tank... Seriously?* [3].

Страх – така емоція, що позбавляє самоконтролю, тому в такі моменти людина може викрикнути будь-що: або просто почати кликати на допомогу, або прямо заявити, що їй страшно: *I'm so scared! I won't go anywhere! Help me, please! Help! Help me!!!*

Сум може бути вираженим за допомогою фразових дієслів *to feel down; to be upset; to be out of sorts; be in the dumps* [2] тощо.

Отже, англійська мова має потужний лексичний інструментарій для виплеску негативних емоцій. До нього входять окремі слова, фразові дієслова й ідіоматичні вирази, які дають можливість якнайточніше експлікувати емоції та психічні стани.

Список використаних джерел

1. Кузенко Г. М. Мовні засоби вираження емотивності. *Наукові записки НАУКМА*. 2000. Т. 18: Філологічні науки. С. 76-83.
2. Kenneth Beare. How to express sadness in English. *ThoughtCo.* : website. URL : <https://www.thoughtco.com/expressing-sadness-1212056> (дата звернення 14.03.2024).
3. Negative Emotions in English. Expressions, Body Language & Tone. *MMEnglish* : website. URL : <https://www.mmmenglish.com/2020/08/13/negative-emotions-in-english/> (дата звернення 14.03.2024).
4. Plutchik R. The nature of emotions. *American Scientist*. 2001. Vol. 89, No. 4. P. 344-350. URL : <https://www.jstor.org/stable/27857503> (дата звернення 14.03.2024).
5. Remorse. *Wikipedia. The free encyclopedia* : website. URL : <https://en.wikipedia.org/wiki/Remorse> (дата звернення 14.03.2024).
6. Ways of threatening someone. *Macmillan Education* : website. URL : <https://www.macmillandictionary.com/thesaurus-category/british/ways-of->

[threatening-someone](#) (дата звернення 14.03.2024).

Гліб Єгоров
Науковий ліцей №3 Полтавської міської ради
м. Полтава
Науковий керівник – Димарь Наталія Сергіївна

HERKUNFT UND BEDEUTUNG DER IM JAHRE 2023 POPULÄRSTEN MEMES

Memes sind ein fester Bestandteil unserer digitalen Kultur. Sie verbreiten sich rasant in sozialen Medien und Online-Foren und spiegeln oft aktuelle Ereignisse, gesellschaftliche Trends und popkulturelle Phänomene wider. In diesem Vortrag möchte ich die Herkunft und Bedeutung der im Jahre 2023 populärsten Memes beleuchten.

Mithilfe einer quantitativen Analyse von Social-Media-Plattformen wie Twitter, Instagram und Reddit wurden die zehn populärsten Memes des Jahres 2023 identifiziert. Anschließend wurde die Herkunft jedes Memes recherchiert und seine Bedeutung in einem kulturwissenschaftlichen Kontext interpretiert.

Die Analyse ergab, dass die populärsten Memes des Jahres 2023 aus verschiedenen Quellen stammen, darunter Virale Videos und Populärkultur. Z.B., Memes wie *"It's Corn!"* und *"Elden Ring Dog"* basieren auf viralen Videos, die auf humorvolle oder unerwartete Weise den Zeitgeist einfangen. Memes wie *"The Batman Slap"* und *"Barbie Dreamhouse"* beziehen sich auf aktuelle Filme und Fernsehserien und spiegeln die Fangemeinde dieser Medien wider.

Die Analyse der populärsten Memes des Jahres 2023 zeigt, dass diese digitalen Artefakte mehr als nur harmlose Unterhaltung sind. Sie bieten einen Einblick in die kollektive Psyche der Gesellschaft und spiegeln unsere Gedanken, Gefühle und Ängste in einer oft humorvollen und zugänglichen Weise wider.

Ein herausragendes Beispiel für ein populäres deutsches Meme im Jahr 2023 war das *"Bürokratie-Meme"*. Dieses Meme thematisierte auf humorvolle Weise die deutsche Bürokratie, ein oft kontrovers diskutiertes Thema in Deutschland. Mit Bildern von überladenen Aktenordnern, langen Warteschlangen und komplizierten Formularen verdeutlichte dieses Meme die alltäglichen Herausforderungen, mit denen viele Deutsche konfrontiert sind. Die Ironie und der Sarkasmus in diesem Meme machten es besonders ansprechend für die Internetnutzer, die sich mit ähnlichen Erfahrungen identifizieren konnten.

Ein weiteres beliebtes Meme war *"Ich bin ein Berliner"* (Abb. 1).



Abbildung 1. Ich bin ein Berliner.

Das Meme basiert auf einem Zitat des ehemaligen US-Präsidenten John F. Kennedy, der 1963 in Berlin sagte: *"Ich bin ein Berliner"*. Das Meme wurde im Jahr 2023 oft verwendet, um Solidarität mit den Menschen in Deutschland zu zeigen.

Ein weiteres bemerkenswertes deutsches Meme aus dem Jahr 2023 war das *"Impf-Meme"* (Abb. 2).



Abbildung 2. Die Booster-Impfung auf den Punkt gebracht.

Angesichts der weltweiten COVID-19-Pandemie war das Thema Impfung von großer Bedeutung, und deutsche Internetnutzer verwendeten Memes, um verschiedene Aspekte der Impfkampagne zu kommentieren. Von der Diskussion über Impfnebenwirkungen bis hin zu satirischen Darstellungen von Impfgegnern bot dieses Meme eine Plattform für Diskussionen und Reflexionen über die Bedeutung von Impfungen für die Gesellschaft.

Des Weiteren war das *"Klima-Meme"* ein bedeutendes Thema im deutschen Internet im Jahr 2023. Angesichts der wachsenden Besorgnis über den Klimawandel und die Umweltzerstörung griffen deutsche Internetnutzer zu Memes, um auf die Dringlichkeit des Themas aufmerksam zu machen (Abb. 3).



Abbildung 3. Hero Meme Klima

Von Bildern von schmelzenden Gletschern bis hin zu satirischen Darstellungen von umweltunfreundlichem Verhalten boten diese Memes eine Möglichkeit, komplexe Umweltfragen auf eine zugängliche und oft humorvolle Weise zu behandeln.

Insgesamt spiegeln die populärsten deutschen Memes des Jahres 2023 die aktuellen gesellschaftlichen Debatten, Sorgen und Trends wider. Sie bieten nicht nur Unterhaltung, sondern dienen auch als Mittel zur Reflexion und zum Austausch über wichtige Themen. Als Forscher im Bereich der digitalen Kommunikation ist es wichtig, diese Memes zu untersuchen, um ein besseres Verständnis für die zeitgenössische Kultur und den Diskurs zu gewinnen.

Literaturverzeichnis

1. History Memes – Gervani. *Know your meme*: website. URL: <https://knowyourmeme.com/photos/2176764-history-memes> (дата звернення 12.03.2024).
2. Meme (Kulturphänomen). *Wikipedia*: website. URL: [https://de.wikipedia.org/wiki/Meme_\(Kulturph%C3%A4nomen\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Meme_(Kulturph%C3%A4nomen)) (дата звернення 13.03.2024).
3. Lobin H. Sprachliche Meme – kulturelle Replikation durch Sprache und Schrift. *Spektrum.de SciLogs*. Publ. date 26. Jul 2015. URL: <https://scilogs.spektrum.de/engelbart-galaxis/sprachliche-meme-replikation-sprache-schrift/> (дата звернення 12.03.2024).
4. Were you today years old, als Sie begriffen haben, was ein Meme ist? *Apostroph Group*: website. URL: <https://apostrophgroup.ch/magazin/memes> (дата звернення 12.03.2024).

Марта Жук
 Науковий ліцей №3 Полтавської міської ради
 м. Полтава
 Науковий керівник – Димарь Наталія Сергіївна

DER EINFLUSS VON UMWELTTHEMEN AUF DIE DEUTSCHE SPRACHE: NEUE WÖRTER, BEGRIFFE

Die zunehmende Bedeutung von Umweltthemen in unserer Gesellschaft hat einen merklichen Einfluss auf die deutsche Sprache. In den letzten Jahren ist eine Vielzahl neuer Wörter und Begriffe entstanden, die sich mit Umweltzerstörung, Klimawandel und Nachhaltigkeit befassen. Diese neuen sprachlichen Ausdrücke spiegeln die wachsende Sorge der Menschen um die Umwelt wider und tragen gleichzeitig dazu bei, das Bewusstsein für diese wichtigen Themen zu schärfen.

Zu den neuen Wörtern, die im Zusammenhang mit Umweltthemen in die deutsche Sprache Einzug gehalten haben, gehören folgende:

- *Klimawandel*: Dieser Begriff beschreibt die langfristige Veränderung der globalen Temperaturen und Wetterbedingungen.
- *Erderwärmung*: Dieser Begriff bezieht sich speziell auf den Anstieg der Durchschnittstemperatur auf der Erde.
- *Nachhaltigkeit*: Dieser Begriff beschreibt die Nutzung von Ressourcen in einer Weise, die die Bedürfnisse der heutigen Generation befriedigt, ohne die Möglichkeiten zukünftiger Generationen zu gefährden.
- *Ressourcenschonung*: Dieser Begriff beschreibt den sparsamen und effizienten Umgang mit Ressourcen wie Wasser, Energie und Rohstoffen.
- *Umweltverschmutzung*: Dieser Begriff beschreibt die Verunreinigung der Umwelt durch Schadstoffe wie Abgase, Giftmüll und Plastik.

Neben neuen Wörtern werden auch bestehende Wörter im Kontext von Umweltthemen neu verwendet oder erhalten neue Bedeutungen. Zum Beispiel:

- *Kippe*: Ursprünglich bedeutete dieses Wort "Spitze" oder "Hügel". Jetzt wird es auch verwendet, um einen Ort zu bezeichnen, an dem Müll abgelagert wird.
- *Öko*: Dieses Wort, das ursprünglich für "ökologisch" stand, wird jetzt oft als Vorsilbe verwendet, um Produkte oder Dienstleistungen zu kennzeichnen, die als umweltfreundlich gelten.
- *Greenwashing*: Dieser Begriff beschreibt die Irreführung von Verbrauchern durch Unternehmen, die ihre Produkte oder Dienstleistungen fälschlicherweise als umweltfreundlich darstellen.

Neben neuen Wörtern und Begriffen kann der Einfluss von Umweltthemen auch auf die Grammatik der deutschen Sprache beobachtet werden. Dazu gehört genderneutrale Sprache: Um Diskriminierung zu vermeiden, wird zunehmend auf genderneutrale Formulierungen geachtet. So wird beispielsweise statt "*der/die Umweltschützer*" "*die Umweltschützenden*" verwendet.

Neologismen zeichnen sich häufig durch einige grammatikalische Besonderheiten aus. Viele Neologismen sind Zusammensetzungen aus zwei oder mehr Wörtern. Beispiele dafür sind "*Klimakrise*", "*Ressourcenschonung*" oder "*Umweltverschmutzung*". Neologismen können auch durch Derivation gebildet werden, also durch die Hinzufügung von Präfixen oder Suffixen an bestehende Wörter. Beispiele dafür sind "*entlasten*", "*verbrauchen*" oder "*umweltfreundlich*". Manchmal werden auch Neologismen aus anderen Sprachen übernommen, z. B. "*Upcycling*" oder "*Greenwashing*".

Neben den grammatikalischen Besonderheiten finden sich auch syntaktische Besonderheiten. So werden, zum Beispiel, häufig neue Verben gebildet, die mit dem Thema Umwelt zusammenhängen: "*recyceln*", "*kompostieren*" oder "*solarbetrieben*".

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Umweltthemen einen tiefgreifenden Einfluss auf die deutsche Sprache haben. Neue Wörter und Begriffe werden ständig erfunden, um neue Herausforderungen und Entwicklungen im Bereich der Umwelt zu beschreiben. Diese Veränderungen spiegeln die wachsende Bedeutung der Umwelt in unserer Gesellschaft wider und tragen gleichzeitig dazu bei, das Bewusstsein für diese wichtigen Themen zu schärfen.

Literaturverzeichnis

1. Das Umweltbundesamt für Mensch und Umwelt: website. URL: www.umweltbundesamt.de/ (дата звернення 12.03.2024).
2. Klimawandel: Dossier. *Bundeszentrale für politische Bildung*: website. Erscheinungsdatum: 03.04.2024. URL: [https://www.bpb.de/themen/umwelt/?field_filter_format=all&field_tags_keywords\[0\]=-1&d=1](https://www.bpb.de/themen/umwelt/?field_filter_format=all&field_tags_keywords[0]=-1&d=1) (дата звернення 05.04.2024).
3. Radkau J. Die Ära der Ökologie. Eine Weltgeschichte. München, 2011. 300 с.
4. Schwegler C., Mattfeldt A., Wanning B. Natur, Umwelt, Nachhaltigkeit: Literarische, diskurslinguistische, kritische und bildungspolitische Perspektiven auf Sprache und Kultur im Überblick. *Natur, Umwelt, Nachhaltigkeit*. Cologne, 2021. S. 3-32.

Вероніка Запорожець
 Комунальний заклад «Полтавський міський багатопрофільний ліцей
 № 1 ім. І.П. Котляревського Полтавської міської ради Полтавської
 області, м.Полтава
 Наукові керівники – Аадді Брахім, Аадді Наталія Миколаївна

ЕПОНІМІЧНІ ОДИНИЦІ У ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ

«Книги мають свою долю» -, говорить латинське прислів'я. Можна з упевненістю додати: не тільки книги, але й слова, з яких вони складаються... власні назви можуть перетворюватися в загальні; нерідко до назв загальних переходять назви власні – імена, по батькові, прізвища, клички, тобто антропоніми (грец. *ánthrós* – людина та *ónyma* – ім'я). З плином часу такі слова вже не сприймаються як похідні від антропонімів, втрачається зв'язок з первинною назвою.

Варто також виділити слова, утворені від назв установ, політичних груп (*surbonnard, onusien, réquiste*) та похідні від зареєстрованих марок (*xérographie, scrabbleur*). Відзначимо, що з плином часу значення терміну епонім пережило семантичні зміни: від визначення особи, яка дала назву якому-небудь об'єкту, до визначення саме того об'єкту, на який перейшла власна назва. Тож, аналіз визначення процесу переходу власної назви в загальну назву показує, що оптимальним терміном для визначення даного феномену, є епонім, оскільки він найбільш точно характеризує даний процес.

Перехід власної назви в загальну назву Ж.-К. Буланже визначає як «*onomastisme*», поняття, що означає будь-яке похідне чи утворене від власної назви (географічної назви, імені). Ономастизм включає в себе всі специфічні особливості: антропонімію, що означає будь-яке слово, утворене від імені людини та топонімію, що означає будь-яке слово, утворене від назви географічного об'єкту, яке служить для ідентифікації жителів тієї чи іншої місцевості.

Згідно з етимологічним словником Larousse, «епонім» походить від грецького *eronomôs* та означає поняття, що дає чому-небудь своє ім'я (*désigne celui qui donne son nom à quelque chose*).

Поповнення словникового запасу французької мови за допомогою власних назв є мало дослідженим. Проведене дослідження показало, що нова словникова одиниця – епонім – наповнюється новим поняттям та утворюється на основі:

а) топонімів: сир *camembert*, n. m. – камамбер (сорт сиру від назви французького села Камамбер), *bri*, n. m. – брі (сорт французького сиру від назви провінції Брі), *roquefort*, n. m. – рокфор (сорт французького сиру від французького села Рокфор);

б) антропонімів: *larousse*, n. f. – енциклопедія (французький учений П'єр Ларусс), *montgolfièr*, n. m. – монгольф'єр (брати Монгольф'єр), *marionette*, n. f. – маріонетка (Марія), *silhouette*, n. f. – силует (Е. де Силует);

в) античної літератури та греко-римської міфології: *hercule*, n. m. – геркулес; *mégère*, n. f. – мегера; *cupidon*, n. m. – купідон; *medusa*, n. f. – медуза та ін.

За своїм значенням вони можуть належати до загальноживаної лексики й таким чином називати особу, предмет, тварину, абстрактне поняття, стан та зовнішній вигляд людини, а також бути основою для термінологічної лексики (хімічні терміни, фізичні одиниці, хвороби і т. п.). Напр., *ampère*, n.m.–одиниця сили електричного струму, одиниця магніторушійної сили (французький хімік Л. Ампер), *coulon*, n.m. – одиниця кількості електрики в Міжнародній системі одиниць, (французький фізик Ш.-О. Кулон), *daltonisme*, n.m. – дальтонізм (учений Джон Дальтон).

Матеріалом дослідження став словник «Du nom propre au nom commun. Dictionnaire des éponymes», автор Р. Germa (Paris, 1993), у якому зібрано понад 1000 слів-епонімів, що увійшли до словникового складу сучасної французької мови та вибірка з тлумачних словників.

На даному етапі було досліджено 65 слів-епонімів, відібраних із вищезгаданого словника. Усе це епоніми, які є важливою складовою сучасних знань про культуру країн, мови яких вивчаються, і є важливим засобом міжмовної комунікації.

Дослідження епонімів цікаве не тільки з лінгвістичної точки зору, але, як показує досліджений матеріал, дозволяє виявити чисельні історико-культурологічні зв'язки, що притаманні сучасній французькій мові.

Список використаних джерел

1. Мала філологічна енциклопедія / уклад. О. Скопненко, Т. Цимбалюк. Київ, 2007. 478 с.
2. Михайлишин Б. П. З історії термінів-епонімів. *Мовознавство*. 1994. № 4–5. С. 45-50.
3. Boulanger J.-C. Aspects de l'interaction dans la lexicographie française contemporaine. Tubingen, 1986. 174 p.
4. Germa P. Du nom propre au nom commun, dictionnaire des éponyms. Paris, 1993. 255 с.
5. Dictionnaire Larousse de poche. Paris, 2011. 800 с.

Калініна Марія
 Науковий ліцей №3 Полтавської міської ради,
 м. Полтава
 Науковий керівник – Одом Олена Ігорівна

ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО КОМІКСУ, ЛІНГВІСТИЧНИЙ ТА ЕКСТРАЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

Англомовний комікс – це мультимодальний, візуально-графічний текст, що є масивом вербальних та невербальних засобів. Засоби мультимодальності в англомовному коміксі обраної тематики репрезентовані дейктичними операторами (10,6%), графічними знаками (10,2%), шрифтовою гарнітурою (59,5%), кольором (10,2%) і фоносемантичним каналом (9,5%) (див. Рис.1). Шрифтова гарнітура має лінгвістичну цінність у тексті коміксу, оскільки вона є зовнішньою оболонкою вербальної комунікації. Шрифтовою гарнітурою чи курсивом можуть виокремлюватися: ключові ідеї фрагмента, імена персонажів, елементи з особливим емотивним забарвленням, знаки інших алфавітів, зображені рукописні повідомлення.

Засоби мультимодальності

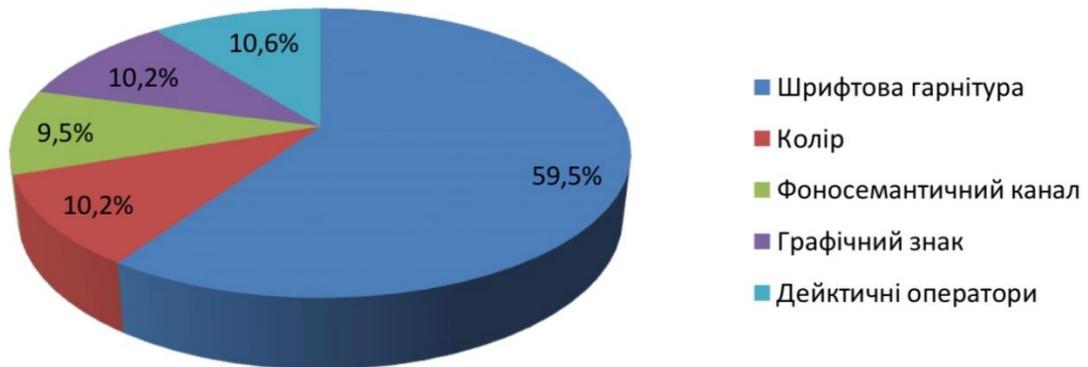


Рис.1. Частота вживання засобів мультимодальності.

Мовний компонент в англомовному коміксі представлений на фонетичному (характеризується передачею варіативності звуків за допомогою своєрідної графіки через фоносемантичний модус або звукопис), лексичному (окреслюється відповідним добром лексем, їх поєднанням, загальною тональністю викладу, образними засобами), синтаксичному (перевага простих, складносурядних і нечленованих речень) та текстовому рівнях (діалог переважає над монологом завдяки динамічності розгортання подій у фрагментах). Фоносемантичний канал передачі інформації є акустичною характеристикою

мультиmodalності англomовного коміксу. Писемне мовлення може сприйматися акустично тоді, коли літери відтворюють звуки, які відображають певну ситуацію: CRASH!; BOOM! HA!HA!HA! (див. Рис. 2)



Рис. 2. Фрагмент коміксу «Captain America»

Важливим компонентом залучання читача до кодування та декодування інформації в текстовому просторі англomовного коміксу є колір. Ключова функція кольору полягає в ідентифікації персонажів та створення відмінностей між ними. Автор застосовує певний колір чи їхню комбінацію для ототожнення персонажа в коміксі (наприклад, костюм Капітана Америки зображується в кольорах прапора США). Засобом репрезентації думки автора або персонажа в коміксі є графічний знак (неалфавітний знак, символи, знаки інших алфавітів, іконічні знаки тощо), особливістю якого є умовне позначення якогось образу, поняття, ідеї, він викликає у читача певні асоціації (наприклад, фрагмент, у якому ілюструються графічні символи Супермена та Бетмена, прикріплені до текстових хмар-реплік супергероїв). (див. Рис.3)



Рис. 3. Фрагмент коміксу Superman/Batman
Список використаних джерел

1. Єщенко Т.А. Лінгвістичний аналіз тексту. Київ, 2009. 264 с.
2. Івасишин М.Р. Загальнонаукові та лінгвістичні методи дослідження англomовного коміксу. *Актуальні проблеми романо-германської філології та прикладної лінгвістики*. 2018. № 1 (15). С. 138-141.
3. Івасишин М.Р. Лінгвальний та екстралінгвальний інвентар в англomовному коміксі. *Закарпатські філологічні студії*. 2019. № 8, т. 1. С. 65-70.
4. Lalumière C. A Short History of American Comic Books. *January magazine*: website. URL: <https://www.januarymagazine.com/features/comix.html> (Last accessed 20.07.2019).

Поліна Кириленко
Кременчуцький ліцей №5 імені Т.Г.Шевченка Кременчуцької
міської ради Кременчуцького району Полтавської області
Науковий керівник – Крупа Анна Вікторівна

ФУНКЦІОНУВАННЯ ПОЛЬСЬКИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ІЗ КОМПОНЕНТОМ, ЩО НАЗИВАЄ ЇЖУ

Фразеологізм – нарізно оформлений, але семантично цілісний і синтаксично неподільний мовний знак, який своїм виникненням і функціонуванням зобов'язаний фраземотворчій взаємодії одиниць лексичного, морфологічного та синтаксичного рівнів. Переважна більшість польських і українських фразеологічних зворотів – це мовні метафори, лише деякі звороти мають форму метафоричних словосполучень: *robić z igły widły*//*робити з мухи слона*; *brać nogi za pas*//*накивати п'ятами* тощо. Решта метафор (метонімії) виникли в результаті перенесення назв речей або ситуацій на інші речі й ситуації.

У межах української та польської мов функціонує багато фразеологічних одиниць, які увібрали в себе назви їжі. Їжа – це не тільки необхідність для підтримання біологічного життя людини, це великий пласт культури, проявом якого є різноманітні звичаї, пов'язані з її виготовленням. Ця культура відображається у мові народу у фразеологізмах, які можуть бути описані з різних позицій.

Зіставний метод порівняння фразеологізмів показує, що вони бувають ідентичними, а також можуть не мати відповідників як в польській так і в українській мовах. Ці фраземи бувають ідентичними в обох мовах і за структурою і за семантикою, а також такі, що при семантичній ідентичності мають різну структуру, і навпаки – однакові за складом компонентів, але відрізняються семантично. Виділяємо дві великі групи з фразеологізмів, що містять у собі компонент-номінацію їжі:

1) у яку увійшли фразеологізми з компонентами, спільними для обох мов;

2) в якій назви їжі є специфічними для кожної мови.

У ХХІ столітті важливість інформації настільки велика, як ніколи раніше в історії людства. Новини поширюються Інтернетом із запаморочливою швидкістю, можливості маніпулювання ними значні, а перевірка даних відбувається лише через тривалий час. Наскільки важливим є спосіб передачі інформації, знають керівники політичних штабів, законодавці, співробітники PR-агентств, копірайтери, а також журналісти – автори, які безпосередньо працюють над щоденними

випусками газет і новинними сайтами. У часи високої конкуренції за кількістю та якістю видань вони вдаються до різноманітних стилістичних засобів, формують тексти так, щоб залучити якомога ширше коло читачів, виконуючи при цьому два основних завдання преси: інформування та вплив. Аналіз публіцистичних текстів показав наступні компоненти, що називають їжу, навколо яких згуртовано найбільшу кількість фразеологізмів

Перша група аналізованих фразеологізмів зосереджена навколо лексем *хліб/chleb*. Це одна з найчисельніших категорій – у польській мові виділено 11 відповідних фразеологізмів, а в українській – 9, причому деякі з них багаторазово вживані.

Друга група аналізованих фразеологізмів зосереджена на лексемах *сіль/sól*. Тут спостерігається диспропорція між кількістю польських (3) та українських (6) одиниць, які зустрічаються в публіцистичних текстах.

Третю групу складають фразеологічні звороти, що містять лексему *молоко/mleko*, відповідно 5 польських і 4 українських. Єдине, що спільне для обох мов, це відсутність пташиного молока.

Четверта група – фразеологізми, згруповані навколо лексеми *мед/miód*, утворюють іншу групу, менш чисельну. Такий вислів, як *ложка дьогтю у бочці меду / łyżka dziegciu w beczce miodu*, має високу частотність вживання та вживається в текстах на культурну тематику.

П'яту групу репрезентують фразеологізми, що містять компонент *крупa/kasza*. У польській мові ми можемо почути вживання *не дай собі дмухнути в кашу* або *плюнути*, які найчастіше зустрічаються в текстах про спортивні змагання

Шоста група побудована навколо таких лексем, як *barszcz, burak, kluski/kluchy, drożdże, groch, gruszka, kania, grzyb, orzech, гречка, сало*, є менш чисельними порівняно з групами, зосередженими навколо основних продуктів і їх використання значно більше обмежене

Варто відзначити розбіжність між широким спектром фразеологічних ресурсів обох мов. Це пов'язано з тим, що у випадку основних продуктів мотивація набагато чіткіша та їхнє глибоке вкорінення в культурах обох народів, а диспропорцію у кількості використаних фразеологічних сполук можна пояснити більшою національною прихистістю поляків для розмови про їжу, ніж у випадку українців, які, у свою чергу, перекладають реалії цієї частини життя на мову та манеру вираження.

Список використаних джерел

1. Калашник В., Колоїз Ж., *Словник фразеологічних антонімів*. Київ, 2008. 859 с.
2. Ужченко В. Д. Народження і життя фразеологізму. Київ, 1988. 287 с.
3. Bankowski A. *Etymologiczny słownik języka polskiego*. Warszawa, 200. T. 1. 873s.
4. Gazeta Wyborcza (e-wydanie): website. URL: <https://www.egazety.pl/agora/e-wydanie-gazeta-wyborcza.html> (дата звернення 28.10.2023)
5. *Współczesny język polski* / red. I. Bartmińskiego. Warszawa, 1997. 458 s.

Дарина Кищик
Науковий ліцей №3 Полтавської міської ради
м. Полтава
Науковий керівник – Димарь Наталія Сергіївна

DARSTELLUNG AUSSERGEWÖHNLICHER EREIGNISSE IM DEUTSCHEN MEDIENDISKURS

In der heutigen Welt spielt der Medienraum eine Schlüsselrolle bei der öffentlichen Meinungsbildung und der Widerspiegelung der Realität. Deutschland, ein Land mit einer entwickelten Medieninfrastruktur und einem hohen Maß an journalistischer Ethik, bildet da keine Ausnahme. Die Darstellung außergewöhnlicher Ereignisse im deutschen Mediendiskurs betont wichtige Aspekte der Wahrnehmung und Wirkung von Informationen auf das öffentliche Bewusstsein.

Das Genre „Außergewöhnliche Ereignisse“ nimmt nicht nur einen wichtigen Platz im Medienökosystem ein, sondern spielt auch eine entscheidende Rolle bei der Bildung des öffentlichen Bewusstseins und der Reaktion auf globale Herausforderungen. Dieses Genre deckt ein breites Spektrum an Ereignissen ab, von Naturkatastrophen wie Erdbeben, Tsunamis und Hurrikanen bis hin zu von Menschen verursachten Katastrophen, militärischen Konflikten, Epidemien und unerwarteten wissenschaftlichen Durchbrüchen.

Die Berichterstattung über Notfälle in den Medien spielt eine Schlüsselrolle bei der öffentlichen Meinungsbildung und der Auslösung von Maßnahmen. Dank der schnellen Verbreitung von Informationen ist die Gesellschaft in der Lage, auf Krisen zu reagieren, indem sie Hilfe für Opfer organisiert oder Ressourcen für die Wiederherstellung nach Katastrophen mobilisiert. Gleichzeitig trägt die Berichterstattung in den Medien dazu bei, das Bewusstsein für weniger bekannte Krisen und Probleme zu schärfen und globale Solidarität und gegenseitige Unterstützung zu fördern.

Journalisten und Medienschaffende, die sich auf Notfallberichterstattung spezialisiert haben, stehen vor ethischen Dilemmata. Es ist wichtig, ein Gleichgewicht zwischen der Notwendigkeit einer schnellen Information der Öffentlichkeit und der Notwendigkeit, die Privatsphäre und Gefühle der betroffenen Personen zu respektieren, zu wahren. Die Ethik des Journalismus verlangt, dass Medienschaffende für die Richtigkeit der Berichte verantwortlich sind und Sensationsgier vermeiden, die den tatsächlichen Stand der Dinge verfälschen oder Menschen schaden kann.

Soziale Medien haben die Landschaft der Notfallberichterstattung radikal verändert und ermöglichen es normalen Bürgern, Nachrichten und

Zeugenaussagen in Echtzeit auszutauschen. Dies trug zur Demokratisierung des Informationsraums bei, in dem jeder zur Nachrichtenquelle werden kann. Es hat jedoch auch zu Herausforderungen im Zusammenhang mit der Faktenprüfung und der Verbreitung unbestätigter oder falscher Informationen geführt.

Beispielhafte Ereignisse:

- Naturkatastrophen wie Erdbeben, Tsunamis und Hurrikane.
- Von Menschen verursachte Katastrophen wie militärische Konflikte und Epidemien.
- Unerwartete wissenschaftliche Durchbrüche.
- Soziale Medien als neue Plattform für die Echtzeit-Berichterstattung und Zeugenaussagen von normalen Bürgern.

Außergewöhnliche Ereignisse, unabhängig von ihrem Ursprung, spielen eine wichtige Rolle bei der öffentlichen Meinungsbildung und haben erhebliche Auswirkungen auf die Gesellschaft. Sie stimulieren die Reaktion, erleichtern die Mobilisierung von Ressourcen, um den Opfern zu helfen, und regen gleichzeitig Diskussionen über Maßnahmen an, um ähnliche Situationen in der Zukunft zu verhindern. Solche Veranstaltungen schärfen auch das Bewusstsein für die Bedeutung der Medienethik und die Notwendigkeit, die Authentizität der mit der Öffentlichkeit geteilten Informationen zu überprüfen, insbesondere im Zeitalter der sozialen Medien.

Literaturverzeichnis

1. Bild: website. URL: www.bild.de (дата звернення 11.03.2024).
2. Löffelholz M., Schwarz A. Strategische Krisenkommunikation von Organisationen. *Handbuch der Public Relations*. 2015. S. 1001–1016.
3. Die Mediatisierung der Politik: Medienkultur und politische Kommunikation in der Demokratie / Pfetsch B., Marcinkowski F., Hrsg. Berlin, 2009. 118 S.
4. Stern: website. URL: www.stern.de (дата звернення 11.03.2024).
5. Mediensysteme im internationalen Vergleich / Thomaß B., Hrsg. Konstanz, 2007. 368 S.

Дарина Кищик
Науковий ліцей № 3 Полтавської міської ради,
м. Полтава
Науковий керівник – Любченко Тетяна Станіславівна

THE INFLUENCE OF INTERNET COMMUNICATION ON THE MODERN ENGLISH LANGUAGE

In the digital era, which is characterized by the rapid development of information technologies, the Internet has become not only an inexhaustible source of information, but also an important platform for communication and interaction. Online communication has opened up new opportunities for expression and mutual understanding, but at the same time it has also changed the language we use to communicate. In this context, studying the influence of Internet communication on the modern English language becomes an extremely urgent task. In this article, we will explore key aspects of this influence, consider its consequences for vocabulary, grammar, and the cultural and social context of speech.

Vocabulary enrichment is one of the key aspects of the influence of Internet communication on the modern English language. The Internet creates unique conditions for the emergence and spread of new words, phrases and expressions.

Social networks, forums, blogs and other online platforms serve as a platform for creating new vocabulary. Users, communicating online, give life to new words and expressions that reflect their interests, attitudes and ways of thinking. For example, words such as "selfie", "emoji", "vlog", "hashtag" and others have become standard vocabulary thanks to the popularity of social media.

Moreover, the Internet makes the English language more accessible to millions of people around the world, which leads to the enrichment of the vocabulary due to borrowings from other languages. This is especially visible in the speech of the youth and international community, where words and expressions from different cultures are quickly integrated into the English language.

Grammar change is another important aspect of the influence of Internet communication on modern English. Online communication often happens at speed, and this leads to the emergence of new forms of expression and the use of abbreviations.

Short and specific messages are common in social networks, chats and messengers. This may lead to the use of abbreviations such as "u" instead of "you", "r" instead of "are", "2" instead of "to" or "too". Also, the use of abbreviations and abbreviations used to save time and space, such as "lol"

(laugh out loud), "brb" (be right back), "btw" (by the way), "fr" (for real), is becoming a standard in virtual communication.

In addition, Internet communication promotes the development of new grammatical constructions and structures. For example, the use of English in blogs and forums can lead to changes in the use of tenses, word order, as well as the emergence of new speech structures that correspond to the specifics of online communication.

Video and audio communication, such as video blogs, streaming services, and podcasts, allow users to watch and listen to the pronunciation of words and phrases from people in different locations. This can lead to the spread and adaptation of new accents and pronunciation variations.

For example, popular video bloggers from different countries can influence the pronunciation of words and phrases in their viewers, as well as teach them new English accents.

In addition, different dialects and language variations can be used in video and audio communication, which also affects the perception and use of language by users.

Every day, our world is becoming more connected and interconnected thanks to the growth of international communication links and transnational relationships. One of the most important aspects of this global transformation is the globalization of language. This process not only changes the ways of communication between people from different countries, but also affects the very structure of the language and the linguistic landscape. In our introduction, we will look at the key aspects of language globalization and its impact on modern society.

Globalization of language stimulates the spread of some languages, in particular English, which is becoming the language of international communication and the main tool in the fields of science, technology, business and mass culture. This process contributes to the creation of a single language environment where English becomes the key means of communication between different cultures and nationalities.

However, the globalization of language may also raise certain questions regarding the preservation of linguistic diversity and cultural identity. On the one hand, this process can lead to the loss of authentic language forms and traditional language practices in different cultures. On the other hand, it can contribute to increased access to language education and language resources, providing more opportunities for intercultural communication and understanding.

Therefore, the globalization of language has a significant impact on modern society and culture, changing the ways of communication, mutual understanding and identification. It is important to maintain a balance between the spread of global language standards and the support of linguistic

diversity in order to create a harmonious and mutually understanding language environment.

Список використаних джерел

1. Crystal D. Internet Linguistics: A Student Guide. London, 2011. 192 p.
2. Baron N. S. Always On: Language in an Online and Mobile World. Oxford, 2008. 252 p.
3. Tagg C. Discourse of Text Messaging: Analysis of SMS Communication. London, 2012. 240 p.
4. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge, 2006. 304 p.

Анастасія Козіна
Ліцей №17 «Інтелект» Полтавської міської ради,
м. Полтава
Науковий керівник – Гречка Вікторія Володимирівна

ЗАСОБИ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ТА ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНОГО БАЛАНСУ МІЖ ОРИГІНАЛОМ ТА ПЕРЕКЛАДОМ ТВОРУ (НА ОСНОВІ РОМАНУ Л.М.МОНТГОМЕРІ «ЕНН З ЗЕЛЕНИХ ДАХІВ»)

Індивідуальний стиль автора та виражальні засоби першотвору неможливо передати дослівно іншою мовою, тому при перекладі використовуються особливі механізми та трансформації художнього тексту, які частково змінюють, але зберігають стилістичне значення й експресивний заряд оригіналу. Переклад роману Люсі Мод Монтгомері «Енн із Зелених Дахів» Анни Вовченко становить особливу цікавість для дослідження, оскільки цільовий текст демонструє професіоналізм та винахідливість перекладачки у доборі засобів.

Хронотопні індикатори – це елементи простору, які допомагають читачу уявити себе учасником описаних подій, надають йому інформацію про звички, погляди та вигляд героїв. При відтворенні означених хронотопів роману перекладач користується трансформаціями, тому що деякі соціо-культурні елементи є неприйнятними для українських реалій. Вовченко А. застосовує модуляцію, генералізацію та контекстуальну заміну, подаючи беззаспокійливу мазь як заспокійливі краплі, оскільки у нашому уявленні мазь ніяк не може бути рідкою: *Go and bring me the bottle of vanilla you used. Anne fled to the pantry and returned with a small bottle partially filled with a brown liquid and labeled yellowly, "Best Vanilla... "Mercy on us, Anne, you've flavored that cake with anodyne liniment* [4, с. 123]. - *Принеси мені ванілін, який ти використовувала. Енн кинулася до комори і повернулася із пляшечкою, що в ній до половини бовталася якась брунатна рідина, а на стінці була наклеєна жовта етикетка з написом «найкращий ванілін»... Боже милий, Енн, та ти ж додала у тиріг заспокійливі краплі* [1, с. 118]. Хронотопні маркери побуту представлені під час опису взуття: при відтворенні українською мовою словосполучення *a pair of the daintiest little kid slippers* була використана модуляція – *пара маленьких елегантних туфельок*, так як дитячі ноги мають менший розмір. Авторка фокусує увагу на тому, що туфлі – дитячі, а перекладач змінює акценти і наголошує на тому, що вони гарні.

Культурологічні лакуни – це мовленнєві засоби, які зображають

специфічні реалії, стани та процеси, звички та досвід носія певної мови [2, с. 265]. Варто зазначити, що переклад Анни Вовченко практично позбавлений культурологічних лакун, що робить текст зрозумілим та простим для читання. До нечастих прикладів роману Л.М.Монтгоєрі відносимо звуконаслідування: *Tut, tut* [4] - *Ну годі вже* [1, с. 26], де відбулося одомашнення без позбавлення персонажа поблажливого й підбадьорливого тону. *That's two thirds Wordsworth and one third Anne Shirley* [4, с. 45] – *Це на дві третини Вордсворт і на одну – Енн Ширлі* [1, с. 42]. Англійський поет епохи романтизму Вільям Вордсворт широко відомий у колах носіїв мови оригіналу, але для іншомовної аудиторії перекладачка робить примітку, пояснюючи прізвище, що стоїть поряд з Енн.

Власні назви – певні культурно-історичні та мовні індекси, демонстрація багатства лексичного наповнення мови, відображення специфічних реалій [3, с. 49]. Особлива цікавість власних імен роману «Енн із Зелених Дахів» виявляється в їхній властивості розкривати справжній задум автора, виступати лаконічними характеристиками персонажів. *When I was young I used to imagine it was Geraldine, but I like Cordelia better now. But if you call me Anne please call me Anne spelled with an E* [4, с. 34] - *Коли була маленька, то уявляла, що Джеральдіною, а тепер думаю, що ліпше Корделією. Але якщо ви будете називати мене Енн, то краще вже кажіть Анна* [1, с. 31]. В англійській мові персонаж хоче порушити неможливість писати своє ім'я з англійською літерою «Е» у кінці, а в українському еквіваленті перекладачка приписує героїні бажання називатися Анною замість Енн. Це передає прагнення дівчинки до самопошуку, відчуття унікальності й ідентичності. Ім'я папуги *Ginger*, транскрибоване перекладачем як Джинджер, втрачає свою конотацію в цільовому тексті. Для українського читача невідомий переклад «імбир»(рослина позбавлена якогось спеціального забарвлення), що є нехарактерним прізвиськом для птаха з яскравим та кольоровим пір'ям. Щоб зберегти розуміння цільовою аудиторією смислу імені А.Вовченко вдається до додавання опису птаха.

При аналізі перекладу **фразеологічних одиниць** у романі Люсі Мод Монтгомері «Енн із Зелених Дахів» ми спиралися на класифікацію перекладацьких трансформацій В.Н. Комісарова [2], яка базується на характері міжмовних перетворень та виділяє:

- лексичні трансформації – зміни у лексичному складі мови перекладу (перекладацька транскрипція, транслітерація, та калькування): *Ann Shirley has a very bad temper* – *у нашої Енні Ширлі жахлива вдача*, *Marilla was not to be moved* – *пом'якшити серце Марілли не вдасться*, *Catch pneumonia* – *схопити запалення легень*;

- граматичні трансформації, що полягають у змінненні граматичного складу мови (інверсія, повтор, дослівний переклад, розчленування речень, об'єднання речень, граматичні заміни): *A model pupil – взірцева учениця; The proverbial peck of dirt – як у тому прислів'ї: «Доки живеш — грязі пожуси»; As vain as a peacock – пишається, як пави (заміна прикметника дієсловом);*

- лексико-граматичні трансформації, які полягають у зміні як лексичного, так і граматичного складу одиниць вихідної мови (антонімічний переклад та компенсація): *I couldn't keep my eyes open – очі самі заплющуються; Made good use of every waking moment – не гаяла намарне жодної вільної хвилини; A terrible display of temper – паскудний вибрик.*

Емоції та враження персонажів Анна Вовченко передає з розумінням повноти ситуації, що описується, усвідомивши поведінкову модель образу, підбираючи необхідні еквіваленти, що відповідають ментальності читачів. Українська мова багатша на словникові відповідники, здатні описувати широкий спектр емоцій, у той час як англійська стримана та полісемантична: *“I'm as well as can be expected, thank you,” said Anne smilelessly. A blight seemed to have descended on her* [4, с. 53] – *Добре, наскільки це можливо, дякую, – відповіла Енн без тіні усмішки. Здавалося, вона вся аж зів'яла* [1, с. 49]. Переклад *smilelessly* як *без тіні усмішки* зберігає стилістичний компонент метафори оригіналу, допомагає не лише зрозуміти пригнічений настрій, але й підсилити драматизм та відчуття трагедії, що описує образ у більшій мірі.

Не зважаючи на те, що художні твори в першотексті та перекладі характеризуються відмінностями лінгвокультурних показників двох мов, талановитий перекладач здатний не лише передати задум автора, а і підсилити та прикрасити оригінал.

Список використаних джерел

1. Монтгомері Л. М. Енн із Зелених Дахів : роман. Львів, 2019. 320 с.
2. Попович Ю. О. Відтворення маркерів соціального статусу літературного персонажа в перекладі (на матеріалі українських перекладів британських художніх творів ХІХ століття). *Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Серія Філологія*. Київ. 2017. Вип. 34. С. 264-272.
3. Шачковська Т. Ю. Вітворення хронотопних індикаторів побуту при перекладі роману Люсі Монтгомері «Енн із Зелених Дахів». *Дивослово*. 2022. № 5. С. 48-50.
4. Montgomery L.M. *Anne of Green Gables*. London, 2008. 464 p.

Поліна Костенко
 Зіньківський опорний ліцей № 1 Зіньківської міської ради,
 м. Зіньків Полтавської області,
 Науковий керівник – Олефір Ольга Анатоліївна

ЛІТЕРАТУРНЕ КРАЄЗНАВСТВО: ПІСЕННА ТВОРЧІСТЬ Г. ЛИТОВЕЦЬ

Літературне краєзнавство – це важлива сторінка загальнонаціонального літературного процесу, а його вивчення формує почуття патріотизму, гордість за минуле й сучасне рідної землі.

Тому ми й обрали темою нашої наукової роботи ще не досить вивчені аспекти літературного краєзнавства на Полтавщині. Хочемо зосередити увагу на такому важливому, на наш погляд, питанні: «Літературне краєзнавство: пісенна творчість Г. Литовець». Мета нашого наукового дослідження – вивчити твори мисткині, які були видані окремими сімома збірками. Об'єкт дослідження – пісенна творчість Ганни Петрівни. Предмет дослідження – вірші, покладені на музику, зі збірки «Щоб освятити любов'ю світ».

*Ганна Петрівна на презентації власної книги
 «Щоб освятити любов'ю світ» у ЦРБ Зінькова*



Лірика поетеси задушевна, ніжна, мелодійна і сприймається серцем. Кожен вірш – це здебільшого сплав настроїв, почуттів, думок. Наскрізно відчувається в поезії велика любов до людей та уміння в усьому, що нас оточує, бачити красу. Навіть смуток у віршах про кохання творить свою замріяну чарівність. Художні твори позначені оригінальним, лише їй притаманним стилем. У мисткині виділяємо самобутні зображувально-виражальні мовні засоби, до яких належать тропи, віршова форма, поетичні фігури, а також звукове оформлення.

Поетичні картини одухотворені, живі, мають різні кольорові гами.

При детальному розгляді 21 вірша зі збірки «Щоб освятити любов'ю світ» застосовано ідейно-художній аналіз і з'ясовано: використано лише два жанри лірики за змістом: інтимна – 20 віршів (95,2%), пейзажна – 1 вірш (4,8%); інтимну лірику можна об'єднати в такі теми: *нерозділене кохання* – 14 (70%), *духовна вищість у коханні* – 3 (15%), *любов до матері* – 2 (10%), *материнська любов до сина* – 1 (5%); за формою вірші поділяються на власне вірш, медитацію, етюд – усі пісні, бо покладені на музику харківським композитором М. Ведмедерею – до 19 віршів (90,5%), сумським композитором Л. Хованською – до 2 віршів (9,5%); за характером розташування рим – переважає перехресне римування (абаб) – 20 віршів (95,2%), рідше – суміжне (аабб) – 1 вірш (4,8%); стопа різна, проте переважає двоскладова – ямб (11 віршів – 52,4%), хорей (2 вірша – 9,5%), зрідка – трискладова – анапест (5 віршів – 23,8%), амфібрахій (3 вірша – 14,3%); художні засоби: гіпербола – *море днів, в очах топлюсь, була вищою за смуток* (1%); епітети – *втомлені надії, незвіданий і безжурний цвіт, цілюща роса, ніжна веснянка, високе щастя, сиві ниви* (25%); порівняння – *серце, як пташка, щастя, як злодій, розцвіла, наче квітка, пройшли, немов з моєї пам'яті, засвічусь, як зоря* (12,5%); метафори – *прочитати душу, надії воскресли, прихилюсь до спогаду, увірвусь у сни, розгублю слізеньки, небо світиться, літо стелилося килимами, вечір співав, ранок розтав, ніч пересіяла бризки* (62,5%); для створення певних зорових образів, настроїв, експресивних ефектів використано анафору – *а ти, а, вони пройшли, я сьогодні цвіту для тебе, ти забудь, стеляться дороги без втоми, я б тобі, я боюся, мені так добре, а у житті, а я була*, та рефрен – *я в житті твоїм – цвіт незвіданий; а ми усі в житті втрачаєм розум, засвічу тобі зорі – краплини*; характерні ознаки стилю – щирість, відвертість у зверненнях до читача; спонування до роздумів на пропоновані авторкою теми, до перенесення переживань на особисті почуття поціновувача художнього слова; 76,2% віршів мають адресата (коханому – 14, матері – 2); наскрізними темами збірки є кохання та любов до рідних; характерна особливість пейзажного вірша – алегоричність образів природи, застосування прийому паралелізму.

Такий аналіз пісенної збірки допоміг нам переконатися: поезія має свої суворі закони та канони; усе це сприяє чіткому вираженню думок; у віршах є мовленнєві особливості, власний поетичний синтаксис. Тож творчий доробок Г. Литовець – це складова частина української літератури, у якій продовжені найкращі традиції нашого красного письменства й водночас витворені нові й самобутні образи.

Отже, на Зіньківщині були та є міцні літературні традиції та імена,

гідні стояти поруч із іменами братів Тютюнників, І. Цюпи, М. Зерова та інших майстрів художнього слова.

*Літературно-мистецьке об'єднання Зіньківщини «Свічадо»
(верхній ряд із ліва на право: С. Козаченко, Г. Крутько,
І. Жук, В. Хоменко, Н. Калатура, Ю. Пацула,
Г. Литовець-Гайдаш, В. Прислонський, П. Сахно,
С. Дорошенко; нижній ряд із ліва на право: Т. Заможня,
Г. Яремко-Запорожець, Н. Олещенко, А. Голуб)*



Список використаних джерел

1. Антологія краєзнавства Полтавщини : наук.-метод. посіб. / за ред. П. І. Матвієнка. Полтава, 2002. 316 с.
2. Литовець Г. Материнська доля : поезії. Полтава, 2003. 28 с.
3. Литовець Г. Материнська доля / за ред. Н. Порало. Київ, 2004. 38 с.
4. Литовець Г. Осінні акварелі. Зіньків, 2005. 40 с.
5. Литовець Г. Полиновий трунок любові : лірична поема. Гадяч, 2011. 36 с.
6. Литовець Г. Розвиднені води. Київ, 2004. 24 с.
7. Литовець Г. Щоб освятити любов'ю світ. Полтава, 2008. 44 с.
8. Літературне краєзнавство: проблеми, пошуки, перспективи: зб. наук. статей. Полтава, 2002. 184 с.
9. Назарець В. Теорія літератури : підручник. Київ, 2001. 488 с.
10. Шуляр В. Уроки літератури рідного краю: технологія підготовки та проведення // Українська література в загальноосвітніх школах. 2003. № 7. С. 34-35.

Інна Лаврик
 Науковий ліцей №3 Полтавської міської ради,
 м. Полтава
 Науковий керівник – Мошенець Оксана Григорівна

ВИКОРИСТАННЯ ІДІОМ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Чи знаєте ви популярні ідіоми англійською мовою? Чи часто використовуєте стійкі вирази англійської мови? Володіння англійською мовою на високому рівні має на увазі під собою не тільки знання граматичних структур та базової лексики, а також, використання в своїй промові цікавих ідіом англійською мовою.

Ідіоми – це ідеальні фрази, які допомагають передати багато інформації в одному короткому висловлюванні.

Відомі ідіоми англійською виникли дуже давно і для початківців, які вивчають англійську мову це просто набір слів з незрозумілим змістом. Часто ідіоми переводяться як прислів'я чи приказки [2]. Багато ідіом вживаються у фільмах, серіалах, телешоу тощо. Розуміння цих висловів полегшить ваше сприйняття більшості розмовних ситуацій. Сталі вислови також використовуються в літературі, журналістиці та інших текстах англійською. Вивчення ідіом дає вам змогу поглибити розуміння культурних, історичних та лінгвістичних аспектів англійської мови [1].

Англійські ідіоми дуже схожі на наші фразеологізми, оскільки їх складно зрозуміти в буквальному значенні, проте в переносному, вони набувають правильного сенсу – метафоричного, повчального чи гумористичного.

Наприклад, вислів «вбити двох зайців одним пострілом» (виконати одночасно два завдання), має відповідник в англійській – «kill two birds with one stone». Дослівно він перекладається як «вбити двох пташок одним пострілом», проте має аналогічне значення, що й український фразеологізм.

Англійські прислів'я – логічно побудовані вирази, мають закінчену думку з повчальним змістом, найчастіше складаються з двох частин. Наприклад: *all is well that ends well* – все добре, що добре закінчується; *if there is a will, there is a way* – де бажання, там і вміння; *at home even the walls help* – вдома і стіни допомагають; *many men, many minds* – скільки людей, стільки і думок; *out of sight, out of mind* – чого очі не бачать, того і серцю не жаль; *live and learn* – вік живи, вік учись; *no pain, no gain* – без болю немає прогресу; *a man is known by the company he keeps* – скажи мені, хто твій друг, і я скажу, хто ти; *a sound mind in a sound body* – в здоровому тілі здоровий дух; *cheek brings*

success – самовпевненість приносить успіх; а *hungry man is an angry man* – голодний чоловік – сердитий чоловік.

Англійські приказки – це усталений лексичний вираз, образна метафора, яка називає певне явище. Наприклад: *as busy as a bee* – дуже зайнятий; *to be more dead than alive* – бути дуже втомленим; *as old as the hills* – древній, як пагорби; *the eyes are the window of the soul* – очі – дзеркало душі. В прислів'ях як неподільних висловлюваннях з характерним для них семантичним значенням і в приказках, які не обов'язково можуть бути сталим висловом, але є образним висловлюванням, проявляється народна мудрість, афористичність, влучність, виявляється, як сказав відомий англійський філософ Френсіс Бекон, «геній, розум і дух націй».ГФК

Наведемо приклад розповіді опису значення ідіоми в контексті. *Today we're going to speak about skating on thin ice. What does this idiom mean? So, skating on thin ice... I guess you can imagine how safe this activity is. Oh, sorry, I wanted to say how dangerous it is to skate on thin ice. Guess what? I'm going to tell you a new story about one of my friends. At her work she used to gossip about her boss. I told her she was skating on thin ice and she couldn't trust her colleagues but she wouldn't listen. Now her boss found out about this 'nice' habit of hers and he asked her to leave the company. In general if you say that somebody is skating on thin ice, you mean that they're in a risky situation. Like my friend who was gossiping about her chief. So, just let me repeat this expression one more time 'skate on thin ice'. By using this idiom you mean that somebody is doing something risky and might have to suffer consequences later. Do you think that skating on thin ice is a good idea? I don't.* Наведемо приклади умовно-комунікативних вправ для автоматизації дій під час вивчення фразеологічних виразів. *Listen and answer the questions. TIT FOR TAT An American lady, travelling in England some years ago, got into a compartment of a smokingcarriage where an Englishman was smoking a pipe. For a short time she sat quietly, expecting that the Englishman would stop smoking. But then she began to cough and sneeze, trying to show him that she objected to the smoke. At last, seeing that the man took no notice of her and did not put out his pipe, she said: "If you were a gentleman, you would stop smoking when a lady got into the carriage." "If you were a lady," replied the Englishman, "you wouldn't get into a smoking-carriage." "If you were my husband," said the American lady angrily, "I would give you poison." The Englishman looked at her for a moment or two. "Well," he said at last, "if I were your husband, I would take it" [3, с. 27].*

Отже, вивчення суті ідіом дає можливість підвищити рівень засвоєння матеріалу, подолати труднощі розуміння нових фразеологічних одиниць, розвивати комунікативні навички

правильного використання стійких мовних зворотів. Адже справжнє володіння мовою – це вміння говорити, передавати свої думки вільно і невимушено. Фразеологічні вирази дають можливість висловлювати емоції, почуття на рівні носія мови. Саме ці фактори є вирішальними у сучасному світі, де знання іноземної (англійської) мови є одним з необхідних компонентів для досягнення професійних успіхів.

Список використаних джерел

1. Мамотюк Н. Ідіоми в англійській мові: сталі вирази, які має кожен знати. *BUKI School*: вебсайт. URL: <https://bukischool.com.ua/blog/angliiski-idiomi> (дата звернення 12. 03.2024).
2. Найбільш популярні ідіоми на англійській. *Business English Academy*: вебсайт. URL: <https://ua.be-english.com.ua/most-popular-idioms-in-english/> (дата звернення 13.03.2024).
3. Сокальська Ю. О. Методичні прийоми для вивчення ідіом англійської мови. *Молодий вчений*. 2019. № 1 (65). С. 115-119. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-1-65-27>.

Лукаш-Білякова Софія
Кременчуцький ліцей №5 імені Тараса Григоровича Шевченка
Кременчуцької міської ради,
м. Кременчук
Науковий керівник – Сирота Юлія Олександрівна

MYTH OR REALITY IN THE NOVEL BY DAN BROWN “THE DA VINCI CODE”

The novel by Dan Brown “The Da Vinci Code” is a world bestseller, which was published in 2003. Eighty million copies of this novel have been sold; the critically-derided 2006 film based on the novel has made over \$750 million on the big screen and an additional \$100 million in DVD sales. The video game has brought in another \$2 million. Add rentals, library-loans, and book/DVD sharing to this number. A lot of people have heard about Dan Brown's absorbing story with mysteries, riddles, and even “real historical facts”. But does the author really depict true history?

The majority of christians know about the antiquity of the Holy Grail, a cup that was filled with the blood of Jesus Christ and lately became the object of numerous wars. The owner of this relic received political authority. Even nowadays the Holy Grail is a symbol of renewal and power, it's mentioned in books, films and artworks.

Dan Brown took the motif of the Holy Grail as a base for his novel “The Da Vinci Code” [1]. On the first pages of the work author acknowledged that *all descriptions of artwork, architecture, documents and secret rituals in it are accurate* [1, p.1], but are they? Writers often try to add more authenticity to their works, adding real facts to them. However, they can also change them in ways necessary for improvement of their story, and Brown, unfortunately, did that. His book proves the famous philosophical saying: *"The most dangerous lie is a slightly perverted truth."* (G.C.Lichtenberg).

According to his version of “the history” the Holy Grail wasn't a cup at all. The relic was the body of Mary Magdalene, who is presented by Dan Brown as Jesus Christ's wife, which is an absolute lie. There is not even the remotest hint of historical evidence that Jesus was supposedly married to Mary Magdalene. There is nothing like that in the Bible. The apostle Paul, in declaring the right to *"have a wife for a companion"* (1 Cor. 9:5), says that the other disciples, the Lord's brothers, and Cephas [Peter] had wives, but he does not say this about Jesus.

On the cross Jesus asks John to take care of His mother (John 19), but shows no concern for Mary Magdalene, His already-almost-widow, if Brown is to be believed.

The "Gospels" of Philip and Mary Magdalene that Brown cites are considered to be apocrypha, non-canonical books. They do not say that Mary Magdalene was Jesus' wife. Brown's main "proof" is a quote from the Gospel of Philip: "*And the companion of the Saviour is Mary Magdalene.*" Brown writes, "*As any Aramaic scholar will tell you, the word companion, in those days, literally meant spouse.*" [1, chapter 58]. This is wrong! According to another researcher, The Gospel of Philip was not written in Aramaic, but in Greek, and translated into Coptic (i.e., Egyptian, not Aramaic) [3]. The Greek word *κοινωνός* (*koinonos*), which in question, stands for "*friend, companion*"; it is never used in the New Testament in the meaning "*spouse*" [2].

Further in the novel, Dan Brown tries to question the deity nature of Christ and the reliability of the Bible. To top it all off, he also reinterprets Christianity by suggesting that Jesus wanted Mary Magdalene to lead the church after His death.

According to Professor Michael Wilkins, from a historical and biblical perspective, Dan Brown's book is "*rife with startling inaccuracies*" [4]. For example, Brown claims that the ancient Olympic Games were dedicated to the magic of Venus (chapter 6). In fact, they were held in honour of Zeus, the supreme Greek deity; and Venus is a Roman goddess in general, not a Greek one. The Dead Sea Scrolls were found in 1947 (not "in the fifties" as stated in chapter 55) and can in no way include the "Gospels" (chapter 55), since they appeared earlier than the New Testament.

The Priory of Sion (which Brown calls the guardian of the "mystery" of Christ) was not at all founded in Jerusalem in 1099 by a French king named Godefroy de Bouillon (chapter 37). As M. Wilkins proves that it was "invented" and registered (according to French law) on 7 May 1956 by two Frenchmen, the convicted fraudster Pierre Plantard and Andre Bonhomme [4]. Thus, much of the storyline concerning Leonardo is based on falsification, which has been irrefutably proven.

Brown describes the Holy of Holies as an underground room beneath King Solomon's Temple (chapter 104). It isn't. The Holy of Holies was a small room inside the Temple where the high priest offered sacrifices (3 Kings 7:50).

This list of errors and falsifications can be continued endlessly, but this small part is enough to make everything clear.

Though one question connected with "The Da Vinci Code" is not answered yet: How could this book become so popular?

Firstly, it is because of an exciting plot. Despite the fact that the whole story is an author's fiction, the adventures of Robert Langdon and Sophie Neveu look realistic and exciting. There are lots of mysteries, codes along with conspiracy theories. Readers can feel like these things are real, and

subconsciously they may think that they are learning something new about our world. “The Da Vinci Code is not just fantasy. It is a neo-pagan version of history. Covered by the creative imagination inherent in prose fiction, Brown boldly questions the divinity of Christ. And some gullible readers, having "swallowed" these fabrications, begin to share the views of Brown's fictional characters and doubt the truths about Jesus that they have always professed.

Secondly, the presentation of information. Dan Brown is a professional journalist, who is able to manipulate people’s minds. He forced readers to question real history. If the information is presented in a special way, it can be interpreted like truth.

And thirdly, the topic of the book is familiar for different ethnic groups, citizens of different countries. As was mentioned before, the history of the Holy Grail is famous around the whole world, so when you see a book about something familiar to you, there are more chances that you will buy it, than other fiction tale.

Also breaking fact, known to everyone, that there was a huge investment into advertisement of “The Da Vinci Code”, and, as we can see, it worked.

We consider that Brown deliberately replaced the true story with an obvious mystification, which, of course, is good for his wallet, but very dangerous for the immortal souls of many readers.

In conclusion, it’s important to say that critical thinking nowadays is more important than ever. As once Albert Einstein said: “*The important thing is not to stop questioning. Curiosity has its own reason for existing.*”

References

1. Brown D. The Da Vinci Code. *DMCA* : веб-сайт. URL : <https://davincicode.bib.bz> (дата звернення: 16.03.2024).
2. The Holy Bible King James Version. *Chinese and English Bible Online*: website. URL : <https://www.o-bible.com/kjv.html> (дата звернення: 16.03.2024).
3. Schneemelcher W. New Testament Apocrypha. Vol. 1: Gospels and htkfted writing. Louisville, 1992. 572 p. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=TDW0PeFSvGEC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false> (дата звернення: 16.03.2024).
4. Wilkins M. What should every Christian know about The Da Vinci Code? *Institute for Religious Research* : website. URL: <https://www.irr.org/da-vinci-code.html> (дата звернення: 16.03.2024).

Кіра Лукашова
Ліцей №17 «Інтелект» Полтавської міської ради,
м. Полтава
Науковий керівник – Козіна Ірина Олексіївна

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ВТОРИННОЇ РЕАЛЬНОСТІ У РОМАНАХ ДЖ. К. РОУЛІНГ ПРО ГАРРІ ПОТТЕРА

Понад двадцять років книги про чаклуна і його друзів зі школи магії Хогвортс привертають увагу читачів, критиків та літературознавців. Без перебільшення можна сказати, що книги про Гаррі Поттера відіграють вирішальну роль у формуванні цілих поколінь, які дорослішають поряд із персонажами Джоан Роулінг.

У циклі романів про Гаррі Поттера письменниця успішно створює вторинну реальність, використавши закон про паралельність астрального і реального світів. Автор настільки вдало поєднує їх, що іноді вони перетинаються. Її «світ чарівників» знаходиться не на іншій планеті, а поміж людей. Він сприймається читачами як реальний, не зважаючи на існування в ньому нереальних тварин, рослин, наділення героїв надприродними здібностями. Багато його прикмет (транспорт, засоби зв'язку, пошта, органи управління) нагадують сучасне суспільство. Астральний світ є певною мірою дзеркальним відображенням нашого земного, фізичного світу (образ дзеркала Яцрес (серця), у якому люди бачили те, чого прагнули понад усе).

Умовний світ творів про Гаррі Поттера має езотеричну основу, ґрунтуючись на магії як джерелі сили та творчості. Магія стала стрижнем усіх романів Джоан Роулінг, бо на знанні її законів будується «світ чарівників». Магія має наукоподібну форму та є символом таланту й науки, вона здійснюється лише обдарованими людьми за допомогою правильного виконання ритуалів. Номенклатура чарівних предметів є детально розробленою (палички, мітли, мантия-невидимка, меч, шахи, кубок тощо).

Твори Дж.Роулінг переповнені магичними концептами, що становлять цілу концептуальну систему магії. Це особливо яскраво виражено за допомогою:

- уведення до сюжету міфологічних істот різних країн (кентаври, єдиноріг, фенікс, триголовий пес), чаклунів та відьм, імена яких пов'язані з власне британськими міфами та фольклором (Гріндельвальд, Агріппа, Мінерва Макгонагел);
- залучення істот магичного світу (привиди, зомбі) та вигадування нових неіснуючих істот для посилення цікавості та експресії тексту (дементори, ховчики);

- використання в іменах та прізвищах видатних магів та чаклунів Хогвортсу певної інформації лексичного, історичного, міфологічного характеру (часто прізвище чи ім'я героя взято з британського фольклору чи якоїсь релігії);

- наявність предмету-артефакту (філософський камінь), і присутність духовного вчителя Сиріуса Блека та провідника через Поріг Гегріда-перевізника; і проходження Лабіринту, тобто здійснення ініціації.

Романи про Гаррі Поттера побудовані так, що читачі відчувають їх реалістичність завдяки використанню знайомих географічних назв: *King's Cross Station*, *Forest of Dean*. В той же час, лінгвістично, Роулінг йде на крок далі, надаючи видуманим назвам відтінок оцінки: *Little Whingeing* (тихе приморське передмістя), *Hogwarts* (середньовічне слово, що веде до епохи віри у чаклунство).

Мова романів Дж. К. Роулінг є надзвичайно образною, емоційно забарвленою, багатою на стилістичні засоби та прийоми, які допомагають краще передати глибокий підтекст, задуманий автором. Гумор, іронія та сарказм – головні стилістичні прийоми, які постають своєрідними ознаками авторського стилю Дж. К. Роулінг, виявом індивідуального нестандартного мислення, художньою формою, засобом викриття негативних явищ.

Серед продуктивних засобів реалізації гумору виділяються:

- власні імена: «*Yes, it must,*» said Hermione, pointing at the title of his essay, «*because we were asked how we'd deal with dementors, not 'Dugbogs,' and I don't remember you changing your name to 'Roonil Wazlib' either.*» [4, с. 249].

- гумористичні порівняння: «*I played like a sack of dragon dung,*» said Ron in a hollow voice when the door had swung shut behind Ginny» [4, с. 286].

- метафори: «*Yeah,*» said Harry. «*No more pretending we care what happens when Jupiter and Uranus getting friendly...*» [4, с. 118].

Іронічність висловлювань – невід'ємна особливість романів про Гаррі Поттера. Схильність Дж. К. Роулінг до іронічного підтексту простежується в мовленні Рона Візлі та його братів, Дамблдора, Снейпа та самого Гаррі Поттера. Іронія у Дж. К. Роулінг мікроконтекстуальна, реалізується на рівні слова чи словосполучення [2]. Ситуативна іронія реалізується через повтор (стилістичний, лексичний) «*Didn't work that well, though, did it?*» said Harry, doing his utmost to keep his voice even. «*Had to look after myself after all, didn't I?*» [4, с. 64], цитацію: «*Enjoing it?*» said Ron darkly. «*I don't reckon he'd come home if dad didn't make him. He's obsessed. Just don't get him onto the subject of his boss. According to Mr. Crouch... Mr. Crouch is of the*

opinion... Mr. Crouch was telling me... They'll be announcing their engagement any day now.» [4, с. 57], іронічне змішання стилів: *«I don't mean to be rude – «he began, in a tone that threatened rudeness in every syllable. “—yet, sadly, accidental rudeness, occurs alarmingly often,» Dumbledore finished the sentence gravely. «Best to say nothing at all, my dear man. Ah, and this must be Petunia.»* [4, с. 46].

Не менш яскраво вираженою формою комічного в розглянутих романах є сарказм. Він притаманний не всім героям, а лише тим, хто наважується відкрито сипати гострою викривальною критикою, обеззброюючи свого супротивника, не ховаючись за інакомовленням: *«Congratulations, Harry!» she said, beaming at him. «I wonder if you could give me a quick word? How you felt facing that dragon? How you feel now, about the fairness of the scoring?»* [4, с. 81].

Аналізуючи мову романів про Гаррі Поттера, не можливо обійти вирішальний вплив латини у іменах, назвах та мовленні персонажів. Латинські слова чи їх частини є кореневими основами багатьох слів сучасної англійської та французької мов. Спільне походження робить мови більш універсальними, зрозумілими великій кількості носіїв. Чітко простежується походження і структура окремих лексем: *Oppugno* (заклинання атакувати) – грубий (*pugnacious*), *Incendio* (заклинання про втечу) – запальний (*incendiary*), *Felix Felicis* (назвазілля для везіння) – фелісіті (*felicity*), *Protego* (захисне заклинання) – захист (*protect*).

Автор романів про Гаррі Поттера для підсилення магічного ефекту створює власну мову. Наслідуючи Дж. Р. Р. Толкіна, Джоан Роулінг вводить у текст велику кількість новоутворених лексем: *Muggle* (не магічна особа) – людина, яка «володіє окремим мистецтвом», *Mudblood* (нечиста кров) на позначення відьми чи чарівника, народжених нечарівними батьками, *Animagus* – «чарівник, який може перетворюватись на тварину».

Книги Дж. К. Роулінг можна віднести до дитячої літератури виховного спрямування, оскільки тут знаходимо безліч описів реалій та проблем сучасного світу, характерів людей у їх розвитку і стосунках. Через створення вторинної реальності письменниця показує дітям найголовніші вади сучасного нам суспільства, аморальність ідей та їх проявів, втрату ідеалів. Водночас вона пропагує вічні цінності, такі як материнська любов, дружба, чисте кохання, відповідальність, жага до знань і їх користь. Автор повертає юним читачам віру в те, що любов, дружба, родина не є порожнім звуком, а дуже важливі в житті людини.

Список використаних джерел

1. Волошина О. В. Лінгвістична атракція як специфічна риса романів Дж. Роулінг про Гаррі Поттера. *Англістика та американістика*: зб. наук. пр. Дніпропетровськ, 2007. № 4. С. 18-22.
2. Лебедівна Л. Загадка Гаррі Поттера. *Іноземні мови в навчальних закладах*. 2004. №4. С. 86-101.
3. Стріха Я. Чиєю мовою розмовляє Гаррі Поттер? *Книжник-Review*. 2002. № 10. С. 8.
4. Rowling J. K. *Harry Potter And Philosopher's Stone*. London, 1997. 317 p.

Марія Макарова
 Полтавська загальноосвітня школа I-III ступенів №29
 Полтавської міської ради,
 м. Полтава
 Науковий керівник – Роменська Наталія Володимирівна

**ГЕНОЦИД КРИМСЬКОТАТАРСЬКОГО НАРОДУ
 ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ДОЛІ ОПОВІДАЧА
 В АВТОБІОГРАФІЧНІЙ ПОВІСТІ ШАМІЛЯ АЛЯДІНА
 «Я – ВАШ ЦАР І БОГ»**

Українці живуть поряд з кримськими татарами майже 800 років, а література цього корінного народу так і залишається маловідомою та фрагментарно дослідженою. Цей факт у першу чергу пов'язаний з тим, що радянська влада мала намір стерти кримців з лиця землі як буквально, так і фігурально. Кримськотатарська активістка та історикиня Г. Бекірова пише: *«спланована керівництвом СРСР й реалізована підрозділами НКВС і військовими частинами примусова депортація, що розпочалася вночі з 17 на 18 травня, а закінчилася 20 травня, спричинила не лише загибель людей, а й незворотну втрату історико-культурної спадщини народу»* [3, с. 97].

Дані про геноцид були засекречені впродовж багатьох років. Будь-які спроби розповсюдити правдиву інформацію каралися фізичною ліквідацією. У той же час активно поширювався наратив про «зраду» та «колабораціонізм» кримських татар, які нібито масово співпрацювали з нацистами під час Другої світової війни. Натомість О. Бажан підкреслює: *«замовчувалися факти опору кримськотатарського народу нацистському окупаційному режиму в 1941-1944 рр. у Криму. Залишалися невідомими приклади мужності й звитяги представників кримськотатарського народу»* [2, с. 413].

Однак голос людей, яких незаслужено покарали, неможливо заглушити. Тема депортації знайшла відображення у численних літературних творах, які спочатку поширювалися у рукописній формі, а після розпаду радянського союзу почали активно видаватися.

Грунтовне дослідження кримськотатарської літератури та відображення у ній теми депортації розпочалося на початку 2010-х рр. Серед учених, які працюють над цим питанням варто зазначити вказаних вище О. Бажана [2] і Г. Бекірову [3], а також Т. Сеїтяг'яєву [4] та ін.

Саме завдяки праці цих науковців українському читачеві наразі доступний літературний доробок Шаміля Алядіна, який є одним із найяскравіший літераторів-кримців. Будучи письменником-реалістом,

Шаміль Алядін створив літопис пригніченого народу, зображуючи звичаї та традиції, використовуючи рідну мову, об'єктивно описуючи історичні події. Перу Шаміля Алядіна належать наступні твори: «Запрошення на бенкет диявола», «Мердивен», «Я – ваш цар і бог», «Жертви Кремля».

Автобіографічна повість «Я – ваш цар і бог» була написана за рік до смерті автора, тож ми робимо припущення, що письменник намагався підсумувати та відрефлексувати власний трагічний досвід.

Т. Сеітяг'яєва зазначає: *«Письменникові, який уцілів із-поміж сотень загинув, випала місія не просто донести світлу пам'ять про тих, кого змушували забувати, але і зберегти для нащадків їхнє слово, зберегти традицію»* [4, с. 106]. Тому розкриваючи власну долю через образ оповідача, Шаміль Алядін водночас описує увесь свій народ.

Опрацювавши текстовий матеріал, робимо висновок, що головний герой є виразником думок автора на двох площинах: документальній та ідейній (світоглядній). **Документальність образу** оповідача виявляється через збереження імен, як самого письменника, так і його родини; у чіткому окресленні часових та просторових рамок; завдяки передачі головному героєві біографічних даних Шаміля Алядіна. Вдаючись до максимально реалістичної передачі подій, автор виступає своєрідним літописцем кримськотатарського народу, якому необхідно розповісти світові правду про вчинений над ним геноцид.

На ідейній площині спостерігається криза світогляду оповідача, який проходить шлях від відданості радянським ідеалам до невтомного борця за справедливість для свого народу. Крок за кроком прослідковуємо зміни у переконаннях головного героя, сприймаємо його долю як долю усіх кримських татар. Шаміль Алядін зобразив оповідача так, що кожен кримець міг впізнати у ньому себе.

У повісті «Я – ваш цар і бог» чітко виокремлюються основоположні риси характеру кримських татар:

- **єдність:** *«Підсувайтеся! Ходіть сюди, – махнув він рукою недавнім в'язням. – Всі, всі! Ми тепер на обклавку одного судна: як впливемо – то всі разом, а втопимося – теж усі разом, – казав він, нарізаючи кортиком хліб на дрібні шматочки»* [1, с. 245];

- **сміливість:** *«Ми ж знали, за що воюємо. Випадало з шаблями йти проти танків!»* [1, с. 240];

- **працьовитість:** *«татари здавна намагались причепурити свою землю і якою тяжкою працею це оберталось. Як вони тягали на собі мішки із землею на кам'янисті тераси гірських схилів, рік за роком збільшуючи там плодоносні ділянки, плекали виноградники, висаджували тютюн...»* [1, с. 240];

- **почуття власної гідності:** «Я почувався так, ніби на мене вилили відро брудної води. Літери розпливалися перед очима. Я перечитував наказ і довго усвідомлював його зміст» [1, с. 283];

- **віра у справедливість:** «Наш народ вірив у торжество добра» [1, с. 299], а також «Я впевнений, доки вона [Діляра] виросте, в нашому житті відбудеться багато змін» [1, с. 300];

- **любов до Криму:** «Хоч які шторми у морі не вирують, а береги нашого Криму стоять, як і раніше...» [1, с. 260]. Або ж «Усе ж в Криму повітря було інакшим, доносило запах моря, а ще – трав, що росли лише в наших горах. Бувало, не встигне сніг зійти, а в небі вже бадьоро цвіркотять жайворонки» [1, с. 284].

У цитатах з тексту повісті помічаємо ряд засобів художньої виразності, серед яких епітети, метафори, внутрішні монологи, риторичні питання, символи.

Отже, саме кримськотатарський народ є наскрізним персонажем твору. Його письменник виписує з особливою ретельністю, наголошуючи на рисах, що допомогли вижити у вигнанні.

Як бачимо, повість «Я – ваш цар і бог» Шаміля Алядіна є літописом не лише авторського життя, а й художньо-документальним зображенням історії усього кримськотатарського народу, для якого першочерговою метою є донесення правди про депортацію та можливість вільно жити на Батьківщині – в Криму.

Список використаних джерел

1. Алядін Ш. Я – ваш цар і бог. *Мердивен*. Київ, 2019. С. 227-311.
2. Бажан О. Г. Яким чином відбувалася депортація народів Криму у часи Другої світової війни? *Історія Криму в запитаннях і відповідях*. Київ, 2014. С. 339–343.
3. Бекірова Г. Т. Пів століття опору. Кримські татари від вигнання до повернення (1941–1991). *Нарис політичної історії*. Київ, 2017. 488 с.
4. Сеітяг'яєва Т. Р. Шаміль Алядін – реаліст трагічної епохи. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. Одеса, 2020. Т. 31 (70), № 2. С. 106-110.

Мілена Мащенко
Лицей № 32 «Європейський»
Полтавської міської ради, м. Полтава
Науковий керівник – Парафіло Марина Вікторівна

SPECYFIKA TEKSTU REKLAMOWEGO W POLSKOJĘZYCZNEJ PRZESTRZENI MEDIALNEJ

Reklama jest ściśle związana z psychologią narodową, narodową samobytnością ludu, notuje i wykorzystuje w swoich celach tradycje i stereotypy.

Stwierdziłmy, że we współczesnym świecie teksty reklamowe należą do kreolizowanych, ponieważ w ich strukturze oprócz środków werbalnych wykorzystuje się również ikoniczne (rysunki, fotografie), oraz środki innych kodów semiotycznych (kolor, czcionka). Dzisiaj obecność składnika niewerbalnego jest postrzegana jako niezbędny atrybut pełnowartościowego tekstu reklamowego.

Efektywność kampanii reklamowej zależy od językowej dekoracji tekstu reklamowego. Dobry slogan wspiera wizerunek firmy i odzwierciedla jej specyfikę [1].

Techniki artystyczne pozytywnie wpływają na percepcję tekstu reklamowego i jego zapamiętywanie przez konsumenta.

Do głównych stylistycznych środków wyrazu w tekstach reklamowych należą: metafora, personifikacja, metonimia, synekdocha, epitet, porównanie, peryfrazja, hiperbola, litota, ironia [2].

Metody prezentacji reklam w Polsce są bardzo różnorodne. Podstawą badania stały się materiały banerów i citylightów stolicy Polski – Warszawy, uprzejmie udostępnione przez członków ukraińskiej diaspory. Do tego wykorzystaliśmy dane ankiety polskiego instytutu badań internetowych i mediów społecznościowych (IBIMS) [4].

Statystyka pokazała, że najpopularniejszym portalem społecznościowym w Polsce w 2023 roku wśród Polaków okazał się YouTube: dla 58,6% respondentów w wieku od 18-28 lat ta platforma jest głównym źródłem informacji, oraz dla 57,7% respondentów w wieku od 30-39 lat [4].

Pierwszym przykładem stała się reklama serwisu streamingowego Amazon Prime. Baner reklamowy ma klasyczną szatę graficzną: w górze nazwa marki, niżej slogan „szeroki uśmiech świetna rozrywka” a potem jedna z głównych premier sezonu, miniserial “Continental” oraz kontynuacja historii 'Kóło Czasu'. Według naszej opinii jest to stereotypowy przykład produktu reklamowego, który jest skuteczny, ponieważ jest jasny i

informacyjny. Nic zbędnego.

Reklamowy baner na Centralnym Dworcu w Warszawie pokazuje przysmaki dla psów. Reklama wykorzystuje określenie czynności „czuję”, sygnalizując, że jest to coś przyjemnego „smakowitego”. Zdjęcie psa, który przebija się przez baner i oblizuje się, podkreśla i wzmacnia słowa „smakowite”, dodatkowo koncentrując na tym uwagę. Dalej widzimy przykłady produktów i nazwę marki. Reklama została stworzona zgodnie z kanonami. Wykorzystano połączenie środków słownych i wizualnych, aby nasilić emocjonalność tekstu.

Gdzież bez fast foodu. Reklama promocyjnej oferty w McDonald's. Wykorzystano czcionki różnych kolorów i rozmiarów, aby podkreślić wyjątkowość tej oferty. Ponieważ chodzi o jedzenie, na pierwszy plan wysunięto obraz, który pobudza wyobraźnię, a nieco niżej obraz jest powtórzony w formie tekstowej.

Jeszcze przysmaki. Tutaj wyraźnie wykorzystano humor i zestawieni nieprzeciwstawnego. Brutalny brodaty mężczyzna w skórzanej kurtce (wizerunek motocyklisty, złego faceta) tworzy kontrast z nowością puree o różnych smakach.

Reklama uspokajającego preparatu „Valused”. Centralny obraz to kobieta w pozycji lotosu, ujawnia się analogia z medytacją i spokojem. W centrum przykład opakowania produktu. W górnym prawym rogu szybkość działania. W dolnej części slogan „Szybko przywraca spokój”. Słowo „spokój” - dodatkowo wyróżnione rozmiarem czcionki, dodatkowo wzmacnia ekspresję obrazu spokojnej kobiety, która ma wszystko pod kontrolą.

Kolejnym przykładem jest reklama Muzeum Historii Polski, w tym przypadku ważniejszy naszym zdaniem jest nie tyle jej forma, co sam fakt jej istnienia jako środka rozwoju społeczeństwa, popularyzacji historii państwa.

Szczegółnej uwagi zasługuje reklama społeczna stworzona przez polskich reklamodawców.

Jednak forma, jakość prezentowanego materiału i tematyka ujawniana w reklamach społecznych stała się dla nas nieoczekiwana. Problemy, które są znane ukraińskiemu społeczeństwu.

Reklama społeczna skierowana na ujawnienie ważnej tematyki, a mianowicie przemocy domowej. W centrum pokazano specjalny sygnał alarmowy. Wielkimi literami wyróżniono główne aspekty: temat „SZTUKA REAGOWANIA NA PRZEMOC”, pożądana akcja „POMÓŻ MI!”, sposób wykonania czynności „Reaguj! zadzwoń na 112!”.

Rozważmy przykłady filmów reklamowych z platformy YouTube [3]:

Problem interakcji różnych pokoleń. Kampania reklamowa „Random” pokazuje, w jakim stopniu różne są wartości, sposoby komunikacji i

interakcji przedstawicieli tak zwanego pokolenia Z. W kampanii reklamowej wykryto te cechy poprzez proste, w pewnym sensie codzienne sytuacje.

Reklama polskiego banku “ING Bank Śląski”. Mówić o pieniądzach w formie stand-upu? Poważne, w pewnym sensie tabuizowane tematy finansów i humor? Nieoczekiwany format, świetna prezentacja materiału. Jesteśmy przekonani, że dla Polaków, którzy lepiej odbierają delikatności ich humoru, to doskonały przykład ujawnienia skomplikowanych tematów.

Kampania przeciwko przemocy domowej fundacji „Centrum Praw Kobiet” – fabuła zbudowana w taki sposób, że nie tylko wskazuje na nadzieję i wynik, ale ujawnia wkład różnych osób – przyjaciół, znajomych i otoczenia w pobłażanie przemocy. Skłania każdego do zastanowienia się nad słowami i akcjami, które mogą wpływać na życie innych.

Kwestia mieszkaniowa – bardzo aktualny temat. Polskie przedstawicielstwo OLX w swojej kampanii reklamowej ujawniło go przez wędkarstwo i problemy ekologiczne! Przynajmniej jest to nieoczekiwane i kreatywne podejście.

Warto więc przejmować pozytywne doświadczenia od sąsiadów i rozwijać nasze społeczeństwo.

Wykaz źródeł

1. Булах Т. Д. Реклама у видавничій справі : навч. посіб. Харків, 2011. 224 с.
2. Волкогон Н. Про синтаксичні побудови у рекламному дискурсі (на матеріалі іспанської прес-реклами). *Вісник Львівського університету. Серія: Іноземні Мови.* 2002. № 10. С. 173-177.
3. Сомова О. Для тих, хто виходить на ринок Польщі: ТОП-5 відео рекламних кампаній на YouTube. *WebpromoUA* : вебсайт. Дата публікації 28.11.2022. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/dlya-teh-kto-vyhodit-na-rynok-polshi-top-5-video-reklamnyh-kampanij-na-youtube/> (дата звернення: 10.10.23)
4. Біленька О. Яким соцмережам віддають перевагу жителі Польщі: рейтинг найпопулярніших. *24 канал* : вебсайт. Дата публікації 24.02.2022. URL : https://zakordon.24tv.ua/yakim-sotsmerezham-viddayut-perevagu-zhiteli-polshhi-reyting_n1875567 (дата звернення: 10.10.23)

Ксенія Мироненко
Комунальний заклад «Полтавський міський багатопрофільний
ліцей № 1 імені І. П. Котляревського»,
м. Полтава
Наукові керівники – Кріль Юлія Василівна,
Московченко Ніна Олександрівна

УЧИТЕЛЬ У СИСТЕМІ СУЧАСНОЇ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ: ФАСИЛІТАТОР, ТЬЮТОР, НАСТАВНИК

Сьогодні часто можна почути про відсутність мотивації учнів та учениць до навчання, про те, що педагоги повинні знаходити усе нові й нові прийоми та технології навчання, щоб успішно конкурувати із соцмережами та різноманітними додатками за увагу дітей. Водночас у парадигмі української освіти, відповідальність за рівень навченості чи то оволодіння компетентностями залишається на педагогові, у той же час значно применшується роль залученості учня чи учениці власне у процес набуття знань.

Водночас в умовах війни, що триває, з'являється інформація про амбітну програму великої трансформації «Освіта 4.0: український світанок», яка була підготовлена командою МОН на основних засадах та принципах Плану відновлення України та яка зазначає пріоритетом якісний стрибок до рівня освіти 4.0 [2].

Дана програма, зокрема, подає систему освіти 4.0 як індивідуальну полімодельну освіту впродовж життя на базі персоніфікованого контенту, де вчитель є наставником серед учнів [3]. Проте, чи готове освітнє середовище до таких значущих змін протягом короткого періоду часу та чи сформовані в сучасних підлітків навички до самостійного навчання, оскільки найбільше нарікань та непорозумінь із боку батьків та дітей під час дистанційного формату навчання викликала саме необхідність самостійно вибудовувати освітню траєкторії, спираючись на певні орієнтири, які надавав вчитель.

Задля якісного розуміння власної ролі учнівської молоді в процесі набуття освіти було проведене вибіркове опитування педагогічної та учнівської громадськості одного з навчальних закладів м. Полтава. Всього було опитано 208 старшокласників та старшокласниць (8-11 класи), 26 педагогів. Опитування було повністю анонімним.

Проаналізуємо відповіді на окремі запитання, значущі для нашого дослідження. На питання «Яка модель навчання вам більше до вподоби?» 62 (29,8 %) опитаних обрали традиційну, класно-урочну модель навчання, коли вчитель пояснює, опитує, діти вдома виконують домашні завдання. 66 (31,7 %) осіб відповіли, що їм

підходить змішане навчання, коли частина матеріалу опановується самостійно, а частина - в школі, разом з учителем. Ще 14 (6,7 %) осіб обрали попередній варіант, та додали, що мають сформований рівень навичок, щоб організувати процес набуття знань самостійно. 31 (14,9 %) особа зазначила, що здатні навчатися самостійно (переважно учні та учениці 10-11 класів). Інші опитані обрали відповіді, які виключають одна одну, що, на нашу думку, свідчить про нерозуміння дітьми відмінностей в класно-урочній та змішаній моделях навчання.

146 учнів і учениць відповіли, що їм регулярно буває нудно на уроках, та серед основних причин відсутності мотивації до навчання назвали такі (можна було обирати будь яку кількість варіантів відповідей): немає новизни інформації (7 осіб), незрозумілі пояснення (11 осіб), недостатньо часу, щоб опанувати почуте (16 осіб), нецікаво навчатися (14 осіб), інформація не практична, не знаю для чого вона мені знадобиться (74 особи). 37 опитаних відмовилися назвати причини, обравши варіант «інші причини». Ще 49 учнів та учениць обрали усі запропоновані варіанти відповідей.

Серед відповідей на питання, чи можете ви самостійно визначити, що саме заважає вам вчасно і якісно готуватися до уроків, виокремимо такі:

- виснажлива програма та уроки в школі, велика кількість домашнього завдання, яке не встигаєш вивчити навіть за 6-7 годин;

- причина в тому, що вчителі не мають підходу до нас, ми діти 21 століття і нам потрібен не такий підхід, як для дітей, яких навчали у минулому, надмірні обсяги домашніх робіт;

- відвідування спортивних, мистецьких та інших додаткових занять.

Дані відповіді, на думку авторів, яскраво свідчать про остаточну втрату ролі вчителя як абсолютного носія знань або нової інформації, неспроможність підтримувати високий рівень залученості до набуття знань учнів та учениць під час уроків, нерозуміння останніми їхньої ролі в освітньому процесі і, як наслідок, низьку мотивацію до навчання.

Водночас формат змішаного навчання залишається найбільш поширеним в умовах повномасштабного вторгнення, яке триває, а його впровадження може стати тим фактором, який підвищить мотивацію до здобування освіти кожного учня й учениці, адже саме формат змішаного навчання дозволяє кожній дитині самостійно обирати час, місце і засоби для навчання та водночас змінює роль педагога в освітньому процесі [4].

Проаналізуймо, якою бачать власну роль сучасні педагоги в освітній системі сьогодення, яка зазнає трансформацій, викликаних впровадженням і освітньої реформи НУШ, і зовнішніми глобальними

чинниками.

Результатами опитування педагогів стали такі основні тези щодо залученості педагогів у процес навчання:

-самостійне опрацювання частини матеріалу учнями та ученицями робить освітній процес більш гнучким, дозволяє дітям самостійно обирати темп навчання, дає можливість кожному та кожній долучитися до процесу навчання, самоствердитися, розвинути навички самоосвіти та вибудувати власну траєкторію навчання;

- можливість навчатися в критичних ситуаціях, розвиток у дітях проактивного підходу до навчання, де вчитель більше не є джерелом інформації, а більше фасилітатором, широкий спектр навчального інструментарію;

- гнучкість, варіативність, доступність та індивідуальність для усіх учасників та учасниць освітнього процесу.

Учителі розуміють, що підвищення мотивації до навчання може бути досягнуте через дієве запровадження особистісноорієнтованого навчання, про яке багато говорять, але поки що не зовсім зрозуміло, як власне його втілювати при надмірній наповненості класів в українських школах, низькій мотивації до навчання та ставленні частини батьків до освітнього процесу, як такого, де педагоги залишають виключно ретрансляторами інформації, такими собі «головами, що розмовляють». У той же час, необхідно зазначити, що і частина педагогів неправильно розуміє окремі аспекти змішаного навчання, «перекладаючи», так би мовити, на дітей та батьків необхідність самостійного опанування окремими темами або розділами навчальних програм, компенсують освітні втрати надмірним обсягом домашніх завдань.

Аналіз відповідей опитування свідчить, що учителі все ж таки певною мірою ототожнюють поняття педагогічної технології «змішане навчання» із дистанційною формою здобуття освіти, як це зазначено у Законі України «Про освіту», але не до кінця розуміють переорієнтацію ролі педагога з джерела знань на фасилітатора освітнього процесу, не завжди є достатньо гнучкими для швидких змін [1].

На всесвітньому економічному форумі було зазначено, що до 2025 року 50% усіх працівників потребуватимуть перекваліфікації через зростання впровадження новітніх технологій та вперше названо такі навички, як активне навчання (active learning), витривалість (resilience), стресостійкість (stress tolerance) та гнучкість (flexibility) [5].

Стає зрозумілим, що освіта повинна реагувати на виклики сучасного суспільства, адже саме вона є інструментом, здатним вирішувати важливі соціальні питання.

Список використаних джерел

1. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text> (дата звернення 28.10.2023)
2. Міністр освіти і науки України презентував програму великої трансформації «Освіта 4.0: український світанок». *МОН України*: офіц. сайт. Дата публікації: 10.12.2022. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/ministr-osviti-i-nauki-ukrayini-prezentuvav-programu-velikoyi-transformaciyi-osvita-40-ukrayinskij-svitanok> (дата звернення 28.10.2023)
3. Освіта: наслідки війни в Україні. *World Bank Dokument*: website. URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099631507072239980/pdf/IDU04805ab35047b2049990a0e101c605921c504.pdf> (дата звернення...)
4. Що таке змішане навчання? *Teach Hub*: website. URL: <https://teach-hub.com/shcho-take-zmishane-navchannia/> (дата звернення 28.10.2023)
5. Якими будуть основні 10 навичок у 2025 році: Всесвітній економічний форум опублікував список. *Нова Українська школа* : вебсайт. Дата публікації: 20.10.2020. URL: <https://nus.org.ua/news/yakymy-budut-osnovni-10-navychok-u-2025-rotsi-vsesvitnij-ekonomichnyj-forum-opublikuvav-spysok/> (дата звернення 28.10.2023)

Дар'я Нестеренко
Комунальний заклад «Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ
ступенів № 19
Полтавської міської ради Полтавської області»
м. Полтава
Науковий керівник – Чаловко Наталя Олегівна

ВПЛИВ МОВНИХ БАР'ЄРІВ НА СПРИЙНЯТТЯ ТА РОЗУМІННЯ ІНШИХ КУЛЬТУР

Мова має вирішальну роль міжкультурному спілкуванні. Це ключ до відкриття дверей розуміння та побудови стосунків з людьми різного культурного походження. Коли ми взаємодіємо з людьми різних культур, ми стикаємося з безліччю мовних нюансів, які можуть утруднити спілкування. Однак важливо пам'ятати, що мова – це не просто засіб спілкування, а й відображення культури, цінностей та переконань людини.

Тому важливо підходити до міжкультурного спілкування неупереджено і охоче вивчати і розуміти нюанси різних мов і культур. Здатність ефективно спілкуватися у міжкультурних ситуаціях може допомогти зруйнувати бар'єри, що зрештою призведе до міцніших відносин. У цих тезах досліджується сила мови у міжкультурному спілкуванні. Надаються поради та ідеї про те, як долати мовні бар'єри, щоб побудувати міцніші та значніші стосунки з людьми різних культур.

Мова – основний інструмент, який ми використовуємо для передачі наших думок, почуттів та ідей іншим. Без спільної мови може бути важко, якщо взагалі можливо, розуміти людей різних культур та спілкуватися з ними.

Вміння говорити іншою мовою може бути потужним способом виявити повагу та інтерес до іншої культури. Це також може допомогти зміцнити довіру та встановити міцніші стосунки з людьми різного мовного походження. Навіть якщо ви не говорите їх мовою вільно, спроба вивчити кілька ключових фраз і привітань може мати велике значення для створення позитивного враження.

Мова також можна використовувати для подолання культурних відмінностей та пошуку точок дотику. Дізнавшись про мовні нюанси іншої культури, ви зможете глибше зрозуміти її цінності, вірування та традиції. Це допоможе вам уникнути непорозумінь та неправильних тлумачень, які можуть виникнути через відмінності у мові чи культурних нормах.

У сучасному глобалізованому світі можливість ефективно

спілкуватися, долаючи мовні та культурні бар'єри, важлива як ніколи. Визнаючи силу мови, ви зможете стати більш ефективним комунікатором та зруйнувати бар'єри, щоб створити глибші зв'язки з людьми з усього світу.

Мова відіграє життєво важливу роль міжкультурному спілкуванні. Це середовище, за допомогою якого ми висловлюємо себе, ділимося своїми думками, ідеями та почуттями з іншими. Наша мова формує наше розуміння навколишнього світу та впливає на наше сприйняття інших культур.

Коли доходить до міжкультурного спілкування, мова може створювати як бар'єри, і можливості. Мовні бар'єри можуть викликати непорозуміння, неправильні тлумачення та непорозуміння, які можуть призвести до конфліктів чи навіть невдач у бізнесі. З іншого боку, мова може бути потужним інструментом для побудови відносин та подолання культурних відмінностей.

Вивчення мови іншої культури демонструє повагу до цієї культури та допомагає створити більш позитивну взаємодію. Це також дозволяє глибше зрозуміти культуру та її звичаї, що може призвести до кращого спілкування та більш успішних ділових відносин.

Важливо пам'ятати, що мова – це не тільки слова; вона також включає невербальні сигнали, такі як тон, мова тіла і вираз обличчя. Ці невербальні сигнали можуть різнитися в різних культурах, і їх важливо враховувати під час спілкування з людьми з різних культур.

Насамкінець зазначимо, що мова є життєво важливим аспектом міжкультурного спілкування. Вона може створювати бар'єри, або можливості, залежно від того, як нею користуватися. Вивчаючи та поважаючи інші мови та культури, ми можемо зруйнувати ці бар'єри та створити більш значущі та успішні взаємодії.

Мова є важливим інструментом для побудови відносин, особливо у міжкультурному спілкуванні. Коли ми говоримо однією мовою з кимось, це створює негайний зв'язок і допомагає зміцнити довіру. Йдеться не лише про виголошення одних і тих самих слів, а й про розуміння нюансів мови та того, як вона використовується в різних культурах.

Наприклад, у деяких культурах високо цінується пряме спілкування, тоді як інших нормою є непрямая мова. Розуміння цих відмінностей може допомогти побудувати міцніші стосунки та уникнути непорозумінь.

Розмова мовою вашого співбесідника також показує, що ви цінуєте його культуру і готові докласти зусиль, щоб спілкуватися з ним на його умовах. Це може мати велике значення для зміцнення довіри та поваги.

Отже, міжкультурна комунікація сприяє розумінню та толерантності та допомагає людям з різних культур краще розуміти один одного, сприяючи тим самим збільшенню толерантності та зниженню конфліктів.

У світі глобалізації міжкультурна комунікація є ключовою для успішного ведення бізнесу. Розуміння культурних особливостей допомагає підприємствам ефективно спілкуватися з міжнародними партнерами, клієнтами та співробітниками. Міжкультурна комунікація є ключовим елементом в управлінні міжнародними відносинами, політичними та дипломатичними взаємодіями. Взаємодія з представниками різних культур допомагає збагатити власний культурний досвід, відкриваючи нові погляди та ідеї. Міжкультурна комунікація важлива для успішної освіти, особливо в багатокультурних середовищах, де студенти та викладачі можуть мати різні культурні фони. Загалом, міжкультурна комунікація є основною складовою сучасного світу, де взаєморозуміння та ефективне спілкування мають важливе значення для досягнення успіху у різних сферах життя офіційних мов Європейського Союзу.

Список використаних джерел

1. Власенко В. М., Литвин М. В. Основи міжкультурної комунікації. Київ, 2008. 153 с.
2. Зінченко М. К., Мосієць Ю. Г. Мапа культурних відмінностей. Київ, 2011. 167 с.
3. Чернієвська Н.Г. Професійна міжкультурна комунікація. Львів, 2008. 123 с.

Андрій Олімпіюк
 Комунальний заклад «Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ
 ступенів № 38
 Полтавської міської ради Полтавської області»,
 м. Полтава,
 Науковий керівник – Щербань Лариса В'ячеславівна

ОСОБЛИВОСТІ ШОТЛАНДСЬКОЇ МОВИ

Шотландія – країна, що вражає своєю багатшаровістю та культурною спадщиною. В цьому унікальному краєвиді культурних перлин одним із найяскравіших індикаторів національної ідентичності є мова. Шотландська мова, зі своїм багатим спадком, цікавим акцентом і відмінними особливостями, вражає і захоплює кожного, хто має щастя почути її звуки. Шотландія славиться своєю мовною різноманітністю, яка вражає навіть досвідчених лінгвістів.

Два головні мовні групи в Шотландії - германська мовна група, що включає шотландську англійську, та кельтська мовна група, що включає шотландську гельську та ірландську. Шотландська гельська – одна з найстаріших мов в Шотландії, з корінням, що сягає давніх кельтських племен. Хоча сьогодні вона вже не так широко вживається, як раніше, зусиллям громадських організацій та урядових ініціатив відбувається певний відновний процес. Шотландська англійська має свої власні особливості, що включають унікальні лексичні варіанти, акцент та фонетику, що відрізняють її від стандартного британського англійського. Вона також має величезний культурний вплив, що відображається в літературі, театрі та кіно. Шотландська мовна спадщина багата на величезний обсяг літературних творів, які прославляють мову та культуру країни. Від творів Роберта Бернса до сучасних письменників, таких як Ірвін Уельш, шотландська література завжди вражала своєю оригінальністю та глибиною. Мова відіграє ключову роль у формуванні та збереженні культурної ідентичності Шотландії. Через неї протікають унікальні традиції, звичаї та історія народу. Звук шотландської мови є мелодійним відображенням душі країни, що захоплює та надихає. Шотландська мова - це скарбниця культурних та лінгвістичних скарбів, що зберігаються протягом століть. Її особливості та чарівність не мають аналогів, а зусилля народу Шотландії спрямовані на те, щоб зберегти та прославити цей неперевершений культурний надбання. Відчуйте красу шотландської мови, і ви відкриєте для себе світ багатий на спадщину та відчуття історії.

Шотландський акцент – це одна з найбільш впізнаваних та

чарівних мовних особливостей у світі. Він має свої унікальні риси, які роблять його відмінним від інших англійських акцентів. Ось деякі основні особливості шотландського акценту: Шотландський акцент часто відрізняється розтягнутими, роликковими звуками, особливо в голосних. Наприклад, слово "night" може вимовлятися як "naeet", де голосний звук "i" витягається. Деякі приголосні звуки у шотландському акценті можуть бути відрізняються від стандартного англійського. Наприклад, звук "r" може бути дуже м'яким або навіть опущеним у кінці слова або перед голосним, що дає акценту його характерну м'якість. Шотландський акцент часто має свою власну унікальну інтонацію, яка може відрізнятися від інших діалектів англійської мови. Це може включати підняття або спадання висоти голосу на кінці фраз або речень. Шотландська мовна традиція має свої власні варіанти слів та фраз, а також відмінну вимову. Наприклад, слово "wee" в шотландському акценті може означати "малий" або "невеликий", а слово "bairn" використовується для позначення "дитини". Шотландський акцент може варіюватися в залежності від регіону країни. Наприклад, акцент в Глазго може відрізнятися від акценту в Единбурзі або на острові Шетландія. Шотландський акцент - це не лише спосіб говорити, а й частина культурної та історичної спадщини країни. Він додає кольору та характеру мові Шотландії та робить її особливою та неповторною.

Шотландська граматики відображає багатство та різноманітність культурних впливів, що характеризують цю унікальну мову. Вона має свої власні особливості порівняно з іншими діалектами англійської мови. Ось кілька основних рис шотландської граматики: Шотландська мова має різні діалекти в різних регіонах країни, кожен з яких може мати свої відмінності в граматиці. Наприклад, діалект в Глазго може відрізнятися від діалекту на острові Шетландія. У шотландській граматиці іменники можуть мати власні відмінності, такі як утворення форми множини. Наприклад, слово "child" (дитина) може мати форму множини "bairns", що є специфічною рисою для шотландської мови. Дієслова в шотландській граматиці можуть мати відмінності у вживанні часових форм та конструкцій. Наприклад, використання "will" у майбутньому може відрізнятися від стандартного англійського. Шотландська граматики може включати вживання специфічних слів чи фраз, які характерні для діалектів шотландської мови, наприклад, вживання "aye" замість "yes" (так). Шотландська граматики може впливати на вимову та фонетику слів у шотландському акценті. Наприклад, деякі звуки можуть бути вимовлені з більшим або меншим наголосом, що дає мові особливий звучання. Шотландська граматики також може включати унікальну лексику, яка відрізняється від

стандартного англійського. Це можуть бути слова, які втратили своє вживання у сучасному англійському мовленні або мають інші значення. Шотландська граматики є частиною багатозарової культурної спадщини країни, яка робить її мову особливою та цікавою для вивчення. Ці особливості додають мові шарму та виразності, що вражає та привертає увагу шанувальників мовної мандрівки.

Необхідно зберігти шотландську мову, адже вона відображає багатогранну культурну спадщину країни. Вона є ключовою частиною історії, традицій та цінностей народу Шотландії. Збереження мови допомагає зберегти цю унікальну культурну ідентичність для майбутніх поколінь. Збереження шотландської мови є актом соціальної справедливості, оскільки вона дає можливість всім громадянам вільно виражати свою ідентичність та спілкуватися на своїй рідній мові. Це особливо важливо для забезпечення прав мовних меншин та збереження культурного різноманіття. Збереження шотландської мови сприяє розвитку мовознавства та мовної різноманітності в цілому. Вивчення та підтримка мови стимулює інтерес до лінгвістичних досліджень і сприяє розумінню мовних процесів у широкому контексті. Шотландська мова може мати економічне значення через свій потенціал для розвитку туризму, культурних індустрій та мовних сервісів. Збереження мови може сприяти створенню нових робочих місць та підтримці місцевої економіки. Збереження шотландської мови сприяє зміцненню мовної спільноти та взаєморозумінню серед її членів. Мова є ключем до спілкування, розуміння та спільної ідентичності, що сприяє соціальній єдності та підтримці взаємоповаги.

Список використаних джерел

1. Левченко М. Г. Шотландська мова: специфіка та особливості. Київ, 2019. 172 с.
2. Лемещенко-Лагода В. В., Рябуха Т. В. Лексикографічна фіксація шотландської мови Скотс: від теорії до практики: монографія. Мелітополь, 2019. 106 с.
3. Рябуха Т. В. Шотландська мова: динаміка використання та статус. Київ: Наук. думка, 2016. 153 с.

Анастасія Онищенко
Комунальний заклад
«Полтавський міський багатoproфільний
ліцей №1 ім. І. П. Котляревського»,
м. Полтава

Науковий керівник – Агейчева Анна Олександрівна
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

TRANSLATION IN THE CONTEXT OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

Communication theory is a branch that studies verbal and nonverbal methods of communication and information transfer. The study of communication features is often associated with intercultural communication - the transmission of oral messages from one language (culture) to another. Interlingual communication and, accordingly, translation is usually carried out by one of two methods - transformation or component analysis.

Communication is a developed system based on the exchange of messages between several entities. This could be the transfer of information, an emotional assessment of any events, etc. The act of communication is impossible without a sender, who gives the message, and a recipient, whom the oral or written message is intended. The communication process makes sense in the transfer of information - a set of facts, information, judgments that encourage people to enter into communicative relationships. The classification of communication includes three types of information transfer: verbal (dialogue), non-verbal and visual

The use of communication as a method of interaction is possible between subjects of the same culture or different ones. Communication between representatives of two cultures is not possible without translation of oral or written speech, as well as correct interpretation of non-verbal signals that interlocutors exchange during direct dialogue. Given the existing differences in language knowledge and differences in national mentality, there is a high probability of misunderstanding and unproductive communication. A message passed from one person to another may be interpreted in a non-standard way, misinterpreted, resulting in further inability to communicate and exchange information. A separate branch of science deals with the problems of intercultural communication and overcoming linguistic and sociocultural differences.

Culture is the spiritual and social heritage of a certain segment of society (ethnic group, country). Culture can include moral ideas in society regarding the rules of behavior - traditions, beliefs, ways of life, national folklore and other areas of art, the specifics of establishing personal connections between people, characteristics of behavior in the process of fulfilling social roles, manners of dressing and behaving in

society. All people who grew up and live in the same country are characterized by typical behavior, way of life, and judgment.

But even under living conditions in a single environment, some differences can be observed, primarily caused by belonging to social strata, social class - depending on financial well-being, upbringing, education, and type of activity. In addition, in each country, changes occur in the socio-cultural sphere - economic growth, change of government regime, migration processes, influence of other countries - factors that have a significant impact on the consciousness of society and the cultural dogmas of people.

When a group of individuals from two very different cultures interacts, misunderstandings are inevitable if their verbal and nonverbal communication is not conducted in the correct manner. Therefore, in many cases, intercultural communication requires the intervention of professionals.

A translator who helps establish communication between people from different countries must pay close attention not only to linguistic differences in the presentation of information, but also to the nuances of the perception of cultural values.

Translation is the literal transmission of information into a foreign language and the cultural rethinking of all the facts that come from two participants in communication when interacting with a translation specialist. A translator should not ignore the semantic differences between languages when working on a translation - this applies to both live dialogue in an informal setting and professional collaboration on a project.

Transformation is a change in the source text (speech) by transferring words in a single order from the original source into a second language. In this case, the word is transliterated - written in letters of a foreign language in order to become understandable to a native speaker.

Component analysis is aimed at a deep understanding of the meaning of the content of a text or oral message and its competent interpretation, understandable in the target language. At the same time, the cultural features of the language are erased, and only the informative content of the original message comes to the fore.

It is best if the customer decides this issue - by prioritizing what particular meaning of the text will play a primary role in its presentation. It is worth considering the direction of the content, the purpose - for whom the material is translated and on whose behalf the information in the original source is presented. A specialist who manages to maintain a balance between the semantic and cultural components of translation will be able to successfully neutralize any problems inherent in communication within the framework of intercultural communication.

Translation is a complete replacement of the source material with a text in a foreign language that is similar in content and semantic meaning. In translation activities, it is important to take into account the correct interpretation of not only specific words and phrases, but also the entire content of each sentence in the context

of the general meaning of the material. A linguist must study the cultural nuances of the target language, be aware of the specifics of working with a specific audience, and clearly define the purpose of the information presented in written or oral form. It is important to take into account that there is necessarily a difference in the semantic meaning of various cultural terms, and a competent translator in most cases can only approximately interpret what is said in another language, avoiding gross errors, inaccuracies and interpretation of concepts in the opposite meaning.

Софія Онищенко
 Комунальний заклад
 «Полтавський міський багатoproфільний
 ліцей №1 ім. І. П. Котляревського»,
 м. Полтава
 Науковий керівник – Ніколаєнко Юлія Олександрівна,
 Національний університет
 «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

BRITISH COMMUNICATION STYLE

Communication styles refer to the methods and ways individuals use to interact with one another. It encapsulates the patterns and structures of both [verbal](#) and [non-verbal communication](#), including the type of language used, the tone of voice, and even body language [4].

According to R. Lewis [3], British people belong to linear-active cultural type. Linear-active people tend to be task-oriented, organized and rational. They prefer acting logically rather than emotionally, planning ahead step by step as well as doing one thing at a time. They are truthful rather than diplomatic and speak politely but directly. They partly conceal feelings and value a certain amount of privacy.

As for verbal communication, the British tend to use coded speech. They try to go smoothly in terms of language, without creating a stir or getting on the wrong side of someone. This is why inconveniences are wrapped up in friendly words [1].

A good example of the coded speech is saying ‘*sorry*’ all the time, not only when they have done something wrong. If you drop something, a British person can say ‘*Sorry, I think you’ve dropped something!*’. And ‘*Sorry*’ is a typical way to start a conversation with a stranger, which is similar to ‘*Excuse me!*’.

The coded speech can also be observed in situations when the British say ‘*Thank you*’ in reply to other people saying ‘*Thank you*’. Politeness is considered to be a sign of good character. When you give money to the cashier at a supermarket and you say, ‘*Thank you*’, the cashier gives you your change and replies with a very friendly, ‘*Thank you!*’. A popular informal way of saying ‘*Thank you*’ is ‘*Cheers!*’, ‘*Ta!*’ and ‘*Nice one!*’.

The British politeness is also characterized by the use of ‘*a bit*’ to criticize. For instance, if someone says ‘*You are a bit loud*’, it probable means it is too loud and you should be quieter.

The British are not very fond of saying ‘*no*’ or saying that ‘*something is bad*’. They try to use diplomatic language as they do not want to upset other people. So, if the British say that your work is ‘*quite good*’ or ‘*very*

interesting', they are probably telling you that they do not really like it.

The use of the positive language is also typical for the British coded speech. No matter how bad it is; there is something positive to be found in every negative aspect. That is the preferred attitude towards life in Great Britain. And indeed, it is almost always possible to phrase negative wording positively [1].

Negative statement	Positive statement
<i>Don't be late!</i>	<i>Please be on time!</i>
<i>I don't think so</i>	<i>My thinking may change but now I believe</i>
<i>I don't know what to say</i>	<i>I'll have to think about that</i>
<i>Your ideas were good, but your plan is badly worked out</i>	<i>Your ideas were good. I think they could be put into practice once you have rethought some of them</i>

It is also a very typical British communication style, when someone offers you some help or a favour, you do not accept it immediately but initially reject it several times. This relates to their extreme discomfort with putting people out of their way. The British hate to bother and to be bothered. They like their distance and not to feel obliged to do anything they do not want to. So, when you offer to give somebody a lift, the common British response can be, '*No, thank you anyway*', or '*I wouldn't want to bother you*'.

The British are polite listeners who rarely interrupt others unless they need clarification about something. It should be also mentioned that British people are not likely to complain, and will tolerate bad service or food in order to avoid making a scene. Therefore, they might become very nervous if you voice your dissatisfaction in public.

The main features of non-verbal British communication are the following [2]:

- Expressions. The British do not always give away their emotions via facial expressions. For example, they may not show it if they have been offended. On the other hand, keeping a straight, serious face can be the punch line to many sarcastic jokes

- Personal Space. The British like to be given a fair amount of personal space, and may feel uncomfortable if someone sits or stands too close when other space is available. It is polite to maintain an arm's length distance between yourself and the person speaking.

- Physical Contact. British culture is generally quite reserved. People are generally comfortable touching those they know well (e.g. backslapping

is common among close friends). However, women tend to be more physically affectionate with one another than men.

- Eye Contact. It is best to make direct eye contact that breaks away now and again. Prolonged eye contact can make people feel uncomfortable, and staring is impolite. If talking to a group, be sure to make equal eye contact with all who are present.

References

1. Engler I. Business Culture Great Britain. Meerbusch, 2016. 75 p.
2. Evatson N. British Culture. Communication : Cultural Atlas. *Mosaica*: website. URL : <https://culturalatlas.sbs.com.au/british-culture/british-culture-communication> (дата звернення 28.02.2024).
3. Lewis R. D. When Culture Collide: Leading Across Cultures. London, 2018. 576 p.
4. Watson J., Hill A. Dictionary of Media and Communication Studies. London, 2015. 448 p.

Єлизавета Полтава
Науковий ліцей №3 Полтавської міської ради
м. Полтава
Науковий керівник – Мошенець Оксана Григорівна

ВИКОРИСТАННЯ СКОРОЧЕНЬ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ ПІД ЧАС ОНЛАЙН СПІЛКУВАННЯ

Мова як особливе суспільне явище розвивається за певними, властивими їй, законами. Мова - це система, яка безперервно змінюється. Будь-яка мова знаходиться в постійній зміні і динаміці, причому найбільш рухомим її компонентом є словниковий склад. Лексика найбільш чутливо реагує на всі зміни в соціальній, культурній та інших сферах життя мовця колективу, адже саме слово є «дзеркалом життя». З розвитком суспільства в сучасній англійській мові продовжується процес утворення нових слів, який часто відбувається шляхом скорочення існуючих лексем, тому потреба тлумачення формування, функціонування та перекладу новоутворень, отриманих таким способом, залишається серед актуальних проблем лексикології та мовознавства. Скорочення в теоретичному плані були об'єктом уваги вітчизняних і зарубіжних науковців, таких як О.Гармаш, С. Єнікєєва, О.Есперсен, І.Берман.

Широке розповсюдження засобів електронної комунікації (мобільних телефонів, Інтернету) у 1990-х роках слугувало поштовхом для значного зростання кількості розмовних скорочень, особливо завдяки популярності служби коротких повідомлень SMS, яка обмежує в більшості випадків текстові повідомлення до 160 знаків. Ця лаконічність сприяла неформальній абрєвіаційній схемі, яку називають «текстезою». Пізніше, в 2000-х роках, з'явився «Twitter», що надав послугу соціальної мережі, в якій текстові повідомлення обмежені 140 знаками. В наші дні люди все частіше пишуть один одному текстові повідомлення, смс чи як ще їх називають Instant messages (IM). Саме тому не зайвим буде засвоєння деяких прийомів, які дозволяють урізноманітнити смс спілкування, а головне – зекономити час та гроші.

В текстових повідомленнях, так само як і в чатах чи на форумах, допустимо все, що хоча б приблизно зрозуміло співрозмовнику. Тому не обов'язково використовувати в таких повідомленнях Present Perfect Continuous, навіть якщо ви знаєте таку конструкцію дуже добре.

Багато скорочень так часто використовуються в повідомленнях, що вже стали нормою віртуального спілкування. Наприклад, "I don't know" («Я не знаю») – "idk"; "oh, my gosh (or God)" («о,боже») – "omg" "thankyou" («дякую») – "ty"; "you're welcome" («будь ласка») – "yw"

Такі сполучення «полегшують» повідомлення, не змінюючи їх змісту. Мова електронного листування також є системою. Ось деякі її прийоми: Одна літера замість двох:

- be стає b; are – r; you – u; oh –o; okay –k чи kk; why –y

Цифри замість слів:

- won та one перетворюється на 1; to та too – на 2; for– на 4; ate – на

8

Цифри + букви (символи) замість сполучення літер:

- to та too трансформується в 2, через це: tomorrow – це 2mro, 2moro чи 2mrw.

До найбільш поширених аббревіатур, що виникли під час онлайн листування можна віднести:

- BTW – By The Way – до речі
- BOT – Back On Topic – повертаючись до теми спілкування
- FWIW – For What It’s Worth – справжня ціна
- FYI – For Your Information – до вашого відома
- HTH – Hope This Help – сподіваюся, це допоможе
- IWM – If It Were Me – що до мене
- IOW – In My Humble Opinion – на мою скромну думку
- PLS – Please – будь ласка
- TAFL – TakeAFlyingLeap – відсилаю повітряний поцілунок
- TIA – ThanksInAdvance – заздалегідь спасибі
- TKVM– Thank You Very Much – дуже дякую
- YGBK – YouGottaBeKidding – ти розігруєш мене та ін.

Сприйняття скорочень є одним із важливих показників рецепції сучасного англійського словотвору. Щоб з’ясувати специфіку розуміння сучасною молоддю скорочень в онлайн листуванні, ми розробили анкету для трьох вікових категорій: 12-14,15-17,18-20 років. Запропонували учасникам опитування деякі види скорочень та варіанти їх значень. Було опитано по 15 респондентів з кожної вікової категорії (всього-45)

Сприйняття скорочень було різним у різних вікових категоріях, що відображено в таблиці.

Таблиця 1

Сприйняття скорочень сучасною молоддю

Вікова категорія	Do you use acronyms in texting ?	The most frequently used acronyms:	Are shortenings popular these days?	Do you want to learn to text with acronyms ?	Do you have any objections to the usage of shortenings in the

					Internet ?
12-14	yes - 9 no - 3 say nothing - 3	LOL - 12 OMG - 2 IMHO - 1	yes - 13 no - 2 say nothing - 0	yes - 13 no - 2 say nothing - 0	yes - 3 no - 12 say nothing - 0
15-17	yes - 13 no - 2 say nothing - 0	LOL - 11 OMG - 4 IMHO - 0	yes - 10 no - 5 say nothing - 0	yes - 14 no - 1 say nothing - 0	yes - 0 no - 15 say nothing - 0
18-20	yes - 15 no - 0 say nothing - 0	LOL - 11 OMG - 4 IMHO - 0	yes - 15 no - 0 say nothing - 0	yes - 15 no - 0 say nothing - 0	yes - 1 no - 14 say nothing - 0

Як виявило опитування, сучасна молодь загалом широко використовує різні типи скорочень в усному та писемному мовленні. Найбільш чисельну групу скорочень становлять акроніми, які необхідні для онлайн листування. При цьому слід зазначити, що найактивнішими користувачами скорочень виявились представники найстаршої категорії 18-20 років. Вони краще знають англійську мову, краще орієнтуються в значенні та вживанні скорочень. Таким чином, вважаємо, що при онлайн листуванні потрібно більше використовувати акронімічні скорочення. Це не тільки збереже час, а й сприятиме удосконаленню вашої сучасної англійської.

Отже, в сучасній англійській мові спостерігається розвиток ролі скорочень. Механізми скорочення слова відіграють провідну роль у процесах формотворення та словотворення. Заміна лексичної одиниці "більш економним кодом" сприяє оптимізації словотворчих процесів.

Список використаних джерел

1. Гармаш О. Л. Збалансованість процесу поповнення словникового складу сучасної англійської мови. *Вісник Мелітопольського держ. пед. ун-ту ім. Б. Хмельницького*. 2008. № 1. С. 183-191.
2. Головка О. М. Неологізми і процеси розвитку мови. *Нова Філологія*. 2009. № 33. С. 203-207.
3. Єнікеева С. М. Синергетика як методологія дослідження мови. *Нова Філологія*. 2009. № 33. С. 96-112.

Тетяна Приходько
 Науковий ліцей №3 Полтавської міської ради
 Науковий керівник – Вовченко Олеся Миколаївна,
 учитель німецької мови вищої категорії,
 учитель-методист

EINFLUSS DES ENGLISCHEN AUF DIE DEUTSCHE SPRACHE

Der Einfluss anderer Sprachen auf Deutsch war immer erheblich. Schon in voralthochdeutscher Zeit waren neue Wörter aus der lateinischen Sprache und aus dem Französischen eingedrungen. Heute überwiegt der englische Einfluss.

Jeder Kontakt mit einer anderen Kultur hat die Sprache bereichert und hat erkennbare Spuren hinterlassen. Diese Entlehnungen spiegeln Kriege und historisches Geschehen, Ideologien, Moderichtungen, Kulturwandel, wissenschaftliche und technische Entwicklung wider.

Die englische Sprache hat sich aufgrund der Globalisierung immer mehr in unseren alltäglichen Sprachgebrauch integriert. Oftmals fällt uns gar nicht mehr auf, dass wir in der Arbeit völlig selbstverständlich sagen, dass wir noch *ein Meeting* und nicht *einen Termin* haben, oder dass die neueste Version eines Programmes *geupdatet* werden muss, anstatt es zu *aktualisieren*. Besonders in der Jugendsprache gibt es immer wieder neue Begriffe, die im Deutschen verwendet werden und sich schnell verbreiten, wie z. B. *chillen, Hashtag, Shitstorm, etc.*

Was ist Anglizismus?

Unter Anglizismus versteht man die Übertragung von aus dem Englischen stammenden Fremdwörtern in eine andere Sprache. Anglizismen finden Sie z. B. häufig in Stellenausschreibungen, wie z. B. *Know-How, Key Account Manager, Engineer, Facility Manager und CEO (Chief Executive Officer)*. Einige sind der Meinung, dass eventuell weniger attraktive Berufe durch die englische Bezeichnung aufgewertet werden. Und auch im Fernsehen oder im Internet stoßen wir auf solche Anglizismen: *Make-up, Shopping, Beauty, Gaming, Hobby, Online-Banking, Workout, usw.*

Englisch und Deutsch unterscheiden sich in ihrer Grammatik und Morphologie. Deshalb behält das Wort, das vom Englischen in den deutschen Wortschatz übernommen wird, nicht immer seine ursprüngliche Form. Anglizismen werden häufig an die deutsche Sprache angepasst. Nomen werden meist komplett übernommen und nur in der Groß- und Kleinschreibung angepasst, z. B. *Marketing oder Management (engl.: marketing, management)*. Bei Verben wird meist die Endung *-en* angehängt, z.B. *shoppen oder chillen (engl.: shopping / to shop, to chill)*.

Was ist der Unterschied zwischen Anglizismus und „Denglisch“?

Und dann gibt es noch „Denglisch“. Darunter verstehen wir die Zusammensetzung von deutschen und englischen Wörtern. Anders als beim Anglizismus werden hier nämlich Begriffe verwendet, die zwar englisch klingen, allerdings im Englischen eine völlig andere Bedeutung haben oder zum Teil gar nicht existieren. Das beste Beispiel dafür ist die Verwendung des Substantivs *Handy*, welches wir im deutschen Sprachgebrauch ständig benutzen. Wir meinen damit das Mobiltelefon, was auf Englisch allerdings *cell phone* oder *mobile phone* heißt. Das Wort *handy* existiert lediglich als Adjektiv im Englischen und bedeutet so viel wie handlich.

Weitere Beispiele:

Mailbox: „Ich habe Ihnen eine Nachricht auf Ihrer Mailbox hinterlassen.“ Damit meinen wir natürlich den guten alten Anrufbeantworter. Im US-Englischen bedeutet *mailbox* allerdings *Briefkasten*. Der richtige englische Begriff dazu ist *voicemail*.

Beamer: „Für die folgende Präsentation benötigen wir einen Beamer.“ Natürlich wollen wir das mit einem Tageslichtprojektor vorstellen, was der richtigen englischen Bedeutung schon nahekommt: *projector*. Ein Beamer ist in der englischen Umgangssprache nämlich ein BMW.

Vor- und Nachteile des englischen Einflusses auf die deutsche Sprache

Wir haben bereits einige Anglizismen, die kaum mehr aus unserem Sprachgebrauch wegzudenken sind. Was sagen Sie anstelle von *T-Shirt* oder *Pullover*? Es gibt Befürworter, die genau mit diesen Beispielen argumentieren.

Der Einfluss der englischen Sprache sei eine Bereicherung für den deutschen Wortschatz, man brauche keine umständlichen Übersetzungen. Der Gebrauch von Anglizismen wird besonders in den Branchen Wirtschaft und Technik als positiv empfunden. Viele technische Begriffe werden so wie sie sind aus dem Englischen übernommen. Die frühe Einführung solcher Wörter helfe beim Erlernen der Sprache.

Viele Menschen sehen diese Entwicklung aber als Gefahr für das Überleben der deutschen Sprache. Sie befürchten, dass deutsche Ausdrücke vergessen werden könnten und die deutsche Sprache somit Schritt für Schritt ausstirbt. Manche empfinden, dass die häufige Verwendung von Anglizismen die Verständigung erschwert. Vor allem ältere Menschen, die die englische Sprache nicht gut beherrschen, sind von diesem Mischmasch verwirrt.

Es wird außerdem kritisiert, dass es keinen Grund gäbe, eine Vielzahl dieser „denglischen“ Wörter zu verwenden, da man sie leicht durch deutsche ersetzen können.

Beispiel.

Der Flug wurde gecancelt. > Der Flug wurde abgesagt.

Das Programm muss gedownloadet oder downgeloadet werden. > Das

Programm muss heruntergeladen werden.

Ich kaufe mir etwas im Backshop. > Ich kaufe mir etwas in der Bäckerei.

Die Meinungen zu diesem Thema gehen also auseinander. Die einen halten diese Entwicklung für eine Bereicherung des deutschen Wortschatzes, die anderen halten es für eine unnötige Verschandelung der deutschen Sprache. Doch wie jede Sprache wird sich auch unsere immer weiter verändern.

Literaturverzeichnis

1. Masafik Z., Kratochvilova I. Die Entwicklungstendenzen in der deutschen Sprache des 20. Jhs. Opava, 1998. 142 S.

2. Sick B. Der Dativ ist dem Genitiv sein Tod: Ein Wegweiser durch den Irrgarten der deutschen Sprache. Köln, 2005. 230 S.

3. Stedje A. Deutsche Sprache gestern und heute: Einführung in Sprachgeschichte und Sprachkunde. München, 1999. 223 S.

4. Wahrig-Burfeind R. Wahrig Fremdwörterlexikon. Gutersloh, 2001. 455 S.

5. Gesellschaft für deutsche Sprache. Wörter, die Geschichte machten: Schlüsselbegriffe des 20. Jahrhunderts. München, 2001. 224 S.

Ніка Рябенко
Комунальний заклад «Полтавський міський багатoproфільний
ліцей № 1 ім. І. П. Котляревського Полтавської міської ради
Полтавської області»,
м. Полтава,
Науковий керівник – Чорна Олександра Юріївна

ВІДОБРАЖЕННЯ МЕНТАЛЬНИХ РИС ІНШИХ НАРОДІВ В УКРАЇНСЬКИХ ПАРЕМІЯХ (НА МАТЕРІАЛІ ЗБІРКИ М. НОМИСА)

Становлення та розвиток будь-якої нації неможливі без самоусвідомлення, що великою мірою залежить від збережених культурних і духовних традицій. Ментальність українського народу на різних етапах його існування відбивалася у народних фольклорних творах, зокрема в прислів'ях та приказках. Ці словесні конструкції формувалися впродовж століть, убираючи в себе інформацію про досвід, поведінку наших предків, їхні суспільні настрої, стосунки з іншими народами [1; 3].

Актуальність дослідження українських паремій зумовлена злободенністю проблеми самопізнання та самоусвідомлення українців, розуміння засадничих споконвічних цінностей, на ґрунті яких надалі вибудовується національний світогляд. Наукова новизна нашої роботи полягає в тому, що ми вперше здійснили спробу комплексного аналізу прислів'їв і приказок, уміщених у збірці М. Номиса «Українські приказки, прислів'я і таке інше», з погляду відображення питомих рис інших народів крізь призму сприйняття українцями.

Збірка М. Номиса «Українські приказки, прислів'я и таке инше» [4] – епохальна фольклористична, пареміологічна праця ХІХ століття, що стала важливим джерелом вивчення родинно-виховного досвіду, культури, світоглядних переконань та навіть етико-правових звичаїв і уявлень українського народу. У досліджуваних текстах найчастотнішими є образи москалів, євреїв, ромів, менше репрезентовано образи ляхів, татар, німців, греків, шведів. Це народи, що тісно контактували з українцями через історичні обставини чи територіальну близькість.

Як показало наше дослідження, москалі в українських прислів'ях та приказках наділені стійкими негативними рисами («*Хоч добрий чоловік, та москаль*»), зокрема, вони ворожі до українців, постають як загарбники, небезпечні люди для нашого народу: «*Від москаля поли вріж та тікай*». Попри поширену раніше тезу про «братні народи», москаль постає саме як «*не свій брат*». Москалі постають як люди, з

якими не можна й не варто спільно робити справ, адже вони не надійні: *«Барив чорт з москалем пиво, та й солоду відрікся»*. Москаль, з одного боку, постає брехливим, нечесним, лукавим (*«Москаль тоді правду скаже, як чорт молицьця стане»*), а з іншого, – сам є довірливим до неправди, бо не дуже розумний: *«Собака брехне – москаль віри поймає»*.

Другою за чисельністю групою прислів'їв та приказок, у яких згадано інші народи, є євреї. У досліджених текстах фігурує назва *жиди*, яка в час М. Номиса не мала негативного забарвлення, як нині (у сучасному «Словнику української мови» у 20 т. читаємо: *«Жид – 1. заст. Те саме, що євреї. 2. зневажл., ірон. Образлива назва євреїв»* [2]).

Євреї, як і москалі, постають брехливими людьми і такими, що прагнуть до наживи за рахунок іншого, обманюють: *«Жид брехнею живе, все з нас тягне»*. Одним з основних занять євреїв традиційно була торгівля, тому в пареміях вони часто постають як підприємливі люди, охочі до грошей: *«Без єдного ж Жида ярмарка буває?»*. Також євреї постають обережними й навіть украй боязкими людьми: *«Сміливий, як Жид»* (іронія). Відголоски антисемітизму, ворожості з боку українців спостерігаємо й у таких прикладах: *«Кукіль з пшениці вибрати, жидів і ляхів різати»*, *«Жида вбий – сорок гріхів з душі»*.

Третьою за чисельністю національністю, згаданою в аналізованих текстах, є роми, або ж цигани (цю назву вживаємо без негативної конотації).

Роми постають як люди, схильні до брехні, обману, хитрощів, неприципові, дуже гнучкі, коли йдеться про власну вигоду, без сорому: *«Бреше, як циганський цип»*; *«Мінджує, як Циган кіньми»*; *«Як Циган – міняецця»*. Також роми ласі до матеріальної наживи: *«Ласий, як Циган на сало»*. Цигани, як і жиди, не схильні до важкої праці: *«Як циганська кобила: день біжить, а три дні лежить»*.

З-поміж інших народів, згаданих у текстах українських прислів'їв та приказок, – татари, ляхи, німці, греки тощо. Поляки (ляхи) постають як ворожий народ, який може чинити біду, що пов'язано, вочевидь, із реальними історичними обставинами: *«Лях тоді добрий, як спить; а пробудиця, то біда»*. Ще один народ, з яким історично сусідять українці, – татари. У прислів'ях знаходить відгук споконвічна боротьба, цю націю в прислів'ях зображено негативно, зокрема актуалізовано такі риси, як: причепливість, настирливість (*«Непроханий гість гірше Татарина»*); жадібність (*«Люде не Татаре, дадуть кусок хліба»*), нерозумність (*«Великий татарський кінь, а дурний»*). Натомість німці в українських пареміях постають як розумні підприємливі люди: *«И на Січі мудрий Німець картопельку садить»*.

Отже, характерні риси інших народів в українських прислів'ях і

приказках здебільшого негативні, що, на наш погляд, тісно пов'язане не лише з історичними подіями чи національною культурою, але й із традиційною картиною світу, зокрема із ключовою опозицією «свій – чужий», де «чужий» – негативний полюс. Саме чітке розмежування свого й чужого, відкидання чужого, розуміння його як негативного, небажаного, неприйняттого допомагало українцям зберігати свою окремішність, традиційні моральні орієнтири.

Список використаних джерел

1. Пазяк М. М. Українські прислів'я та приказки: проблеми пареміології та пареміографії. Київ, 1984. 203 с.
2. Словник української мови online : у 20 т. Т. 1-14 (А – Преференція). URL: <https://sum20ua.com/?wordid=0&page=0> (дата звернення 28.10.2023).
3. Сумцов М. Опыт исторического изучения малорусских пословиц. Харків, 1896. 11 с.
4. Українські приказки, прислів'я і таке інше : зб. О. В. Марковича / спорудив М. Номис. СПб, 1864. 304 с. URL: <https://archive.org/details/nomis1864/page/n35/mode/2up> (дата звернення 28.10.2023).

Oleksandra Samoilenko
European Academic Lyceum of Lubny Town Council,
Poltava Region
Teacher – Nataliia Oleksandrivna Lakishis

ENGLISH-LANGUAGE SLOGANS OF INTERNATIONAL BRANDS AND THEIR STYLISTIC FEATURES

In this research project, we study English-language slogans used by international fashion brands and analyse their stylistic features. The study focuses on 200 English slogans, employed by global fashion brands, which have become the object of the research. The subject in its turn is morphological, stylistic, lexical and syntactic characteristics of advertising slogans, their role in forming the image of the brand and their impact on consumers. We have explored various examples of advertising slogans in the fashion industry, studying their stylistic decisions and lexical choices to understand the linguistic elements that attract or repel product users.

The research aim is to study and analyse communication devices used by international fashion brands in their slogans.

To do the research we gave used scientific methods such as: continuous sampling, content analysis, linguistic observation, systematization, generalization, quantitative analysis and description.

The tasks of our research are:

- 1) to study the specifics of the concept of advertisement in modern linguistics in general and the advertising slogan as one of its varieties.
- 2) to consider stylistic solutions used in brand slogans, including lexical devices, syntactic structures of phrases and language features.
- 3) to analyse the use of linguistic stylistic means with the aim of creating a special effect and imagery.
- 4) to investigate strategies of the audience manipulation through the use of language means.

The following findings were obtained:

1) Morphological analysis revealed interesting differences in the use of parts of speech: the predominance of nouns in the nominative function; a significant number of imperative verbs; frequent use of positive adjectives and adverbs; involving personal and possessive pronouns. For example, Emporio Armani uses the slogan “*Style is a way to say who you are without having to speak*”. This slogan contains the noun "style" to emphasize individuality and the way of expressing one's personality through fashion.

2) The lexical and stylistic analysis revealed that the use of metaphor, hyperbole and rhyme prevails in the slogans. They are used to improve memorability and create uniqueness. Louis Vuitton uses a metaphor in its

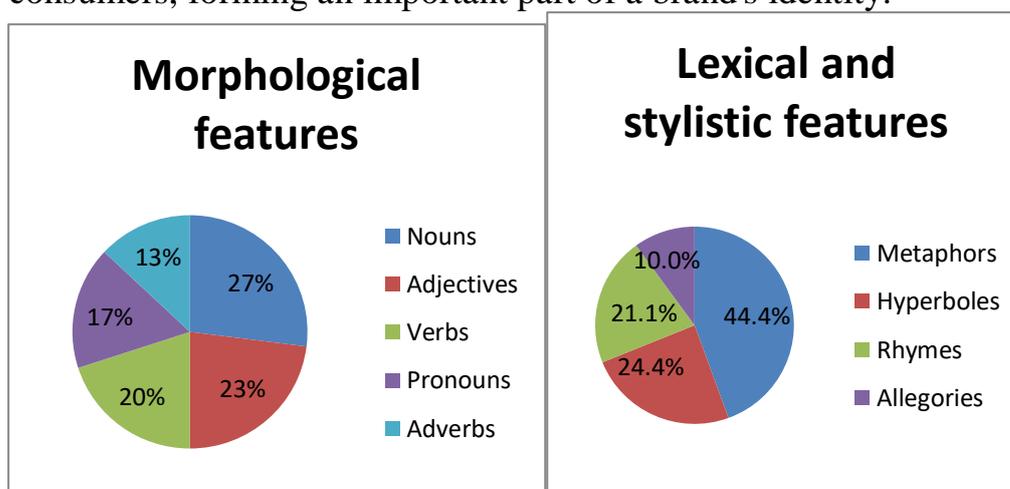
slogan “*A Journey, Not a Destination*” to emphasize the importance of the process itself, not just the result.

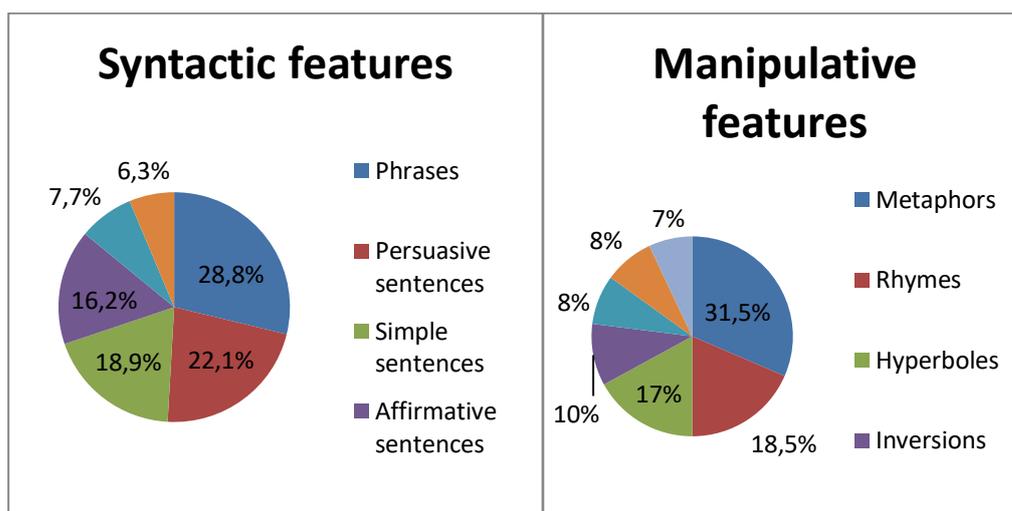
3) Having analyzed the syntactic features, it can be stated that the minimum number of words, the imperative nature of the structure, and simple sentences are directly considered the main characteristics of a catchy slogan. For example, “*Effortlessly Chic*” by Chanel, “*Elevate Your Modern Style*” by Michael Kors and “*All That Glitters is Glamour*” by Versace.

4) All slogans contain manipulative techniques to get consumers' attention. They use psychological triggers that help brands attract consumers. Most often, metaphors, hyperboles, and rhymes are used. Less common are such language devices as inversions, antitheses, allegories, and alliterations. Hyperbole in advertisement refers to deliberate exaggeration used to create a certain effect, for example “*Impossible is Nothing*” by Adidas. Rhymes enhance the expressiveness of the message and thereby facilitate its memorization, for example, “*Fashions by the mile with Versace's Vile*” by Versace.

The results of this study are shown in the diagrams below, they were tested by the participants of the European Academic Lyceum and our foreign partners. Video results can be viewed using the QR-code. The article “The slogan is an integral component of international brands advertising” was published in the local newspaper “Visnyk”.

In conclusion we must say that the practical significance of this study lies in its relevance for professionals in marketing, copywriting, philology and researchers interested in language aspects of marketing and advertising. The research, based on a comprehensive analysis of linguistic features in international fashion brand slogans, contributes to a deeper understanding of how brands communicate with their audience and influence consumers on a global scale. Slogans are crucial for connecting with diverse cultures and consumers, forming an important part of a brand's identity.





Manipulation

References

1. Зазимко О.В., Корольчук В.М., Корольчук С.М. Психологія реклами: навч. посіб. Київ, 2016. 384 с.
2. Clow K.E., Baack D.E. Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication. Harlow, 2015. 464 p.
3. Hamlin K. The Importance of Ad Slogans. *International Journal of organizational leadership*. 2013. Vol. 2, no. 2. P. 62-69.
4. Hopkins C.C. Scientific Advertising. New York, 2007. 100 p.

Кристина Ситник
Ліцей №17 «Інтелект» Полтавської міської ради
м. Полтава
Науковий керівник – Гаврілова Світлана Валеріївна

ОСОБЛИВОСТІ ІРЛАНДСЬКОЇ МОВИ

Ірландська мова – унікальна та стійка мова, яка витримала сторіччя труднощі. Чи знаєте ви, що щонайменше 33 мільйони американців мають ірландське походження? В своїй доповіді, я хочу привести 10 захоплюючих фактів про ірландську мову.

Крім Стародавньої Греції та Риму, найперші зразки європейської літератури написані ірландською мовою.

Найперші приклади писемності ірландською мовою відносяться до шостого століття нашої ери і були адаптовані з латинського алфавіту.

Число розмовляючих ірландською мовою почало скорочуватися в 17 столітті.

Англійський уряд керував Ірландією, і за цей час їхня політика по відношенню до ірландців стала особливо жорсткою. Землі ірландських землевласників були конфісковані, а мовою правлячого класу стала англійська. Коли до Ірландії прийшла початкова освіта, ірландських дітей карали за те, що вони говорили ірландською в класі. Ця обмежувальна політика була частково результатом загальної напруженості між католиками та протестантами, а частково тому, що англійський уряд хотів завадити ірландцям повстати. В результаті цієї політики з 17 по 19 століття кількість тих, хто розмовляє ірландською мовою в Ірландії, скоротилася. Стихійні лиха, такі як Великий картопляний голод, також зіграли свою роль.

Сьогодні ірландською мовою говорять від 1,76 до 2 мільйонів людей.

Однак, лише близько 78 000 осіб є носіями мови. Більшість носіїв ірландської мови сьогодні вивчили її як другу мову. В Ірландії та Північній Ірландії близько 1,9 мільйона людей розмовляють ірландською як другою мовою. Регіони Ірландії з найбільшою кількістю носіїв мови називають *Gaeltacht*. Здебільшого це сільські райони східного узбережжя країни. Навіть там кількість людей, які говорять ірландською як основною мовою, скорочується. ЮНЕСКО класифікує ірландців як «під загрозою зникнення».

Перша газета ірландською мовою вийшла в Нью-Йорку.

An Gaodhal була заснована в 1881 ірландським іммігрантом і вчителем Mícheál Ó Lócháin. Він регулярно публікувався до 1904 року,

після цього випускався з перервами і тепер перетворився на щоквартальний онлайн-літературний журнал *An Gael*. Ірландською ця мова називається *Gaeilge*.

Але це не означає, що англійською мовою його називають «*Gaelic*» — принаймні у Великій Британії чи Ірландії. В англійській мові слово «*Gaelic*» частіше використовується для позначення кельтських мов як групи. Це також може стосуватися шотландської гельської мови, кельтської мови, якою традиційно говорять у Шотландії.

В ірландській мові є три основні діалекти.

Сьогодні розмовна ірландська мова має три основні діалекти: *Ulster, Connacht, and Munster*. Кожен діалект трохи відрізняється словниковим запасом, граматиною та вимовою.

В ірландській мові немає слів для позначення «так» чи «ні».

Цей факт часто стає шоком носіїв англійської. Як вони впораються? Замість однослівного «так» чи «ні» ірландці використовують дієслова, щоб підтвердити чи спростувати питання. Наприклад, припустимо, що хтось запитав вас ірландською: «*Did you see him?*» Ви могли б відповісти на запитання, сказавши: "*I saw him*" або "*I did not see him*".

Ірландці використовують різні слова для позначення чисел, залежно від того, про що ви говорите.

Є один набір чисел для математики, інший набір для дат та часу, інший набір для підрахунку людей та останній набір для підрахунку всього, що не є людиною.

В ірландській мові використовується порядок слів присудок – підмет – другорядні члени .

Лише 9% мов світу будують речення таким чином. Наприклад, якщо ви хочете сказати «*I caught a ball*» ірландською, ви повинні сказати «*Caught I a ball*». Інші мови, що використовують порядок слів присудок-підмет-другорядні члени речення, включають арабську та іспанську.

Вимова в ірландській мові.

В англійському світі склалося уявлення про типову ірландську вимову, яка сильно відрізняється від того, як говорять в Оксфорді чи Нью-Йорку. Всі відкриті звуки (на кшталт / *æ* / або / *a:* /) стають «менші», тому складається відчуття, що ірландці майже не відкривають рота. Голосні звучать більш м'яко: слово *a cat* вимовляється як / *kyat* /, *a garden* – / *gyarden* /. Звук / *ɾ* / змінюється до невпізнання, переміщуючись вперед ближче до зубів.

Ірландська – перша офіційна мова Ірландії.

Мова також має офіційне визнання у Північній Ірландії та є

однією з офіційних мов Європейського Союзу.

Список використаних джерел

1. Копленко В. М., Сухаченко М. В. Ірландська мова в сучасному світі: динаміка використання та статус. Київ, 2018. 123 с.
2. Шевченко В. К., Литвин Н. Г. Граматика ірландської мови: специфіка та особливості. Київ, 2006. 142 с.
3. Єрмак Т.Г. Історія ірландської мови: як вона розвивалася протягом віків? Львів, 2011. 162 с.

Руслана Скачко
 Комунальний заклад «Полтавський міський багатoproфільний
 ліцей № 1
 ім. І. П. Котляревського Полтавської міської ради Полтавської
 області,
 м. Полтава,
 Науковий керівник – Москаленко М. В.

ОМОНІМИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ ТА СКЛАДНОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ

Термін «омонім» має глибоке грецьке коріння і складається з двох грецьких: *homos* (однаковий) і *onyma* (ім'я). Таким чином, омоніми в англійській є словами, які схожі за звучанням або написанням, але при цьому мають різне смислове навантаження. В результаті виходить, що в певному контексті слово, яке звучить або пишеться однаково, має різне значення.

Омонімів в англійській дуже багато. За деякими даними, їхня частка становить близько 19.5% від усіх існуючих слів в англійській мові. Чому так сталося? Існує кілька версій походження такого феномену.

Перша версія свідчить, що у розвитку мови певна частина слів втратила свою початкову фонетичну форму. Це призвело до того, що «нові» слова почали звучати по-іншому, отримавши схожість з іншими словами. Наприклад, слова *night* та *knight*. У старій англійській ці слова були омонімами тому, що спочатку буква «k» у слові *knight* виразно вимовлялася. Але сьогодні внаслідок змін буква «k» не вимовляється, хоча пишеться. Згідно з другою версією, масова поява омонімів англійською пов'язана з тим, що безліч слів було запозичено з латинської та французької мов. У результаті іноземні слова зазнали фонетичних змін, що призвело при їхній вимові до схожості зі словами, які вже існували в англійській. Третя причина появи нових пар слів є різниця в акцентах. Англійці, ірландці, та американці теж скорочують слова в розмові. Цікаво, що частка усіляких скорочень становить майже 7% від усіх омонімів в англійській мові.

Усі омоніми умовно поділяються на 5 груп:

Absolute homonyms — слова, які пишуться і звучать однаково, тобто орфографія та транскрипція є повністю ідентичними. Відмінність полягає лише у смисловому значенні.

Homographs - слова-омографи в англійській мові пишуться однаково, а читаються по-різному.

Homophones — такі слова ще називають гетероніми, вони мають

однакове звучання при різному написанні.

Oronyms-пароніми. Такі слова мають схожість у написанні та звучанні.

Capitonyms - слова, головною відмінністю яких є написання першої літери (маленька або велика). При цьому присутність або відсутність великої літери в слові безпосередньо впливає на його значення.

Залежно від того, якою частиною мови є омоніми, їх додатково класифікують за такими типами:

Граматичні - мають певний загальний зміст, але при цьому належать до різних частин мови;

Лексичні - характеризуються однаковими граматичними параметрами, але мають явні лексичні відмінності. Тобто, лексичні омоніми відносяться до однієї частини мови, але їхнє смислове навантаження відрізняється

Лексико-граматичні — слова, що стосуються цієї групи, мають різні лексичні та граматичні параметри, але з формальної точки зору між ними є певна схожість.

Найчастіше в англійській мові зустрічаються такі слова-омоніми:

can (може) та *can* (консервна банка)

reek (поганий запах) та *wreak* (відплата)

sole (єдиний) та *soul* (душа)

root (корінь) та *route* (маршрут)

sent (дієслово *to send* у минулому часі), *cent* (цент) і *scent* (аромат)

sell (продавати) та *cell* (клітина)

flat (плоский) та *flat* (квартира)

lye (луг) та *lie* (брехня)

lead (вісті) та *lead* (свинець)

prey (жертва) та *pray* (молитися)

knead (замішувати тісто) і *need* (потребувати)

aisle (прохід між рядами) та *isle* (острів)

fowl (домашній птах) та *foul* (огидний, надто брудний)

dye (фарбувати, фарба) та *die* (вмирати)

bank (берег) та *bank* (банк)

blow (удар) та *blow* (дути)

ruler (правитель) та *ruler* (лінійка)

rock (качати, качати) і *rock* (скеля)

yard (міра довжини ярд) та *yard* (двір)

grave (важливий) та *grave* (могила)

box (боксувати, бити) та *box* (картонна коробка)

play (п'єса) та *play* (грати)

close (близький) та *close* (закривати)

rest (відпочинок) та *rest* (залишок)

class (клас, як громадське приміщення) та *class* (шкільний клас)
capital (грошовий капітал) та *capital* (столиця держави)
strike (страйкувати) і *strike* (вражати, ударяти)
arm (озброєння) та *arm* (рука)
plant (завод) та *plant* (рослина)
fly (муха) та *fly* (літати)
reign (царювати або правити) та *rain* (дощ)
deer (олень) і *dear* (дорога, шановна людина)
where (запитлива форма: де?) та *wear* (носити)

Існує безліч прикладів омонімів, це тільки частина з них. Важливо поповнювати свій словниковий запас, запам'ятовувати омоніми парами і навіть цілими групами, а також активно практикувати написання цих слів. Комплексний підхід дасть гарні результати. Ви без будь-яких проблем та складнощів зможете правильно визначати почуті слова. Завжди потрібно врахувати контекст. Відома англійська приказка говорить про те, що "*Practice makes perfect*", тобто "*Практика - це шлях до досконалості*". Тому для досягнення найвищих вершин у вивченні англійської мови онлайн чи офлайн потрібно багато практики. І чим більше докладати зусиль, тим краще будуть результати.

Список використаних джерел

1. Мосьпан Н. В. Хибні друзі перекладача. Київ, 2019. 123 с.
2. Різників О. С. Словник омонімів та схожословів. Тернопіль, 2011. 412 с.
3. Синяговська І. Ю. Порівняльна лексикологія англійської та української мов : конспект лекцій. Кривий Ріг, 2019. 149 с.

Сухачова Амалія
 Комунальний заклад «Полтавський міський багатoproфільний
 ліцей № 1 імені І.П. Котляревського Полтавської міської ради
 Полтавської області» м. Полтава
 Науковий керівник – Сердюк Юлія Геннадіївна

CROSS-CULTURAL COMMUNICATION

There is no doubt that we are living in times of great change. And we are aware of many changes taking place at the global level. Globalization has removed many of the gaps that have existed between and among nations. Rapid improvements in information technology have allowed us to exchange information and communicate almost everywhere, anywhere, and anytime.

Translation as a discipline studies the process of translation and transmission between languages. It serves as a bridge for cross-cultural communication and can promote mutual understanding and communication between different languages and cultures. The history of the development of translation studies can be traced back to the ancient civilization, but it is gaining importance and influence in the modern world.

Communication is considered to be successful if the participants of the communicative act understand each other, i.e. the addresser's intentions meet the expectations of the addressee, and the set of the addresser's language means is adequately interpreted by the recipient; moreover, there are no contradictions between the both participants of the communicative situation. If the sender and the receiver share the same cultural and linguistic community and have the same national-language world, the basis for understanding is much more comfortable and resultative. The theory of intercultural communication confirms that language and culture are closely linked and that translation is an act of communication. Correct and accurate translation is a complex and responsible matter. And the more responsible the translation, the more catastrophic consequences a translator's mistake can lead to. Sometimes one such mistake costs a human life, but among them there are also those that claim tens of thousands of lives.

Perhaps the most famous case of medical malpractice over a single word occurred in South Florida in 1980. 18-year-old Cuban Willy Ramirez suddenly felt a severe headache and severe dizziness. The disorientation was so bad that he could not see or think properly. After that, he lost consciousness and remained in this state for two days. Willie's mother believed that he had been poisoned. A few hours before the attack, he had lunch at a new cafe. But Mrs. Rodriguez spoke very little English. She tried to explain to the emergency doctor that the condition could be caused by bad food, and used the Spanish word "intoxicado," which means "poisoned" in

Spanish. But in spoken English the word “intoxication” has a completely different meaning – “an overdose of alcohol or drugs.” The emergency doctor thought that the guy was simply “smoked,” which he reported to the hospital. In fact, the guy suffered a hemorrhagic stroke - a ruptured vessel and bleeding into the brain. A rare case among such people, but not exceptional. The family was eventually awarded a record \$71 million in compensation, but what a terrible thing it is to be left disabled because of one mistranslated word.

As globalization and migration continue to reshape the world, there is a growing need for language-related services. Interpreters, as mediators between speakers of different languages, play a critical role in promoting intercultural communications. Therefore, the role of correct translation in various spheres of human activity is very important. Firstly, this applies to issues of health care, education and jurisprudence.

However, it is not only language barriers that interpreters are expected to address, but also gaps in the knowledge, beliefs and values that are rooted in the social norms of the two or more respective cultures. So, to be a good translator, you need not only to be fluent in the language, but also to be cultured and highly educated.

Thus, it is obvious that intercultural communicative competence is an integral part of quality translation. All this plays an important role because it allows you work, communicate and live in a world without borders.

But not only translators, but also ordinary people need to gain knowledge and skills in communicating with foreigners. Even when a language barrier doesn't exist, cross-cultural communication can be challenging. Here are ten tips for effective cross-cultural communication:

How can intercultural communication problems be overcome?

1. Maintain etiquette.

Many cultures have specific etiquette around the way they communicate. Before you meet, research the target culture, or if time allows, do some cross cultural training. For example, many cultures expect a degree of formality at the beginning of communication between individuals. Every culture has its own specific way of indicating this formality: ‘Herr’ and ‘Frau’ in Germany, reversing family and given names in China and the use of ‘san’ in Japan for men and women etc. Be aware of these familiarity tokens and don't jump straight to first name terms until you receive a cue from the other person to do so.

2. Avoid slang.

Not even the most educated non-native English speaker will have a comprehensive understanding of English slang, idioms and sayings. They may understand the individual words you have said, but not the context or the meaning. As a result you could end up confusing them or at worst,

offending them.

3. Speak slowly.

Even if English is the common language in a cross cultural situation it's not a good idea to speak at your normal conversational speed. Modulating your pace will help, as will speaking clearly and pronouncing your words properly. Break your sentences into short, definable sections and give your listener time to translate and digest your words as you go. But don't slow down too much as it might seem patronizing. If the person you're speaking to is talking too quickly or their accent is making it difficult for you to understand them, don't be afraid to politely ask them to slow down too.

4. Keep it simple.

In a cross cultural conversation there's no need to make it harder for both of you by using big words. Just keep it simple. Two syllable words are much easier to understand than three syllable words, and one syllable words are better than two syllable words. Say "Please do this quickly" rather than "Please do this in an efficacious manner."

5. Practice active listening.

Active listening is a very effective strategy for improving cross cultural communication. Restate or summarise what the other person has said, to ensure that you have understood them correctly, and ask frequent questions. This helps build rapport and ensures that important information doesn't get missed or misunderstood.

6. Take turns to talk.

Make the conversation flow more freely by taking it in turns to speak. Make a point and then listen to the other person respond. Particularly when people are speaking English as their second language it's better to talk to them in short exchanges rather than delivering a long monologue that might be difficult for them to follow.

7. Write things down.

If you're not sure whether the other person has understood you properly, write it down to make sure. This can be particularly helpful when discussing large figures. For example, in the UK we write a billion as 1,000,000,000 but in the USA, it's written as 1,000,000,000,000.

8. Avoid closed questions.

Don't phrase a question that needs a 'yes' or 'no' answer. In many cultures it is difficult or embarrassing to answer in the negative, so you will always get a 'yes' even if the real answer is 'no'. Ask open-ended questions that require information as a response instead.

9. Be careful with humour.

Many cultures take business very seriously and believe in behaving professionally and following protocol at all times. Consequently they don't appreciate the use of humour and jokes in a business context. If you do

decide to use humour make sure it will be understood and appreciated in the other culture and not cause offence. Be aware that British sarcasm usually has a negative effect abroad.

10. Be supportive.

Effective cross-cultural communication is about all parties feeling comfortable. In any conversation with a non-native English speaker, treat them with respect, do your best to communicate clearly and give them encouragement when they respond. This will help build their confidence and trust in you.

References

1. Hariyanto S. The Implication of Culture on Translation Theory and Practice. *ResearchGate*: website. Public. Date January 2000. URL: https://www.researchgate.net/publication/322603803_The_Implication_of_Culture_on_Translation_Theory_and_Practice_1 (дата звернення 28.10.2023)
2. Newmark P. *Approaches to Translation*. London, 1988. 200 p.

Тарасевич Марія
 Науковий ліцей №3 Полтавської міської ради,
 м.Полтава
 Науковий керівник – Одом Олена Ігорівна

EUPHEMISMS AS A SOURCE OF SYNONYMY IN MODERN ENGLISH

The purpose of the work is to identify structural and semantic and functional aspects of euphemistic units in political journalistic ones texts.

The word "euphemism" comes from the Greek "eu" - "good", "phemi" - "say" and has been used since ancient times to denote a stylistic trope that plays the role of verbal mitigation of rude or obscene expression. The phenomenon of euphemism is closely related to taboo. The main function of euphemisms is closely related to the culture of that or other people, a taboo is a prohibition in a certain society on the use of certain words, determined by various factors — religious, historical, ethical etc.

Let's consider the main functions and, accordingly, functional types of euphemisms:

1. There can be euphemisms used to replace "exact names of frightening objects and phenomena";
2. Euphemisms are used when not wanting to name something unpleasant, disgusting by its very name;
3. What is considered obscene can be euphemistically indicated in a given era in a specific society;
4. When the addressee avoids direct names for fear of offending or the interlocutor, or the third person, etiquette euphemisms are used. In this case of euphemistic replacement, the words are quite decent, however, from the speaker's point of view, offensive to the person in question.

According to V. V. Panin's classification, the following groups can be distinguished

of euphemistic units in the politically correct vocabulary:

- 1) euphemisms distracting from negative economic consequences: period of negative economic growth – free prices;
- 2) euphemisms aimed at masking the inhumane policy of the state, especially aggressive military actions: pacification, limited air strike, air support, device, collateral damage.

However, M. Yu. Palazhchenko believes that such vocabulary should be called "pseudo-politically correct". He includes a part of the military-political part of it vocabulary such as air security, aggressive defense, friendly fire, service a target, collateral damage, which is used to hide the

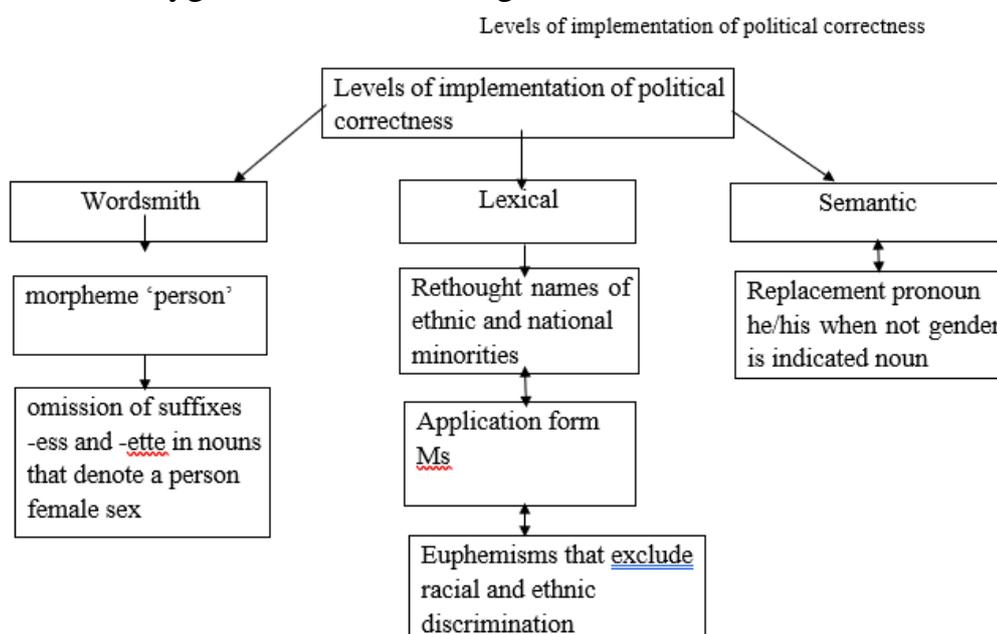
true meaning of bad events that increasingly occur in different parts of the world.

At the lexical level, the category of political correctness is expressed as:

1) reinterpreted names of ethnic and national minorities: Asian-American, Native American, Native Alaskan;

2) the Ms application form (the woman's marital status is not indicated);

3) euphemisms aimed at excluding *racial and ethnic discrimination*: person of color, indigenous person, Jewish person; *age discriminations*: golden age, senior, mature; *discrimination based on health status*: physically challenged, physically different, unseen, visually challenged, learning disable; *discrimination based on appearance*: vertically challenged, person of size, big-boned; *discrimination by social status*: low-income, environmental hygienist, sanitation engineer.



Therefore, globalization has become the basis of changes in communicative norms, therefore the concept "political correctness" is gradually gaining international status. Politically correct vocabulary is implemented at three levels: word-forming, lexical and syntactic.

Euphemisms became the main means of expressing political correctness, so it was classification by spheres of social life and groups is considered euphemistic units in politically correct vocabulary.

CONCLUSIONS: The word "euphemism" has been used since ancient times and is quite common in various spheres of activity today, because the main purpose of euphemism is to soften, veil, elegantly hide the subject of the message, and at the same time leave it the addressee's ability to guess what is being discussed. The reasons for using euphemisms are different, but they are mainly used to comply with the norms of public morality, to avoid

taboos or social deviations, and the implementation of pragmatic influence on the recipient.

References

1. Roscan A. Hiding behind nice words: the use of euphemisms in massmedia. *Literature, Discourses and the Power of Multicultural Dialogue. Section: Communication, Journalism, Education, Psychology and Sociology*. Tîrgu Mureş, 2017. P. 180-185.
2. Selivanova O. O. Modern linguistics: a terminological encyclopedia. Poltava, 2006. 716 p.
3. Snisarenko Ya. Socio-political vocabulary: problems of definition and study. *Scientific records of the Kirovohrad State Pedagogical School Volodymyr Vinnichenko University*. 2009.
4. Vyshnivskiy R.Y. On the question of the motives for using euphemisms (on examples of modern English). *Scientific Bulletin of the International humanitarian university*.
5. Lawrence J. Unmentionables and other euphemisms. London, 1973.

Ксенія Тютюнник
 Ліцей № 31 Полтавської міської ради
 Науковий керівник – Комлик Наталія Юріївна

АНГЛІЙСЬКІ ГЛЮТОНІЙНІ НАЙМЕНУВАННЯ НА ПРИЛАВКАХ УКРАЇНСЬКИХ МАГАЗИНІВ

У сучасному мовознавстві лінгвокультурне поле «Продукти харчування» посідає одне з провідних місць у концептосфері «Глютонія». Незважаючи на негативну конотацію (від англ. *gluttony* – the act or habit of eating or drinking too much; excess in eating or drinking; greedy or excessive indulgence [2]), це поняття має широке значення й ним послуговуються для «характеризування кулінарії як мистецтва, що потребує спеціальних наукових знань і вмінь, а також розуміння тонкощів приготування їжі, оцінки її смакових властивостей та власне споживання» [1, с. 70]. Глютонія відображає етнічну своєрідність, культурні традиції та стереотипи тієї чи тієї лінгвоспільноти.

Ще на початку ХХІ століття для людей було дивно бачити незнайомі для них назви продуктів, проте сьогодні цілком звично звучить «сандвіч» в одному контексті з салом і борщем. Завдяки глобалізаційним й інтеграційним процесам англійські гастронімічні назви проникають й закріплюються в українській кулінарній лексиці.

Сьогодні не лише окремі продукти українських виробників мають англійські назви, цілком звичними стали категорійні назви їжі. Серед них: 1) *снеки* (англ. *snacks*) – перекуси, що включають чипси, попкорн, печиво, цукерки, підсмажені горіхи та інші ласощі; 2) *фастфуд* (англ. *fast food*) – їжа швидкого приготування. Назви таких продуктів також переважно англійські: *бургер* (*burger*), *сандвіч* (*sandwich*), *хот-дог* (*hot dog*), *піца* (*pizza*) тощо; 3) *фудтрак* (англ. *food truck*) – «рухомі кухні», які пропонують різноманітні продукти та напої, стали неодмінною частиною вуличних ансамблів українських міст; 4) *смюзі* (англ. *smoothie*) – напої, які готують із фруктів, овочів, йогурту тощо; 5) *фреш* (англ. *fresh*) – свіжі, необроблені соки, салати й гарніри.

В українській мові також уже сформувався окремий шар глютонійної лексики, основу якої становлять назви торговельних марок харчової продукції. Заслугове на увагу те, що вітчизняний ринок, наповнюючись імпортом, почав підхоплювати хвилю іноземних назв. Зараз усе рідше можна натрапити на такі назви, як: вода «*Гоголівська*», напій «*Живчик*», натомість частіше полиці забиті «*Buvette*», «*Von Boisson*», «*Biola*».

На прилавках великих мереж українських супермаркетів популярними є товари із такими назвами: 1) «*Skippy super chunk*» та «*Naturally more*» – продукти від «Peanut butter», аналогів якого в

українській кухні немає; 2) «*Log cabin syrup*» – кленовий сироп; 3) «*Frosted Flakes*», «*Lucky Charms*», «*Cheerious*» – варіанти швидких зернових пластівців; 4) «*Reese's*», «*Butterfinger*», «*Baby Ruth*» – декілька марок солодошів, які не мають аналогів у вітчизняних виробників; 5) «*Dr. Pepper*», «*Sprite*», «*Red bull*» – солодкі газовані напої, які стали майже культовими.

Значна частина таких товарів має прості й зрозумілі найменування, проте більшість виробників використовує маркетингові підходи з грою слів, дивними словосполученнями тощо: «*Skippy super chunk*», де *Skippy* може позначати кенгуру із мультфільму або іграшку-стрибунця, що пов'язана із цією тваринкою; «*Log cabin syrup*»: «*Log cabin*» – це хатинка зроблена із колод; така назва є тільки маркетинговим ходом, який дозволяє асоціювати продукт з природними матеріалами та лісом; «*Lucky Charms*» у перекладі означає «талісман», який немає нічого спільного з цим продуктом; «*Reese's*» дослівно можна зрозуміти як «шоколад Рісі» або «Рісові солодощі».

Отже, функціонування англійських назв продуктів в українських магазинах є свідченням, з одного боку, мовної диверсифікації, а з іншого – індикатором тісної міжкультурної взаємодії.

Список використаних джерел

1. Державецька І.О. Глютонічний дискурс: лексикографічний аспект. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2014. № 4. С. 69-72.
2. Merriam-Webster Dictionary : website. URL: <http://www.merriamwebster.com/> (дата звернення 13.03.2024).

Филонич Софія
 Комунальний заклад «Полтавський міський багатoproфільний
 ліцей № 1 імені І.П. Котляревського Полтавської міської ради
 Полтавської області»
 м. Полтава
 Науковий керівник – Мазій Ірина Олександрівна

ВИКОРИСТАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Як відомо, фразеологія вивчає особливості знакової, унікальної та орнаментальної функції фразеологізмів, їхнє значення, структурно-семантичну специфіку, що виявляються в основних ознаках – фразеологічній стійкості і відтворюваності, досліджує природу лексичних компонентів фразеологізмів, їх синтаксичну і морфологічну будову, характер синтаксичних зв'язків з іншими одиницями мови і форми реалізації у мові. Та чи залишаються зараз важливими, ці справжні витoki національної ідентичності, що обплітають лагідним листям орнаментальності, культуру, яка робить нас...нами? Що говорить про національність їхня мова та головна, неповторна ізюминка кожного народу-фразеологія? Як користуються такою історичною розкішшю німці та як створювати міжкультурну комунікацію з такими цікавими конструкціями, я спробувала дізнатися...

Актуальність роботи полягає у тому, що фразеологізми розглядаються як міжкультурне явище, як джерело краєзнавчої інформації про Німеччину, що може допомогти забезпечити міжкультурну комунікацію та взаєморозуміння між партнерами.

Метою виконання даної роботи було дослідження семантики фразеологізмів німецької мови з точки зору відображення в них національної своєрідності народу-носія мови.

Досягнення поставленої мети вимагало від мене вирішення наступних **завдань**:

- 1) здійснити структурно-семантичний аналіз фразеологізмів німецької мови;
- 2) виокремити ідіоматичні висловлювання, що відтворюють особливості національного характеру німців та підкреслити їхню комунікативну значущість;
- 3) розглянути тематичні групи фразеологізмів.

У результаті дослідження дійшла таких **висновків**: фразеологія кожної мови – це витончена скарбниця народу, здобуток його

прадавньої мудрості й своєрідної культури, що містить потужний матеріал про його історію, звичаї, ідеали, мрії та сподівання... Дослідивши ціну низку фразеологічних одиниць, бачимо, що вони відтворюють головні риси німецького національного характеру – працелюбність, пунктуальність, заощадливість, ввічливість, коректність.

Комунікативна значущість фразеологізмів стає очевидною під час роботи з пресою, художньою літературою, при перекладі та безпосередньо при усному спілкуванні. Мова – це велике живе серце, стрижень величезного організму народу. Воно б'ється в кожному поколінні, пульсує в жилах, живиться потужним корінням, яке вросло із силою хранителя коду нації в рідну землю, тримає дерево історії, культури, сягаючи пречистого неба. «Поки живе мова – живе народ» – цей вислів став аксіомою, яка беззаперечно доводить, що мова та кожен разуючий вияв її автентичності – це найкolorитніший оберіг, код нації, духовний щит і меч!

Список використаних джерел

1. Німецько-український фразеологічний словник: В 2 т. / Укл. В. І. Гаврись, О. П. Пророченко. Київ: Радянська школа, 1981.
2. Коваленко О.Я. Про вивчення іноземних мов у 2007-2008 н.р. Методичні рекомендації. Іноземні мови в навчальних закладах. К.: Наука, 2007 № 3. С. 7.
3. Німецькі прислів'я та приказки / Упоряд. М.Р. Демедюк. К.: Радянська школа, 1973. 101 с.
4. Frey C., Herzog A., Schütz R. Deutsche Sprichwörter für Ausländer. VEB Verlag Enzy, klopädie Leipzig, 1970. 146 S.
5. Friedrich W. Moderne deutsche Idiomatik. Max Hueber Verlag. München, 1966. 270 S.

Єва Хруленко
 Науковий ліцей №3 Полтавської міської ради
 м. Полтава
 Науковий керівник – Шпак Яна Сергіївна

LEXICAL FEATURES OF ELIZA DOOLITTLE'S SPEECH IN B. SHAW'S WORK "PYGMALION"

The classic of English drama of the early 20th century, critic, and prose writer George Bernard Shaw, is the author of "immortal" comedies and plays that still remain on the theatrical stages, the most famous of which is "Pygmalion". This work addresses issues of social inequality, morality, and ethics, ensuring its great popularity. It is worth noting that the works of G.B. Shaw have repeatedly been the subject of scholarly research.

Studying a dramatic work, the reader should imagine the setting, time, environment in which the characters live, visualize their appearance, manner of speaking and listening, their movements, and gestures without direct assistance from the writer. At the same time, one must understand and feel what lies behind the words and actions in the soul of each character.

The main character, Eliza Doolittle, is described as a poor girl from streets who sells flowers in order to fulfil her daily needs. She is independent and bold girl who dares to warn the buyer of her flowers. [2, c.12]. It can be seen from this conversation:

THE FLOWER GIRL. Nahthen, Freddy: look wh'y' gowin, deah.

FREDDY. Sorry.

THE FLOWER GIRL. There's manners f'yer! Te-oobanches o voylets trod into the mad...

THE MOTHER. How do you know that my son's name is Freddy, pray?

THE FLOWER GIRL. Ow, eezye-ooasan, is e? Wal, fewddany'de-ootybawmz a mather should, eed now better nto spawl a poregel's flahrzthanranawyatbahtpyin. Willye-oopymef'them? [1]

From the conversation with the buyer of her flowers, she warns the buyer by using her dialect without a phonetic alphabet from outside London. From her dialect, it also shows that she is unintelligible girl. At the beginning of the work, Eliza Doolittle is a representative of the lower social class, specifically engaged in street trading with an undivided slang language, as evident from the subsequent authorial graphs:

- *nahthen-nowthan; look wh' y' gowin, deah*=now-then-now-then; look where are you going dear;

- *theres manners f'yer! To-oobanches! o vayoletstrod*= there are manners for you! Two bunches of violetstrodden; [2, c. 12]

These words characterize her as a foolish, arrogant girl with simple

language and a huge number of mistakes. It is also worth noting the frequency of her using exclamations such as:

- ow,eezye-ooasan;
- boo-hoo-oo; [1]

These words emphasize the girl's excessive emotionality, impulsiveness, and vulnerability. Her character turns out to be a brilliant and beautiful young woman after she is taught by Professor Higgins. From her thick accent, she moves with confidence and poise. Eliza is transformed from a poor flower girl into a sophisticated young woman and the most important thing is she stops being the object of jokes. [2.12]

LIZA. [speaking with pedantic correctness of pronunciation and great beauty of tone] How do you do, Mrs. Higgins? [She gasps slightly in making sure of the H in Higgins, but is quite successful]. Mr. Higgins told me I might come.

MRS. HIGGINS. Quite right: I'm very glad indeed to see you.[1]

The conversation above shows that Liza has changed into sophisticated, elegant, and charming lady. [2, c.12]

The play had a serious task: Shaw wanted to draw the attention of the English public to the problems of education.

In conclusion I'd like to tell you that the writer also pays considerable attention to revealing this character. The author needed great artistic power to convince every viewer of reader. That is why B. Shaw forced his characters to act in an alien environment from time to time in order to bring them back to their own, step by step.

Список використаних джерел

1. Shaw G. B. Pygmalion and other plays. London, 2021. 336 p.
2. Budiman Th. C. S., Prastikawati E. F. A study on language towards characters social identity in Bernard Shaw's Pygmalion. *Configuring and reconfiguring English literature in Southeast Asia: proceeding international Seminar LSC*, 17–18 Oktober 2013. URL: <https://eprints.upgris.ac.id/326/> (дата звернення 28.10.2023).

Царук Максим
Науковий ліцей № 3 Полтавської міської ради,
м. Полтава
Науковий керівник – Царук Ольга Ярославівна

МОВНІ ЗАСОБИ ТА СТРАТЕГІЇ В РЕКЛАМНИХ РОЛИКАХ NIKE: АНАЛІЗ ВПЛИВУ НА СПРИЙНЯТТЯ ТА МОТИВАЦІЮ ПІДЛІТКІВ

Анотація. Статтю присвячено комплексному аналізу мовних засобів та стратегій, використаних у рекламних роликах компанії Nike, та їх впливу на сприйняття та мотивацію підлітків. Дослідження базується на аналізі сучасних рекламних роликів Nike, які спрямовані на аудиторію підлітків. Шляхом вивчення мовленнєвих засобів та стратегій реклами, а також використання психологічних та соціальних теорій, стаття розкриває механізми впливу цих роликів на цільову аудиторію.

Ключові слова: мотивація, підліток, реклама Nike, сприйняття, аналіз впливу, молодіжна культура, рекламні стратегії, спорт, успіх, емоції, асоціація.

Реклама в сучасному світі відіграє важливу роль у формуванні споживчих уподобань та мотивації покупців, особливо серед підлітків. Nike, як провідний виробник спортивного одягу та взуття, активно використовує рекламні ролики для залучення уваги своєї аудиторії. Однак, мало досліджень зосереджено на тому, як саме мовні засоби та стратегії, використані у рекламі Nike, впливають на сприйняття та мотивацію підлітків до занять спортом.

Дослідження реклами, зокрема в контексті її впливу на підлітків, має значний потенціал. Останні наукові публікації вказують на важливість вивчення рекламних стратегій та їхнього впливу на психологічний стан та поведінку молоді.

Метою даної статті є дослідження мовних засобів та стратегій, використаних у рекламних роликах Nike, та їх впливу на сприйняття та мотивацію підлітків.

Аналізуючи сучасні рекламні ролики Nike, ми виявили, що компанія активно використовує мовні засоби, спрямовані на створення емоційного зв'язку з аудиторією. Зокрема у рекламному ролику від Nike “Only Basketball” використовуються різноманітні мовні формули та сленгові фрази, які характерні для спортивного середовища: “*Check ball*”, “*Take it to the hole*”, “*Run it back*”. Це допомагає підліткам легше ідентифікувати себе зі спортивною культурою та відчувати себе частиною спортивного спільноти. Емоційні висловлювання та вигуки

“Yeah!”, “Let’s go!”, “Oh, let’s go!”, “That’s nasty”, “Oh, you serious?” стимулюють емоційну реакцію у підлітків та підсилюють їхню мотивацію до спорту. У відео згадано ім'я “Kobe”, що вказує на популярних спортсменів та їхні досягнення, таким чином викликаючи зацікавленість та захоплення у молоді, для котрих останні є предметом для наслідування.

Реклама «A Feel for Every You» створює емоційний зв'язок з аудиторією за допомогою пісні американської скрипачки, авторки пісень та співачки Sudan Archives. У тексті пісні “Confession” ви можете помітити образи поля та природи, які асоціюються зі свободою, силою та самовираженням. Вони стимулюють долати страхи, вірити у власні сили та відчуття унікальності, стимулюють молодь до досягнень. Повтор словосполучення “*Confessions are falling down*” підкреслює основну ідею та створює музичну динаміку.

Окреме місце у рекламі Nike займають емоційні звернення. Так, ролик “Unlimited” починається з прямого звернення до глядача, підкреслюючи несправедливість життя та відсутність контролю над багатьма аспектами нашого життя. Це створює емоційний зв'язок з аудиторією, спонукаючи до співчуття та розуміння. У тексті рекламного ролика використовується антитеза між тим, що люди не можуть вплинути на багато аспектів свого життя, та тим, що вони здатні визначати свою долю і своє майбутнє.

У рекламному ролику “One Day We Won’t Need This Day” використовуються метафори та символічні образи, які асоціюються з прогресом жінок у спорті. Наприклад, зміст речення “One Day, we won’t need this day” передбачає майбутнє, коли жіночі досягнення в спорті будуть повсякденними й не потребуватимуть окремого святкування. Фраза “We won’t need a day” постійно повторюється, що підсилює її ефект і таким чином запам’ятовується глядачеві. Іронічні елементи, зокрема вислів “*We won’t need a day to prove we’re just as fast or strong or skilled*” підкреслює недоречність ситуацій, коли жінки все ще мають доводити свої можливості у спорті. Заклики до дії та змін мотивують підлітків розглядати свої здібності у спорті та суспільстві загалом на правах гендерної рівності.

Часто рекламні ролики містять одну фразу, чи ба навіть слово. Так у одному з відео Nike звучить одна єдина фраза “no path is bigger than you”. Автори використовують метафору для підсилення ідеї, що життєвий шлях кожної людини є унікальним та значущим.

У відео “Just Do It - End Mama” фраза “*Just Do It*” повторюється кілька разів протягом ролика, що підкреслює основну ідею реклами та наголошує на важливості поступу та впевненості. Фраза “*does anybody feel like feel like feel like feel like feel like feel like me*” спонукає глядачів

здуматися про свої власні почуття та емоції, створюючи відчуття ідентифікації з персонажем ролика. Короткі ритмічні фрази в стилі репу використовуються для підсилення емоційного впливу та створення енергійного настрою. Використання іронії та гумору, наприклад, у фразі *"I'm a b35 in a couple of months refuse to grow up"*, сприяє формуванню позитивного настрою та легкості. Речення в кінці відео *"a shoe is just a shoe unless someone steps into it"* містить метафоричний натяк на важливість кожної людини як особистості. Вона наголошує на тому, що саме дії людини, її кроки та рухи, роблять взуття справжнім та важливим. Такий прийом стимулює глядачів розглядати взуття як інструмент для вираження своєї індивідуальності та самореалізації. Підкреслюється унікальність та потенціал кожної особистості, викликається в підлітків бажання взяти на себе відповідальність та робити кроки у напрямку досягнення своїх цілей та мрій.

У рекламному ролику *"Sam Kerr | Flip The Game | Nike Football"* фрази *"fastest feet on the pitch"* та *"No one can touch the ball"* використовуються щоб звернути увагу на унікальні якості та вміння гравця. Вираз *"Goal!"* служить для передачі емоційної реакції на досягнення мети.

Текст пісні про кохання та романтику у рекламному ролику *"Nike - Fun in the Sun || Beach Volleyball Spec Ad"* додає емоційної привабливості та асоціюється зі щасливими моментами та спогадами.

У рекламному ролику *"What the Football"* від Nike словесні вигуки та фрази типу *"Goooooool!"* створюють емоційний зв'язок з глядачами, заохочуючи їх відчувати ентузіазм і захоплення. Згадування історичних подій і відомих футболісток, таких як Brandi Chastain, Alex Morgan, Sam Kerr, стимулює відчуття гордості та захоплення цими досягненнями. Використання фраз типу *"Oopsie doopsie"* або *"What the— FOOTBALL!"* додає гумористичний елемент, що сприяє запам'ятовуванню реклами. Зазначення великих імен футболу, таких як Ada Hegerberg чи Wang Shuang, підкреслює важливість спорту.

В рекламному ролику від Nike *"Nike-Just Do It Spec ad"* фрази *"promises for me"*, *"enemy"*, *"blood of the my Sy"*, *"Christians energy"* використовуються для створення образного мовлення, яке активізує увагу глядачів і спонукає їх до дії. Використання швидкого темпу та енергійного ритму допомагає створити напруженість та підняти настрій, що заохочує глядачів до фізичних активностей. Фраза *"most of the tricks they be gimmicks they mimic the truth it's poison and we got the remedy"* використовується для передачі образного значення, що може стимулювати аудиторію до конкретних кроків на шляху до спорту.

Компанія Nike активно використовує мовні засоби для створення

емоційного зв'язку з аудиторією, що сприяє з одного боку формуванню позитивного ставлення до бренду та його продукції, а з іншого – мотивацію та бажання у підлітків займатися спортом. Вживання мовних формул та жаргонізмів, використання імен популярних спортсменів, відповідних музичних композицій, емоційні звернення тощо сприяють ідентифікації цільової аудиторії зі спортивною культурою та мотивацією до спорту.

Використання метафор, символів та іронії, антитези допомагає ефективній комунікації ідей, мотивує до змін у суспільстві. Повторення фраз та слів, а також використання ритмічних елементів веде до запам'ятовування рекламних повідомлень та залучення уваги аудиторії.

Слогани та ключові фрази, такі як “Just Do It”, стають впізнаваними елементами бренду, які мотивують до дії та стимулюють досягнення цілей.

Аналіз мовних засобів та стратегій в рекламних роликах Nike вказує на їхню значущість у формуванні сприйняття та мотивації підлітків. Подальше дослідження в цьому напрямку може допомогти розкрити додаткові аспекти впливу реклами на цільову аудиторію та розвинути нові стратегії для підвищення ефективності комунікації з підлітками.

Список використаних джерел

1. Гриньова, О. В. Формування образу бренду у рекламних роликах спортивного одягу для підлітків // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Педагогічні науки. Київ: КНУ, 2019. № 1(45). С. 224-230.

2. Ковальчук, О. О. Аналіз стратегій реклами в маркетингових роликах Nike для підлітків // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород: УНУ, 2020. № 18(1). С. 42-46.

3. Федорова, Н. С. Аналіз впливу рекламних роликів Nike на сприйняття підлітків в Україні // Маркетингові дослідження в Україні. К.: Молодь, 2017. № 4(22). С. 56-63.

Дарина Черниш
 Науковий ліцей №3 Полтавської міської ради
 м. Полтава
 Науковий керівник – Димарь Наталія Сергіївна

DIE DYNAMIK DES JUGENDWORTSCHATZES: EINE ANALYZE DER NOMINALWÖRTER DES "JUGENDWORT DES JAHRES"

Der Jugendwortschatz zeichnet sich durch seine Dynamik und Kreativität aus. Neue Wörter und Ausdrücke entstehen ständig, während andere in Vergessenheit geraten. Diese Entwicklung lässt sich besonders gut am "Jugendwort des Jahres" beobachten. Es zeigt uns, wie sich die Sprache der Jugendlichen verändert und welche Themen sie wichtig finden. Seit 2008 kürt der Langenscheidt-Verlag jährlich das "Jugendwort des Jahres". Durch eine Online-Wahl und eine Jurybefragung werden die zehn beliebtesten Jugendwörter ermittelt. Diese Aktion rückt den Jugendwortschatz in den Fokus der Öffentlichkeit und bietet Einblicke in die sprachliche Ausdrucksweise der jungen Generation. Das "Jugendwort des Jahres" ist eine Wahl, bei der Jugendliche zwischen 14 und 29 Jahren online über ihr Lieblingswort des Jahres abstimmen können.

In dieser Untersuchung wurden die häufig verwendeten Nominalwörter des "Jugendworts des Jahres" von 2008 bis 2023 analysiert. Dabei wurden folgende Kategorien untersucht: Wortbildung und Semantik.

Es wurden folgende Kategorien von Wortbildungsprozessen identifiziert:

- *Komposition*: Die Komposition ist das häufigste Verfahren. Hier werden zwei oder mehr Wörter zu einem neuen Wort zusammengefügt, z. B. "Yolocaust" (2013) aus "YOLO" und "Holocaust", "Ehrenmann" (2018) aus "Ehre" und "Mann", "Baggerseepokal".

- *Derivation*: Die Derivation ist ein weiteres wichtiges Verfahren. Hier werden Affixe an ein Wortstamm angehängt, um ein neues Wort zu bilden, z. B. "Swag" (2011) aus "swagger" mit dem Suffix "-ag" oder "Babo" (2020) aus "Baba" mit dem Suffix "-o".

- *Kürzel*: Kürzel sind ebenfalls sehr beliebt. Hier werden Wörter oder Phrasen auf ihre Anfangsbuchstaben oder Silben verkürzt, z. B. "OMG" (2008) aus "Oh my God" oder "FYI" (2014) aus "for your information".

- *Lehnwörter*: Lehnwörter aus anderen Sprachen, insbesondere aus dem Englischen, spielen ebenfalls eine wichtige Rolle, z. B. "Hype" (2017) oder "Cringe" (2021), Lehnwörter aus anderen Sprachen (z.B. "Babbel", "Chillax").

- *Neuschöpfung*: Onomatopoetische Bildungen (z.B. "Bäm", "Peng")

- *Akronymwörter* (z.B. "OMG", "LOL").

Die Analyse der nominalen Jugendwörter des Jahres zeigt einige interessante Trends: Komposita sind nach wie vor das häufigste Verfahren zur Bildung neuer Wörter. Derivate mit bestimmten Suffixen, wie z. B. "-ag" oder "-o", sind sehr beliebt. Kürzel werden immer kürzer und kreativer. Lehnwörter aus dem Englischen nehmen zu. Diese Trends lassen sich durch verschiedene Faktoren erklären, z. B.:

- *Einfluss der Medien*: Die Jugendlichen sind stark von den Medien beeinflusst, insbesondere von sozialen Medien.

- *Globalisierung*: Die Welt ist immer mehr vernetzt, und dies führt zu einer Vermischung der Kulturen und Sprachen.

- *Sprachökonomie*: Die Jugendlichen versuchen, sich mit möglichst wenig Worten auszudrücken.

Die semantische Analyse zeigte, dass die Jugendwörter des Jahres verschiedene Themenfelder abdecken und dass die meisten Jugendwörter des Jahres Substantive sind, die sich auf folgende semantische Felder beziehen:

- *Alltag und Freizeit*: z. B. "chillen" (2008), "Yolo" (2012), "bae" (2015), "cringe" (2021)

- *Medien und Technologie*: z. B. "Handy" (2008), "App" (2011), "Hashtag" (2013), "influencer" (2017)

- *Gefühle und Emotionen*: z. B. "fies" (2009), "swag" (2011), "lit" (2017), "lost" (2020)

Neben der reinen Kategorisierung der semantischen Felder wurden auch die spezifischen Bedeutungen der einzelnen Jugendwörter untersucht. Dabei zeigte sich, dass die Bedeutungen oft vielschichtig und kontextabhängig sind. So kann das Wort "cringe" beispielsweise sowohl für Fremdscham als auch für peinliche Situationen verwendet werden.

Die Analyse der Wortbildungsprozesse zeigt, dass der Jugendwortschatz durch eine hohe Dynamik und Kreativität gekennzeichnet ist. Neue Wörter und Ausdrücke entstehen ständig und spiegeln die gesellschaftliche Entwicklung wider. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass der Jugendwortschatz eng mit dem aktuellen Zeitgeschehen und den Lebenswelten der Jugendlichen verbunden ist. Neue Wörter und Ausdrücke entstehen oft als Reaktion auf gesellschaftliche Trends, technologische Entwicklungen oder neue Formen der Kommunikation.

Jugendliche nutzen die Sprache auf innovative Weise und spielen mit den Möglichkeiten der Wortbildung, um neue Ausdrücke zu schaffen, die ihre spezifischen Erfahrungen und Lebenswelten widerspiegeln. Es wurden verschiedene morphologische Verfahren zur Bildung neuer Wörter verwendet.

Literaturverzeichnis

1. Jugendwort des Jahres (Deutschland). URL: [https://de.wikipedia.org/wiki/Jugendwort_des_Jahres_\(Deutschland\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Jugendwort_des_Jahres_(Deutschland)) (дата звернення 11.03.2024).
2. Jugendwort des Jahres 2023. URL: <https://www.langenscheidt.com/jugendwort-des-jahres> (дата звернення 12.03.2024).
3. Müser K., Fischer N. Von "Goofy" bis "Smash": "Jugendwörter des Jahres" 2008-2023. URL: <https://www.dw.com/de/von-goofy-bis-smash-jugendw%C3%B6rter-des-jahres-2008-2023/g-36146604> (дата звернення 12.03.2024).